

НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ ПЕДАГОГІЧНИХ НАУК УКРАЇНИ
ІНСТИТУТ СОЦІАЛЬНОЇ ТА ПОЛІТИЧНОЇ ПСИХОЛОГІЇ

В. В. ЖОВТЯНСЬКА

**ТРАНСФОРМАЦІЇ СМISЛУ
В СОЦІОКУЛЬТУРНОМУ
ПРОСТОРІ**

Київ – 2012

УДК 159.95:316.73

ББК 88.3

Ж 78

Рекомендовано до друку вченою радою
Інституту соціальної та політичної психології НАПН України,
протокол № 7/11 від 30 червня 2011 р.

Рецензенти:

В. О. Васютинський, доктор психологічних наук, професор;

І. П. Маноха, доктор психологічних наук, професор;

В. І. Менжулін, доктор філософських наук, доцент

Жовтянська В. В. Трансформації смислу в соціокультурному просторі: монографія / В. В. Жовтянська ; Національна академія педагогічних наук України, Інститут соціальної та політичної психології. – Кіровоград : Імекс-ЛТД, 2012. – 256 с.

ISBN

У монографії висвітлено загальні закономірності репрезентації дійсності залежно від способу взаємодії людини із цією дійсністю. На основі запропонованої авторкою теорії смислових трансформацій представлено психологічне пояснення таких внутрішньо складних феноменів, як гра, метафора, міф, смішне. За допомогою аналізу різних шляхів розвитку та перетворення смислу досліджено і розвивальний, і маніпулятивний потенціал соціокультурних впливів. Розглянуто смислові колізії таких явищ сучасного соціального світу, як комерційна реклама, політичний піар, мода, масова культура.

Адресується психологам, філософам, соціологам, а також усім, хто цікавиться сучасними суспільними і гуманітарними науками.

ISBN

ББК 88.3

Видано державним коштом. Продаж заборонено

© Інститут соціальної та політичної психології
НАПН України, 2012

© Жовтянська В. В., 2012

ЗМІСТ

ПЕРЕДМОВА	4
Розділ 1. АНАЛІТИКА СМISЛУ	7
Смисл знака	8
Смисл символу	27
Смисл об'єкта	37
Смисл життя і діяльності	43
Від аналізу до синтезу: визначення смислу	49
Розділ 2. ТРАНСФОРМАЦІЇ СМISЛУ В СИМВОЛІЧНИХ ФОРМАХ	53
Гра	54
Метафора	70
Міф	89
Смішне і гумор	148
Розділ 3. СМISЛОВІ КОЛІЗІЇ В СУЧАСНОМУ СОЦІОКУЛЬТУРНОМУ ПРОСТОРІ	193
Реклама	194
Політичний Public Relations	210
Мода і масова культура	223
ПІДСУМКИ	235
ЛІТЕРАТУРА	249

ПЕРЕДМОВА

У цій книзі мова піде про дуже загальні і водночас дуже специфічні особливості розвитку уявлень людини про дійсність. Вихідне запитання, яке задає проблематику дослідження, можна сформулювати просто: як ми бачимо навколишні об'єкти, і що ми при цьому бачимо? Друга частина цього запитання безпосередньо стикається з класичною філософською проблемою про відповідність суб'єктивного образу об'єктові. Не переходячи в проблемне поле філософії, хоча частково і торкаючись його, я спробую зосередити свою увагу переважно на першій частині запитання, яке є вже класичною психологічною проблемою, – про закономірності побудови психічного образу. Але саме уявлення про те, *як* ми бачимо, тобто як будується відображення дійсності, дає змогу відповісти і на запитання про те, *що* ми при цьому бачимо. Говорячи про образ, відображення або бачення, я в даному випадку маю на увазі не сенсорно-перцептивні процеси, а суб'єктивне розуміння того або іншого явища, представлене в його різноманітних інтерпретаціях.

Оскільки ми сприймаємо світ не в образах, а в об'єктах, то зазвичай суб'єктивна сторона відображення залишається непомітною. Тому відповідь на запитання про те, *що* ми бачимо, без психологічної рефлексії буде тривіальною: ми бачимо об'єкт – якусь частину світу. Але в деяких випадках така однозначність трактувань втрачається. Наприклад, дитина може уявляти, що дерев'яна палиця – це одночасно і коник; стародавні люди персоніфікували землю, на якій вони жили і працювали, як матір усього сущого; навіть сучасна раціональна лю-

дина може допускати неоднозначність трактувань, називаючи чийсь очі зірками. В усіх цих прикладах яскраво проявляється специфічний, суб'єктивний спосіб репрезентації об'єктів або ситуацій, тому що він суперечить так званім об'єктивним, справжнім інтерпретаціям. У фокусі цього дослідження перебувають якраз такі парадоксальні способи представлення дійсності – гра, міф, метафора. Виявлення психологічних механізмів, які стоять за цими феноменами, у подальшому дасть змогу наблизитися також до розуміння природи смішного. У процесі вивчення того, як можуть існувати такі “неправильні” репрезентації дійсності, водночас виникає питання і щодо “правильності” звичайних, не парадоксальних репрезентацій. І навряд чи зайвим буде ще раз поставити запитання: наскільки об'єктивним є той звичний світ, у якому ми живемо і який так щедро наповнений значеннями та інтерпретаціями? У зв'язку з цим можна сказати, що моя книга присвячена аналізу реальності суб'єктивного і суб'єктивності того, що видається реальним.

Особливість окресленої проблематики дослідження полягає в тому, що предметом розгляду мають стати естетичні категорії (поетична метафора, міф, художня гра, комічне як форма існування смішного), які традиційно вважаються непростими для раціональних трактувань. Справді, чи можна виміряти гармонію алгеброю? Але я хочу показати, що актуальним на даний момент є вивчення тих психологічних механізмів, які стоять за цими явищами, і що зрозуміти онтологію цих явищ неможливо без звернення до психічної реальності. Крім того, вивчення естетичних феноменів особливо актуальне саме для психології. Якщо звернутися до основних класичних моделей розвитку вищих психічних функцій і свідомості, то можна побачити, що вони базуються

переважно на доцільній діяльності (діяльнісна парадигма) або доцільній поведінці (біхевіоризм). Становлення людини розглядається передусім у зв'язку з розвитком раціонального мислення і вольової поведінки. Але чи можна говорити про становлення людини поза її здатністю створювати витвори мистецтва, які в принципі є зайвими з погляду доцільної діяльності і пристосувальної поведінки? У цій книзі я, зокрема, спробую показати особливу роль ірраціонального осягнення дійсності і естетичних форм її репрезентації для розвитку свідомості.

У контексті традиції, закладеної в радянській психології Л. С. Виготським і надалі розвинутої О. М. Леонтєвим, аналіз суб'єктивного аспекту репрезентацій здійснюватиметься на основі поняття смислу. Змістовий потенціал цього конструкта дає змогу розглядати особливості становлення уявлень про світ залежно від взаємин людини із цим світом. Аксиологія таких відносин, як можна буде побачити, є підставою, аби говорити про якісно різні способи сприймання дійсності й різні варіанти опосередкування цього сприймання. Опосередковані через знак або образ уявлення розширюють схему відносин “людина – світ”, уводячи в неї третій компонент – соціокультурну традицію. Завдяки аналізу смислових перетворень, що відбуваються всередині означеного трикутника, можна не лише пояснити феномени гри, метафори, міфу і смішного на основі єдиної теорії і єдиного концептуального апарату, а й виявити системні ілюзії, закладені в саму структуру соціальних репрезентацій дійсності.

Розділ 1

АНАЛІТИКА СМISЛУ

Перш ніж вибудувати будь-яку теорію, спочатку потрібно визначитися щодо словника термінів, якими ця теорія оперує. Термінологічний базис уже є певним підходом до категоризації дійсності, а значить сам спирається на явно або неявно задане теоретичне підґрунтя. Визначення тезауруса таким чином виявляється пов'язаним з визначенням наукової традиції або парадигми. Тільки всередині останньої і можлива постановка тих питань, відповіді на які покликана давати теорія. Тому для її викладення передусім важливо чітко відрефлексувати зміст базових понятійних конструктів. Для центрального концепту даної теорії – поняття смислу – це тим більше актуально, оскільки його зміст став надзвичайно розмитим завдяки багатій історії вживання в соціогуманітарних науках.

Ознайомленню з термінологічним апаратом, а разом і базовими концепціями, що вводять у коло проблематики дослідження, присвячено перший розділ. Оскільки зміст терміна “смысл” досить об'ємний, то, для зручності розгляду і вельми умовно, цей зміст було розділено на чотири предметні сфери: смысл знака; смысл символу; смысл об'єкта; смысл життя і діяльності. Наприкінці буде зроблено спробу зібрати і синтезувати результати проведеного аналізу.

Смисл знака

Під знаком у широкому сенсі слова розуміють певну частину реальності (певний об'єкт), що вказує на іншу можливу частину реальності, тобто певний денотат. Це просте на перший погляд визначення вимагає додаткових пояснень. По-перше, те, що деякий об'єкт “вказує” на інший об'єкт або клас об'єктів, є усього лише метафорою. Приписувана знаку здатність “вказувати” просто означає, що існує реципієнт, який на підставі цього знака спроможний відтворити ту реальність, на яку цей знак “вказує”. Наявність знака, таким чином, змістовно пов'язана з наявністю суб'єкта, здатного до інтерпретації даного знака (ці інтерпретації попередньо назвемо **смислом знака**). По-друге, здатність знака “вказувати” означає, що може існувати інший суб'єкт, що вказує згаданому вище реципієнтові на деякий пласт реальності. Така опосередкована міжсуб'єктна комунікація передбачає спільне для тих, хто комунікує, смислове поле. Тому наділений смислом знак передбачає наявність не просто здатного до його інтерпретації суб'єкта, а й певного соціального простору. По-третє, використовувані в міжсуб'єктній комунікації знаки можуть мати фіксований характер і передаватися як певна традиція. Тоді можна говорити вже не так про соціальний, як про соціокультурний простір функціонування знака.

Далі, важливо пам'ятати, що той пласт реальності, на який вказує знак, насправді може й не бути при цьому реальністю. Крім того, сприйняття останнього як об'єкта, що заміщає деяку реальність, якраз свідчить про те, що цієї реальності як такої в тій конкретній ситуації, в якій сприймається даний знак, узагалі не існує. Цей заміщений пласт реальності може існувати або не існувати, адже як факт дійсності він винесений за рамки ситуації безпосереднього сприймання знака, але оприявнюється в ньому як реальність суб'єктивна.

Наявність стійкої традиції у використанні знаків дозволяє говорити про словник знаків, що існують усередині соціокультурного простору. Але занесений до тезауруса знак має вже надіндивідуальний характер і сприймається як незалежний від конкретного

суб'єкта. Таким чином, смисл начебто звільняється від тієї суб'єктивності, яка йому тільки що була приписана, і набуває деякої об'єктивованості. Тут можна бачити, що сама природа знака актуалізує проблему взаємовідношення суб'єктивного і об'єктивного, індивідуального і соціального. Більше того, враховуючи роль знакового опосередкування в становленні й розвитку людини і людської культури, а також соціальної взаємодії і комунікації, можна говорити, що він перебуває в самому епіцентрі цієї проблеми.

Під **знаком у вузькому розумінні** мають на увазі тільки ті позначення, відмітною рисою яких є повна умовність, тобто матеріальна нейтральність щодо свого змісту; в протилежному випадку говорять про **символ**¹. Саме умовний знак має особливе значення в науці, адже, вивчаючи його, ми передусім вивчаємо слово, тобто наріжний камінь людської культури, а також інструмент для побудови знань про неї. Тому смисл слова буде у фокусі нашого аналізу в першу чергу.

У сучасній лінгвістичній і семантичній традиції смисловий, тобто змістовий, аспект слова іменується **значенням**. З цього погляду смисл і значення постають як синоніми. Водночас, як можна буде бачити далі, існують такі ракурси визначення знакового змісту, в яких ці поняття розходяться. Поки ж ця відмінність для розгляду неістотна, і ми зосередимося на аналізі різних підходів до природи значення.

Одна з поширених дефініцій радянської філософії і лінгвістики наголошувала, що слово має білатеральну природу: воно навантажене, з одного боку, матеріальною звуковою оболонкою, а з другого – ідеальним значенням [Степанов, 1971; Касевич, 1988]. І справді, сприймаючи деякий знак, ми здатні виділити в ньому матеріальний носій – неважливо, звуковий чи візуальний – і власне зміст, тобто значення. Але водночас приходить розуміння того, що якщо слово вже несе в собі значення, то мова вже сама по собі здатна мислити і відображати дійсність, що, звісно, є nonsensom [Мальцев, 1969; Востоков, 1969]. Іншими словами, у цій дефініції був упущений суб'єкт, тільки для якого слово з матеріального звукового ком-

¹ Іноді під символом розуміють більш широку категорію, яка охоплює і умовні знаки, й іконічні – позбавлені такої умовності – позначення.

плексу і здатне перетворюватися на осмислений знак. Цю замкненість природи знака на суб'єкті як носієві психічного добре усвідомлював основоположник структурної лінгвістики Ф. де Соссюр. Він вважав, що лінгвістика повинна стати частиною семіології – науки, що вивчає життя знаків у межах життя суспільства, яка розглядалася б як частина соціальної, а “отже, і загальної психології” [Соссюр, 1977, с. 54]. Тобто вивчення живої, реальної функції знака неможливе без звернення до природи психіки, психічного життя суб'єкта, здатного розпізнавати знаки і розуміти їхній зміст, а також життя соціуму, в якому ці знаки породжуються і функціонують.

Інша справа, що якщо ми здатні бачити в деякому матеріальному об'єкті саме знак, то автоматично маємо на увазі, що цей об'єкт повинен щось означати, і саме в цьому розумінні знак “несе” значення. Що ж є те, на що вказує суб'єктові знак, або, іншими словами, яка природа значення? Дехто з лінгвістів і філософів дотримується думки, що це ідеальний образ реальності, інші – що це і є сама реальність, точніше, певна її частина [Востоков, 1969].

Напевно, найбільш лаконічне і водночас переконливе рішення цього питання запропонував німецький логік і філософ Г. Фреге, який уперше обґрунтовано розвів смисл знака, тобто його змістове навантаження, і денотат знака, тобто частину матеріальної дійсності. Фреге проголосив, що зміст знака не вичерпується вказуванням на деякий клас об'єктів; важливий сам спосіб, у який це вказування робиться. “Знак як такий можна розглядати не лише у зв'язку з тим, що позначається, тобто з тим, що можна було б назвати денотатом знака, а й у зв'язку з тим, що хотілося б назвати смислом знака; смисл знака – це те, що відображає спосіб представлення позначеного даним знаком” [Фреге, 1977, с. 182–183].

На прикладах, що стали класичними, Фреге показав, що один і той же денотат вербально може бути визначений по-різному. Так, “уранішня зірка” і “вечірня зірка” означають один і той же об'єкт, але в різних модусах. І річ тут не у формальній відмінності термінів, а в тому, що один і той же об'єкт визначено за допомогою різних характеристик, і саме цю специфіку визначення відтворено в смислі. Це буде особливо наочно, якщо згадати, що до певного часу люди не знали, що тут ідеться про одне й те саме астрономічне тіло – Венеру. Таким чином, для одного денотату можуть існувати цілком різні значення.

У невеликій за обсягом статті Фреге вдалося показати, що існує очевидний “зазор” між мовним значенням і об’єктом, тобто між образом дійсності, представленої в мові, і самою дійсністю. Причому виявилось, що мовне відображення дійсності – це не калька або дублікат останньої, а певний спосіб розуміння, що дає змогу її представити. І це цілком логічно, адже, як уже зазначалося, знак не може сам по собі представляти дійсність – має бути суб’єкт, здатний до його інтерпретації. Саме цей суб’єктивний у своїй основі спосіб розуміння і можна зіставити з поняттям смислу.

Утім, сам Фреге до суб’єктивності смислу ставився дуже обережно. Він говорив, що його треба відрізнити від так званого уявлення, тобто “внутрішнього образу”, який виникає у людини в результаті її взаємодії з об’єктом дійсності – денотатом. Смисл же лежить десь “між” денотатом і уявленням: з одного боку, він не збігається з об’єктом, а з другого – він не такий суб’єктивний, як уявлення [там само]. Тут річ у тім, що значення традиційно розглядають як щось об’єктивне за своїм змістом, на відміну від суб’єктивних індивідуальних образів (нагадаю, що поки поняття смислу і поняття значення не розводяться). Адже значення, будучи закріпленим у мові, має через це надіндивідуальний характер.

Після появи праць німецького логіка стало прийнятим говорити про так званий семантичний трикутник, або трикутник Фреге (рис.). Однією вершиною цього трикутника є знак (ім’я), або, інакше, означувальне. Друга вершина – це значення, що також іменується сигніфікатом, змістом поняття, або означуваним. Нарешті, третя вершина – це певний елемент дійсності – об’єкт чи клас об’єктів, який називається денотатом, обсягом поняття, або позначуваним.

До перипетій усередині семантичного трикутника сучасна лінгвістика додає ще два параметри, що визначають функціонування знака. Якщо відношення всередині трикутника Фреге характеризують змістову віднесеність слова, то так звані парадигматичні і синтагматичні відношення характеризують його співвіднесеність з іншими словами. При цьому парадигматичні відношення визначаються зв’язком знака з іншими знаками як елементами певної словникової множини, простіше кажучи – це зв’язок слова з іншими словами мови. Синтагматичні відношення визначаються зв’язком знака з іншими знаками всередині висловлювання, тобто це зв’язок слова зі словами всередині фрази або речення.

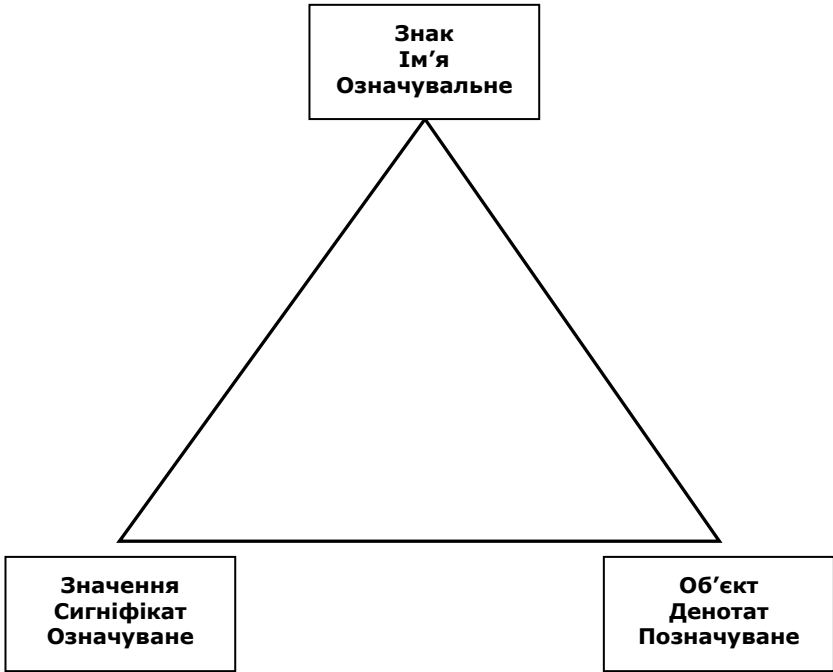


Рис. Семантичний трикутник, або трикутник Фреге

Дуальність синтагми і парадигми стала здобутком наукової лінгвістики після того, як згадуваний вище Соссюр розмежував мову і мовлення як два різні аспекти життя знаків. Парадигматичні зв'язки є зв'язками мовними і при цьому системними. Справді, словесне значення, як правило, вирізняє не окремий об'єкт, а певний клас об'єктів, і якщо навіть ідеться про одиничний об'єкт, то його можна розглядати як клас, що складається з одного елемента. Класифікація ж завжди передбачає деяку системність. Тому будь-який мовний знак виділяє об'єкт не сам по собі, а в співвіднесенні з іншими об'єктами – серед них і на відміну від них. Синтагматичні ж зв'язки – це зв'язки мовленнєві і при цьому ланцюжкові, тобто це зв'язки всередині якоїсь послідовності.

Парадигматичні відношення визначаються номінативною функцією мовлення і мови. Традиційно їх зіставляють з асоціація-

ми за схожістю, тому що і в тому, і в тому випадку групуються слова, що мають спільний смисловий елемент. Справді, якщо значення належать до одного класу, то між ними має бути подібність за тими чи іншими ознаками, на підставі яких вони й будуть схожими. Синтагматичні відношення зіставляють з асоціаціями за суміжністю, тому що тут групуються слова, що відповідають загальній ситуації, тобто слова з однієї історії. Ці відношення визначаються предикативною функцією мови.

Цікаво, що зазначені типи зв'язків, виділені суто теоретично в далекій від природознавства лінгвістиці, знайшли несподівані емпіричні кореляти в нейрології і психіатрії. Уперше на зв'язок синтагматичних і парадигматичних відношень з двома типами афатичних (мовних) розладів указав Р. Якобсон [Якобсон, 1990]. Надалі ці розлади були співвіднесені з локалізацією ушкоджень головного мозку [Лурия, 1998]. Так, у випадку ураження передніх ділянок мовних зон лівої півкулі порушується предикативна організація мовленнєвого акту: виникає явище так званого телеграфного стилю, коли фраза зводиться до називання предмета, не перетворюючись на розгорнуте висловлювання. Тут ідеться про порушення синтагматичної вербальної організації. Такого типу розлади можуть проявлятися також у тому, що хворі нездатні змінити форму слова або виділити його складові. У хворих з ураженням скроневих ділянок лівої півкулі спостерігається заповнення мови літеральними або вербальними парафазіями при відносному збереженні її інтонаційно-мелодійного ладу, тобто основна мовленнєва проблема полягає тут у виборі слова. Ця ж проблема може проявлятися в тому, що у хворих з'являються утруднення в називанні предмета, який визначається ними не прямо, а тільки опосередковано, через свої ознаки. У цьому випадку можна говорити про суто парадигматичні афатичні розлади.

Наведені дані свідчать про те, що синтагматичні і парадигматичні зв'язки належать не просто до формально-лінгвістичних категорій аналізу. Можливість порушення окремо кожного з них онтологізує їх як функції нейропсихічної активності мозку. Наявність порушень окремо кожного із цих способів зв'язку свідчить про відносну незалежність їх функціонування як двох типів когнітивних процесів, що беруть участь у мовленнєвій діяльності. При

цьому різна локалізація цих функцій у корі фактично свідчить про їх відносно незалежний філогенетичний розвиток.

Озброєні уявленнями класичної лінгвістики про внутрішні і зовнішні відношення знака, спробуймо перейти до аналізу його змісту, тобто значення. Вище зазначалося, що існування останнього передбачає мовну класифікацію дійсності. Але для того щоб розсортувати ряд об'єктів, потрібні певні підстави, пов'язані з властивостями цих об'єктів. Такий набір значущих для класифікації ознак часто стає основою для визначення значення в психології. Причому йдеться про визначення не лише як теоретичну дефініцію, а і як емпіричну процедуру. В її основі лежить спроба реконструювати значення на основі набору тих характеристик денотату, які йому надаються досліджуваними.

Особливе місце посідав цей підхід у когнітивній психології. Тут утворення понять розглядали як деяку раціональну діяльність, а знаходження системи ознак, за якими вони визначаються, – як відповідь при вирішенні інтелектуальної задачі [Брунер, 1977].

У рамках радянської психології вперше на взаємопов'язаність значення і процесів категоризації вказав Л. Виготський: “Для того щоб передати якість переживання або зміст свідомості іншій людині, немає іншого шляху, окрім віднесення передаваного змісту до відомого класу. Таким чином виявляється, що спілкування неодмінно передбачає узагальнення і розвиток словесного значення” [Виготский, 1982, с. 19]. Звідси випливає відоме визначення значення як одиниці спілкування й узагальнення.

Виділення значення на основі набору ознак набуло особливо-го розвитку в психології завдяки здобуткам емпіричної психосемантики і в першу чергу – методу семантичного диференціала. В основі цього підходу лежить класична психологічна методика – асоціативний експеримент. Вона має чимало модифікацій, за однією з яких випробуваний називає або випишує ряд асоціацій на запропонований йому стимул. Якщо досліджується природа значення, то цим стимулом є певне слово, зміст якого потім реконструюється на основі отриманих в експерименті вербальних реакцій.

Ідея полягала в тому, щоб визначити значення через ряд суб'єктивно близьких до нього значень. Адже, як уже зазначалося вище, мова – це система, і будь-яке значення можна встановити тільки всередині цієї системи. Слід зауважити, що спосіб виділення

значення на основі ряду асоціацій – суто психологічний, а не логічний: ідеться про суб’єктивну вписаність значення всередині системи, а не про строге його визначення. Водночас вважається, що за характером асоціацій можна відтворити семантичний склад слова-стимулу [Петренко, 1989]. Ця думка якраз і спирається на розуміння значення як набору відмітних ознак. Передбачається, що асоціації і слово-стимул мають хоча б одну спільну семантичну ознаку. Тоді, збираючи всю множину можливих асоціацій, ми тим самим маємо можливість отримати і весь набір ознак.

Один з варіантів асоціативного експерименту полягає в тому, що на слова-асоціації накладаються обмеження: скажімо, це можуть бути тільки прикметники, або, у більш загальному випадку, словосполучення предикативного характеру. Випробуванням у такому експерименті пропонується записати всі прикметники (або словосполучення), за допомогою яких може бути охарактеризований семантичний об’єкт. У результаті набирається цілий масив ознак, що стосуються значення стимульного слова.

Але отримані в такий спосіб характеристики можуть бути більш або менш вираженими, а значить випробувані можуть оцінити міру цієї вираженості. Тож до процедури асоціативного експерименту додається процедура так званого суб’єктивного шкалювання. Вона полягає в тому, що випробувані не просто описують об’єкт за допомогою ряду характеристик, а й оцінюють міру вираженості тієї або тієї характеристики. У результаті будь-яке значення може бути зіставлене з рядом чисельно виражених ознак. Отриманий числовий масив піддається математичній обробці, мета якої – виділення так званих головних факторів, які “стоять” за семантично представленими характеристиками. Це дає змогу усунути синонімічність ознак і виявити шкали, що не зводяться одна до одної, за якими й здійснюється суб’єктивне оцінювання об’єкта. Останній, таким чином, може бути розміщений у просторі лінійно незалежних факторів, тобто таких факторів, кожен з яких є самостійним параметром оцінювання, не пов’язаний з іншими і не похідний від них.

Виявилось, що отримані для різних об’єктів і для різних груп випробуваних фактори тяжіють до інваріантної структури “оцінка – сила – активність”. Тобто, якщо проводити процедуру семантичного диференціала на різному стимульному матеріалі і на різних

вибірках, то виявлена в результаті картина буде відносно незмінною, і в обрахованій факторній структурі швидше за все проявляться саме ці три параметри. Це дало можливість побудувати спільний простір оцінювання для різних об'єктів, який зазвичай позначається як ЕРА (від “Emotion – Potency – Activity”). Завдяки цій особливості семантичний диференціал і дістав свою назву, оскільки, розміщуючи значення в спільному просторі, ми отримуємо можливість для їх порівняння, тобто для диференціації значень одне щодо одного.

Інваріантність виділених факторів свідчить про універсальний характер їх прояву в суб'єктивних репрезентаціях. Звісно, різні об'єкти навколишньої дійсності можуть мати свої особливі параметри оцінювання, проте класичний набір факторів можна вважати репрезентативним у межах різних денотативних сфер. Це означає, що отримані шкали мають неспецифічний (поліденотативний) характер, вони не залежать від природи оцінюваного об'єкта. Тобто існує така собі суб'єктивна “нечуттєвість” до специфічних ознак різних об'єктів на певному рівні відображення: об'єкти різної природи можуть бути визначені поза їхніми денотативними характеристиками. Крім того, спільність факторів для різних об'єктів означає, що напрям оцінювання в даному випадку заданий не об'єктом. Специфічні ознаки останнього на певному рівні не викликають інтересу. Метод семантичного диференціала, таким чином, виявив неспецифічну реакцію, яка лежить у глибині суб'єктивного сприйняття значення. Його шкали, котрі на відміну від специфічних денотативних характеристик іноді називають конотативними, відображають не так ті критерії, за якими об'єктивно виділяється значення, як параметри, важливі для суб'єктивного сприйняття.

Те, що в результаті процедури емпіричної реконструкції значення було отримано суб'єктивне ставлення до об'єкта, пояснюється в першу чергу особливостями методу збирання даних, тобто асоціативного експерименту: все-таки слова-асоціації задають суб'єктивно-психологічну, а не понятійно-логічну близькість значень. Зокрема, ознаки об'єкта, за допомогою яких його характеризують випробувані, у рамках процедури семантичного диференціала зовсім не зобов'язані бути об'єктивними відмітними ознаками цього об'єкта, – по суті, це просто суб'єктивна реакція на нього.

Проте залишається відкритим запитання: чому така реакція відтворює не об'єктивні ознаки, а суб'єктивне ставлення? Це досить цікаво з огляду на те, що значення традиційно розглядають як засіб і результат усвідомленого ставлення людини до світу. Усвідомленість же передбачає здатність бачити об'єкт безвідносно до індивідуальних мотивів і потреб, тобто таким, яким він є сам по собі, об'єктивно [А. Н. Леонтьєв, 1975]. Значення як соціально-історичний феномен, що усталився в мові, своєю суттю надситуативне і лежить поза конкретними індивідуальними ставленнями. Тому засвоєне значення завжди відділяє об'єкт від суб'єкта, а суб'єкта – від ситуації. І в той же час вільний опис значення через множину ознак знову повертає йому цю пристрасність. Як це пояснити?

Для цього необхідно повернутися до психологічного статусу функціонування значення. Будучи соціально-історичним феноменом у плані філогенезу, у своєму актуальному існуванні значення можливе тільки як аспект суб'єктивного відображення дійсності. Функціонуючи в індивідуальній свідомості і утворюючи тканину цієї свідомості [А. Н. Леонтьєв 1975; Петренко, 1989], значення не відокремлюване від цілісності психічного життя, а значить і мотивів, потреб, ставлень. В. Вілюнас вважає, що емоційне переживання є онтологічною передумовою існування психічного образу, будучи конкретно-суб'єктивним підґрунтям існування відображуваного в ньому змісту [Вілюнас, 1989]. Дійсно, психічне як спосіб відображення дійсності зі свого внутрішнього боку, тобто як те, що її відображає, є суб'єктивним за своїм сутнісним визначенням. Тому якщо я навіть і знаю об'єкт як “сам по собі”, то водночас він існує і як об'єкт “для мене”. Цю діалектику об'єктивного і суб'єктивного в змісті слова О. М. Леонтьєв відтворив у термінах “значення”–“смісл” [А. Н. Леонтьєв, 1975; 1981], і тут уперше ці два терміни розведено.

Важливо усвідомлювати, що об'єктивність, або, точніше, об'єктивованість значення, не властива йому від початку. Це той статус, який може досягатися в процесі розвитку суб'єктивного відображення дійсності при символічному опосередкуванні.

Виготський виділяє кілька стадій розвитку значення в онтогенезі [Виготский, 1982]. На першій із них у значенні відображується ще не оформлене до кінця синкретичне зчеплення об'єктів, які в досвіді індивіда виявилися ситуативно пов'язаними між со-

бою. Тут суб'єктивне ще не відокремлене від об'єктивного, і зв'язок вражень і думок приймається за зв'язок речей. На другій стадії, стадії комплексного мислення, групування предметів здійснюється вже на підставі їхніх об'єктивних, чи, краще сказати, об'єктних, властивостей. Тут ідеться не про абстрактний, а про суто конкретний, речовий зв'язок між конкретними ж предметами. Для комплексу характерна наявність неусталених зв'язків: об'єкт, включений до комплексу, може співвідноситися з ним на підставі не однакових і фіксованих, а різних ознак. Скажімо, один об'єкт може бути туди включений тому, що він відповідає за формою, інший – тому, що відповідає за кольором і т. ін. І тільки на пізніших стадіях формується значення, виділене на основі абстрактних усталених ознак. Тому, як зауважує Виготський, слова дитини можуть збігатися із словами дорослого у своїй предметній віднесеності і при цьому не збігатися у своєму значенні – вони можуть вказувати на одну і ту саму річ по-різному. Це те саме, про що писав Фреге: спільність денотату не означає спільність значень.

Розвиток значення в онтогенезі безпосередньо пов'язаний з процесами формування у дитини здатності до узагальнення. В. Давидов зазначає, що у дітей дошкільного віку узагальнення реалізується на основі безпосереднього сприймання, а у дітей молодшого шкільного віку – на основі уявлень. В обох цих випадках узагальнення відбувається на підставі зовнішніх ознак об'єктів, за якими дитина орієнтується, виконуючи предметні дії, а не шляхом виділення істотних зв'язків. У старшому шкільному віці узагальнення також іще спирається на сприйняття й уявлення, але воно вже пов'язане з виділенням внутрішніх зв'язків об'єктів і ґрунтується на розумовому системному аналізі навколишньої дійсності [Давыдов, 1972].

Але й у дорослої людини категоріальне узагальнення зовсім не обов'язково базується на виділенні істотних і системних ознак об'єктів. О. Лурія досліджував способи класифікації об'єктів, характерні для людей, що живуть в умовах “елементарної соціально-економічної практики” і не здобули навіть початкової освіти [Лурія, 1998]. Вони демонстрували спосіб класифікації предметів, який є швидше предметно-практичним, а не абстрактно-логічним. Але ж і мовні значення є культурним набутком, який формувався упродовж дуже тривалого історичного періоду і більшою своєю

частиною закорінений у часи, дуже далекі від масового поширення писемності. Отож стає зрозумілим, що процес виділення значення не повністю витканий з логічних силогізмів, тим більше далеко не завжди значення проходить шлях до рівня відрефлексованого **поняття**, в якому критерії виділення денотативної сфери є усвідомленими і раціональними. Тому цілком зрозуміло й те, що система значень не обов'язково відображає об'єктивну класифікацію предметів і явищ дійсності, а ознаки, за якими робиться ця класифікація, також не обов'язково відтворюють істотні і регулярні зв'язки цих предметів та явищ. Це підтверджують і лінгвістичні дослідження, які показують, що категоріальні класифікації світу, представлені в мові, відображають швидше практичний досвід взаємодії із цим світом, а не його абстрактні системні зв'язки [Лакофф, 1988]. Тому наявність у змісті нібито об'єктивного і позаіндивідуального значення, яке формує саму тканину свідомості, суб'єктивно-оцінних параметрів категоризації дійсності є цілком зрозумілою.

Загалом виділення значення на основі відмітних ознак – методологічно підступна процедура, і не дивно, що в результаті побудови семантичних просторів зникає “денотативність”, тобто те, що насправді утворює тканину і сутнісну основу змісту знака – адже той вказує на певний пласт реальності, певну об'єктивність. Річ у тім, що виділення об'єктів за наданими їм характеристиками фактично можливе тільки при первинному “припущенні” денотативної сфери, усередині якої виділяються ці об'єкти. Адже ознаки тому й відмітні, що вони вирізняють об'єкти всередині певного наперед заданого класу. Скажімо, за ознакою розміру ми можемо відрізнити слона від слоненяти, але розмір здатний конкретизувати об'єкт, тільки якщо ми заздалегідь розуміємо, що йдеться саме про слонів. Тобто виділення значення на підставі ряду характеристик можливе тільки за умови врахування певних початкових пресупозицій (припущень), що маються на увазі. Причому їх очевидність може виявитися цілком ілюзорною. Наприклад, ознака розміру для розрізнення слона і слоненяти перестане працювати, якщо виявиться, що існують ще й карликові слони.

Далі, існують ситуації оперування значенням, коли наявність пресупозицій залишається неначе за кадром. Два типи таких ситуацій розглядає Виготський [Виготский, 1982]. Перша стосується діалогу або полілогу суб'єктів про наперед відомий їм предмет, що

мається на увазі. Друга стосується внутрішньої мови, де предмет думки наперед відомий за визначенням, адже ми завжди знаємо, про що думаємо. В обох випадках спостерігається тенденція до зростання предикативності в мовленні – зовнішньому або внутрішньому, підмет при цьому часто не зазначають. Якщо він пропускається постійно, то його функції перебирає на себе предикат. Предмет при цьому починають називати за відмітними ознаками (наприклад, чехівські Товстий і Тонкий). Такий мовний зворот зветься метонімією. Вважається, що відмітні ознаки денотату якраз і кладуться в основу його найменування [Гак, 1971]. Утім, це не єдиний спосіб породження нового позначення. Якісно відмінним від метонімії способом творення найменування є метафоричний зворот, але про це трохи згодом.

Отже, відмітні ознаки здатні “замінити” об’єкт і бути його репрезентантом, тільки якщо відома предметна сфера, з якої цей об’єкт вибирається. І якщо ми намагаємося визначати значення через ознаки, то повинні пам’ятати, що це може бути коректним тільки після попереднього визначення пресупозицій (наприклад, класичне наукове визначення виду всередині заданого роду). Водночас процес такого визначення теоретично може йти в нескінченність, а практично рано чи пізно упирається в деяку аксіоматичну “очевидність”. Як тільки ця “очевидність” стає “само-собойною”, ознаки починають перебирати на себе функції підмета і репрезентувати сам об’єкт.

Вище було з’ясовано, що значення є аспектом суб’єктивного відображення реальності, або, як часто говорять філософи, “ідеальним образом предмета”, або ж “образом, що існує в голові людини” [Нарский, 1969; Востоков, 1969]. Але чим, власне, є цей ідеальний образ, що звично “розмістився” в нашій голові? З огляду на психофізичну проблему ми розуміємо, що, строго кажучи, ніякого образу в голові немає – йому не місце поряд з нейронами, судинами і т. ін. Саме за метафоричні “ідеї” і “образи” критикують так званий менталістський погляд біхевіористи. Відкидаючи такого роду ідеалістичні конструкти, вони розробляли теорію значення в межах поняття диспозиції, тобто схильності до певних реакцій. Їхня логіка цілком зрозуміла: “Якщо ми дотримуємося матеріалістичних поглядів, то повинні постулювати матеріальні події для значення, а потім досліджувати теоретичні наслідки з цього постулату”

[Osgood, 1953, p. 681]. Такою матеріальною подією для біхевіористів, як відомо, є спостережувана поведінка, тому розв'язання будь-якої психологічної проблеми для них можливе тільки в термінах зовнішньої дії або реакції. Але пояснювати поведінку людини поза конструктами її внутрішнього світу, тобто образами і переживаннями, дуже складно, і позитивістськи налаштовані психологи змушені вводити так звані проміжні змінні, щоб розімкнути безпосередність зв'язку “стимул – реакція”. Але тут постає нове запитання: який онтологічний статус цих змінних і, зокрема, що таке власне “диспозиція”? Чим вона краща за “образ”?

Виходитимемо з того, що строгий науковий аналіз можливий і поза біхевіоризмом. Проте поняття “ідеальний образ” вимагає свого уточнення. Важливо пам'ятати, що це процес і результат суб'єктивного відображення, а не фотографічний знімок дійсності, який висить десь у повітрі і сам по собі має онтологічний статус. Повною мірою це стосується і значення: значення – це не річ, а процес, як помітив О. О. Леонт'єв [А. А. Леонт'єв, 1971]. Він вважає, що семантичні ознаки значення можна розглядати як критерії вибору слова з довготривалої пам'яті. О. Шмельов зауважує, що порядок пошуку і перевірки ознак задає їх ієрархію в структурі значення. При цьому будь-яке значення є алгоритмом лише часткової категоризації [Шмельов, 1983]. Це означає, що значення ніколи не буває застиглим відбитком з реальності, його межі завжди мають відкритий характер, а зміст довізначається залежно від ситуації.

З останнім твердженням перегукується теорія Л. Заде, в якій значення розглядається в категорії нечітких множин [Заде, 1976]. І справді, константність значення досить ілюзорна, що можна помітити, коли звернутися до будь-якого тлумачного або білінгвістичного словника: одне слово розкривається через різні значення або смислові відтінки залежно від ситуації або характеру його вживання. І йдеться не про омоніми – не про різні значення всередині одного знака, а швидше про багатовимірність і навіть нечіткість денотативної сфери, яка визначається даним знаком і відповідає даному значенню.

З приводу проблеми багатозначності слова існують різні думки [Левицкий, 1971]. Згідно з однією з них між окремими значеннями багатозначного слова існують ієрархічні відношення. Водночас відомо, що в пам'яті людини не можуть бути дискретно

зафіксовані всі варіанти значень з її словникового запасу [Брудный, 1971]. Тож було зроблено припущення, що існує певне загальне, стрижневе значення, а інші значення слова є його варіантами. Але більше поширена думка, що стрижнем є не окреме значення, а семантичні елементи, спільні для всіх значень багатозначного слова [Гак, 1971; Шмелев, 1983]. Тобто йдеться про певний семантичний базис, який довизначається залежно від ситуації вживання слова, формуючи його багатозначність. Ми знову повертаємося до того, що значення отримує визначеність тільки всередині певного контексту, певної денотативної сфери, у межах яких воно застосовується. Крім того, є свідчення, що цей семантичний базис багатозначного слова взагалі не має свого власного денотату, тобто основа полісемічних слів під кутом зору суб'єктивної представленості існує без референції до конкретних об'єктів [Ушакова, Белова, Валуева, 2010].

Вищесказане є конкретною психологічною демонстрацією доволі вільних відношень усередині семантичного трикутника: значення як психічний процес не є однозначно детермінованим ані словом, яким воно позначається, ані денотатом, з яким воно співвідноситься. Це, зокрема, означає, що в процесуальному плані значення є відносно незалежним від знака: ми не завжди маємо наготові слово, щоб точно виразити той смисл, про який намагаємося сказати. Іноді ми просто забуваємо потрібний термін, а то й узагалі не можемо підшукати потрібні слова для втілення змісту думок або почуттів. І навпаки, часом смисл того чи іншого терміна ми можемо відтворити лише приблизно, з тією чи іншою мірою точності застосовуючи його до більш-менш чітко окресленої предметної сфери. Тобто в психологічному плані значення характеризується тією або іншою мірою визначеності щодо реальності, яка репрезентується.

Видається цікавим зіставити ці міркування з діалектикою смислу і значення, як її висвітлено в класичній праці Виготського “Мислення і мовлення”. Якщо на її початку центральним конструктором обрано саме значення, яке розглядається як одиниця і спілкування, і узагальнення, то під кінець змістові акценти переносяться вже на смисл, а осмислене слово постає як мікрокосм людської свідомості в цілому [Виготский, 1982]. Виготський розуміє, що, незважаючи на важливість словесного опосередкування для формування когнітив-

них узагальнень, сама думка не зводиться до вербального вираження і ніколи не вичерпується ним. Крім того, закони її формування відрізняються від законів мовленнєвої діяльності. Розуміння від початку симультанне (і, можна сказати, синтетичне), воно розгортається від цілого до частини. Те, що в думці було нероздільним, у мовленні розгортається послідовно, сукцесивно, причому від частини до цілого. Для того щоб розкрити цей суб'єктивний аспект мислення, що не зводиться до словесного значення, хоча й опосередковується ним, Виготський і вводить поняття смислу.

Категорія смислу, введена таким чином, якраз і відображає процесуальний бік функціонування значення, про який йшлося вище. Це пояснює і відносну незалежність останнього від слова: розуміння якогось предмета може формуватися і поза знаковим опосередкуванням. Крім того, континуальність і плинність психічного процесу, що стоять за суб'єктивним відображенням дійсності, лише з тією чи іншою мірою адекватності можуть бути трансльовані дискретною та константною знаковою системою, і не дарма говорять, що думка, виражена в слові, є хибою. Як зазначає Виготський, смисл – це щось не до кінця визначене і нечітко розмежоване: “сенси неначе вливаються один в одного і неначе впливають один на одного так, що попередні начебто містяться в наступному або його модифікують” [там само, с. 349]. Вище йшлося якраз про неповну визначеність і розмитість значення.

Так само і розуміння слова не є однозначно детермінованим певним знаком, а, будучи психічним процесом, може мати ту чи іншу міру повноти і визначеності та відображати той чи інший рівень обізнаності щодо репрезентованого денотату. Тут стає наочною також і залежність розуміння знакового змісту від суб'єктивного погляду, оскільки це розуміння безпосередньо пов'язане з індивідуальним досвідом. Вище вже зазначалося, що способи розуміння денотату (тобто значення слова) у дитини і дорослої людини відрізнятимуться. Але так само вони можуть відрізнятися у дорослих людей із різним рівнем або характером обізнаності щодо позначеного предмета. Лурія вважав, що саме ця індивідуальність поглядів, яка забарвлює соціально погоджений знаковий зміст, і пов'язана з поняттям смислу [Лурія, 1998].

Отож, розглядаючи значення як процес відображення, ми знову виходимо на категорію смислу, яка виражає реальний акт

оперування знаком в індивідуальній свідомості. Смысл і значення відбивають тут діалектику внутрішнього психічного процесу і зовнішнього об'єктивованого результату. Цю ж діалектику було виявлено і в емпіричних дослідженнях розумових процесів, зокрема під час вирішення логічних задач. Тут ідеться про згорнуте, недиз'юнктивне розуміння і послідовне раціональне обґрунтування. Так, А. Брушлинський описував взаємозв'язок інтуїтивного аспекту мислення, коли рішення просто стає очевидним, тобто безпосередньо даним, для випробуваного, і логічного аспекту, опосередкованого розгорнутим виведенням із використанням силогізмів [Мислення..., 1982]. Було показано, що, з одного боку, мислення неможливе без такого опосередкування, з другого – не вичерпується ним. Іноді відкриття відбувається інсайтом як інтуїтивно отриманий результат, для якого шукається об'єктивне обґрунтування; іноді ж логічне обґрунтування здійснюється разом з відкриттям і невідривно від нього. І в тому, і в другому випадку мислення розглядається як недиз'юнктивний психічний процес, що належить суб'єктові і має особистісне забарвлення. Логічний же висновок, включений у мислення, за визначенням є диз'юнктивним і неупередженим.

Тут Брушлинський розвиває ідеї С. Рубінштейна, згідно з якими формула силогізму виражає не хід процесу мислення, а ті умови, котрі повинен задовольняти результат цього процесу [Рубінштейн, 1958].

Нерефлексований аспект розумової діяльності досліджував також О. Тихомиров, якому належить відкриття феномена так званого емоційного передрішення [Тихомиров, 1998]. У процесі вивчення шахової гри було виявлено, що один і той самий елемент ситуації може поставати для випробуваного в різній якості – залежно від етапу обмірковування завдання. Цю специфіку бачення ситуації дослідник назвав невербальним операціональним смыслом. “Невербальним” – тому що рефлексія й озвучування цих смислів виникали не одразу і не завжди. Смысли передують інсайту вирішення, який надалі піддається оцінці і перевірці. Причому ще до появи відповіді виникали різкі зміни ШГР (шкірно-гальванічної реакції), пов'язаної з неусвідомлюваною емоційною реакцією.

Дослідження Тихомирова дають змогу доповнити те, що мав на увазі під смыслом Виготський, тобто невербальний аспект мис-

лення, тим, чим наділяв це поняття Леонт'єв, а саме – живим зв'язком з емоційно-оцінним аспектом психіки. Водночас емоція тут не є індикатором відповідності ситуації потребам і мотивам, адже запропоновані випробовуваним завдання відповідали тільки короткостроковим цілям. Емоція в даному випадку слугувала суто когнітивним інтенціям, являючи собою оцінку відповідності набутих зв'язків правильному вирішенню. У будь-якому разі смисл може бути зіставлений з тим аспектом формування думки, який не зводиться до вербального висновку, до дискретних понятійних форм вираження думки і, зокрема, не вкладається в схему логічно-силогізму.

Звісно, це не означає, що процес мислення у своєму розвитку не пов'язаний з логікою. Ідеться про те, що в онтологічному плані він є чимось більшим, ніж раціональність, або ж чимось іншим. Зрозуміло, що логічні зв'язки так чи інакше вплітаються в тканину, а значить і процес вирішення. Логіка – це інструмент мислення і разом з тим критерій оцінювання результату. Водночас психічне підґрунтя цього процесу не є дискретним та аналітичним. Це та синтетика зв'язків, яка не є від початку усвідомлюваною та знаково опосередкованою і яка не зводиться до фіксованого та свідомо відображуваного поняття. І при словесному, і при логіко-силогістичному опосередкуванні думки яскраво проявляється її процесуально-психічний характер, який не може бути зведений до диз'юнктивних форм. Водночас саме ці опосередковуючі компоненти дозволяють, по-перше, розвинути симультанний і подекуди ще неясний її зміст, по-друге – видобути його назовні, що дає можливість не просто донести його до інших, а й поставитися до нього самому суб'єктові, що забезпечує рефлексію та об'єктивацію цього змісту.

Ми розглянули діалектику значень і смислів у мовленнєвому вираженні думки. Не менш цікавою психологічною проблемою видається зворотнє завдання – процес розуміння мовлення. Вище вже зазначалося, що більшість слів мовного тезауруса багатозначні. Тим більше неоднозначним може бути цілий вербальний вираз – не випадково такою складною є проблема автоматичного перекладу з однієї мови на іншу. Текст, пропущений через електронний перекладач, зазвичай буває абсурдним, тому що програма “не знає”, який з можливих варіантів значень треба вибрати. Як же відбувається декодування слів і виділення потрібних значень у процесі

сприймання мови в міжсуб'єктному спілкуванні? З усіх можливих значень слова ми вибираємо ті, які роблять осмисленим ціле повідомлення. Тут ми потрапляємо в замкнене коло: для того щоб зрозуміти значення окремого слова, треба зрозуміти зміст цілого вислову або тексту; але зміст вислову і тексту сам базується на розумінні смислу окремих слів. Отримана суперечність називається проблемою герменевтичного кола.

Психологічні дослідження міжособової комунікації свідчать про те, що декодування реципієнтом мовного повідомлення відбувається шляхом послідовного висунення і перевірки гіпотез. Цей процес спрямований на знаходження серед безлічі значень релевантних варіантів і звичайно є згорнутим та неусвідомлюваним. Провідним чинником відбору при цьому стає контекст [Краусс, 1988].

Що цікаво, класики філософської герменевтики на основі інтуїції (це традиційний метод у межах даного напрямку) прийшли до схожого способу вирішення проблеми герменевтичного кола в контексті взаємодії цілого і частини, окремого твору і літературного жанру. Так, В. Дільтей вважав, що зазначене ускладнення в інтерпретації текстів на практиці найкраще вдалося вирішити Ф. Шляйєрмахеру: “Він розпочав з огляду структури, що можна було б порівняти з поверховим читанням; шукаючи навпомацки, він охоплював увесь контекст, висвітлював утруднення, уважно зупинявся на всіх тих місцях, що давали ключ до розуміння композиції” [Дільтей, 1996, с. 49].

При цьому Дільтей зауважує, що будь-яка інтерпретація тексту є відносною, будь-яке його розуміння не може бути абсолютно вичерпним [там само]. І справа тут не лише і не стільки в багатозначності окремих слів, а передусім у неоднозначності тлумачення тексту як цілого. Це ще одна класична проблема герменевтики. Як усвідомлена філософсько-теологічна колізія, вона постає вже перед ранніми християнськими теологами, які розуміють, що в будь-якому тексті можна знайти як прямиий, так і прихований, алегоричний зміст. Вважають, що саме спроба розібратися в такій хисткій неоднозначності вперше послужила причиною для розмежування термінів значення і смислу щодо знакових повідомлень [Д. А. Леонтьєв, 1999]. Відповіддю на запитання: скільки значень може мати текст – одне чи декілька, став висновок, що він має одне значення, але декілька смислів.

Ще більш виразно проблема смислової неоднозначності проявляється щодо літературних текстів. “Що хотів сказати своїм твором автор?” – запитання, яким переймаються школярі і літературні критики. І якщо вірити, що воно таки коректне, то стає очевидним, що єдиної правильної і вичерпної відповіді на нього немає. Так само очевидно й те, що виявлення смислу художнього твору виходить за межі семантичного дискурсу, про який, власне, йшлося в цьому розділі. Глибини смислу, які відкриваються в справжньому літературному тексті, не лежать у площині знакових інтерпретацій. Витвір мистецтва співмірний із самим життям: його мало пізнати – його треба пережити. Категорія смислу, таким чином, набуває нового змісту: з когнітивної сфери вона переходить у чуттєву. А втім, розуміння тексту як витвору мистецтва, навіть утіленого в знаковій формі, співвідноситься швидше з категорією образу, а не знака.

Тут тільки важливо зробити застереження, що як стосовно слова, так і стосовно тексту категорія смислу оприявнюється, коли виникають сумніви щодо визначеності знакового змісту, його незалежності від суб’єктивних інтерпретацій. За смислом приховується онтологія функціонування знака, яке є аспектом процесу психічного відображення. Смисл проявляється, коли значення втрачає статус квазіоб’єкта, що функціонує сам по собі, поза суб’єктом. Значення і смисл, таким чином, розділені не в плані онтології, а в плані гнозису, а їхній взаємозв’язок відбиває діалектику процесу і результату психічного відображення, безпосередньо пов’язану з діалектикою суб’єктивного і об’єктивного, індивідуального і соціального.

Смисл символу

Як і знак, символ є об’єктом, що відсилає до певного пласта реальності, але на відміну від знака йому не властиві умовність, матеріальна нейтральність щодо цього пласта реальності. Теоретичні концепції, що висвітлили цю проблему, можливо яскравіше за інші, дуже умовно можна поділити на психоаналітичні, дотичні до них структуралістські та ідеалістичні.

Ясно, що розмову про перші, психоаналітичні, доречно було б почати з розгляду концепції З. Фрейда. Фігура символу явно або неявно присутня у двох основних темах, що лежать у мейнстрімі фрейдистського аналізу – психології неврозу і психології сновидіння. Якщо свою головну працю, присвячену сновидінням, Фрейд прямо називає “тлумаченням”, що вже неявно вказує на присутність символу, бо передбачає наявність іншої, прихованої реальності, то про символічний характер невротичного симптому спочатку прямо не йдеться. Водночас сама психоаналітична теорія дає підстави для таких інтерпретацій.

Вивчаючи невротичну симптоматику, Фрейд виявив, що вона є свого роду відображенням травматичних сцен, що сталися в минулому пацієнта. Але причиною неврозу, на думку основоположника психоаналізу, є не самі по собі травматичні події, а те, що спровокований ними афект свого часу не дістав безпосереднього виходу. Шлях до “нормального” вираження травматичних переживань перекривається внутрішньою цензурою (“Над-Я”), і вони не доходять до свідомості хворого. Афект, що не вилився і не був пропрацьованим, продовжує існувати в несвідомому як витіснене (“Воно”), знаходячи своє вираження в невротичному симптомі. Роль психоаналізу як терапевтичної процедури полягає в тому, щоб повернути відторгнуте цензурою переживання до свідомості [Фрейд, 1980]. Сфера витісненого – не лише психотравми, а й думки та бажання, що не пройшли цензуру. Вони також прагнуть свого вираження, використовуючи для цього образний ряд сновидінь. Але дія сил цензури призводить до того, що сон відображає лише спотворений зміст життя в несвідомому [Фрейд, 1991].

Отже, і невротичні симптоми, і образи сновидіння є свого роду виразниками витісненого змісту, а значить їх можна розглядати як символи. Сам Фрейд вважав, що зміст сновидіння – це переклад думок іншою мовою, знаки і правила якої повинен вивчити психоаналітик [там само].

Цікаво, що той, для кого призначено символічне послання, і водночас той, хто його відправляє, не в змозі самостійно прочитати це звернення, адже його зміст перебуває у витісненому. У чому ж тоді його смисл? Він захований у безпосередньому проживанні або симптоматичної дії, або змісту сновидіння. Як би там не було, у Фрейда йдеться про отримання задоволення.

Символічний характер проявів несвідомого (витісненого), а також застосування дискурсивної практики як основного методу лікування в психоаналізі стали джерелом натхнення для відомих представників структуралізму і філософської герменевтики. Так, П. Рікер убачав у дослідженнях Фрейда можливість розширити застосування семіотики до “темних меж мовчазного бажання, що передує мові” [Рікер, 1996, с. 6]. Значення психоаналізу при цьому полягає в тому, що він здатний реконструювати втрачений смисл символічних утворень – симптомів, дій, образів. Саме завдяки психотерапевтичному дискурсу всі вони інтегруються у зв’язну історію, яка може бути переказана.

Але що являє собою ця історія і який насправді вона має стосунок до подій, що її породили? Ж. Лакан вважає, що приблизно такий же, як міф про заснування міста – до реальної історії його виникнення [Лакан, 1995]. Але, за Лаканом, це не є недоліком, адже “в психоаналітичному аналізі йдеться не про реальність, а про істину, бо дія повного мовлення полягає в тому, що воно упорядковує випадковості минулого, надаючи їм смислу прийдешньої неминучості” [там само, с. 26]. Історія, таким чином, з науки перетворюється на художнє оповідання, що має значення не тому, що відповідає первинним подіям, а тому, що адекватне їхньому смислу. При цьому заклик Лакана про повернення до ідей Фрейда виявився не позбавленим певної іронії. Психіатр Фрейд не був схильний розглядати психоаналітичний процес як літературну творчість (швидше вже – літературну творчість як психоаналітичний процес). Результати цього процесу він вважав цілком об’єктивними і такими, що насправді відтворюють дійсність. Але після опосередкування працями модерної філософії психоаналітична практика набуває культурологічну цінність уже незалежно від критерію об’єктивності.

Лакан розглядає невротичну симптоматику як мову, мовлення якої має бути вивільнене. Це вивільнення і здосліджує психоаналіз, який намагається визволити “істинне” мовлення пацієнта. Звідси дослідник робить висновок про те, що витоки невротичного розщеплення лежать у взаєминах власного “Я” суб’єкта і “Я” його дискурсу. Власне “Я” говорить мовою бажання, і говорить підсвідомо [там само].

І справді, якщо несвідоме “говорить” незрозумілою для самого суб’єкта мовою, то саме воно є суб’єктом цього “говоріння”. Виходить, що ми маємо вже двох суб’єктів. Витоки цієї полісуб’єктності насправді криються в самій теорії Фрейда, в якій “Воно”, “Я” і “Над-Я” є самостійними агентами і кожен із них робить свою справу.

Символ, за Лаканом, завжди загрожує нездійсненністю бажань, тому що вже самою своєю появою свідчить про відсутність, або, більш жорстко, вбивство, речі. К. Г. Юнг також убачав у символі мову несвідомого, але саме з цієї причини вважав символ рятівним, адже саме завдяки йому підсвідомі сили душі виносяться в навколишній простір [Юнг, 1997]. Така суперечливість суджень цілком закономірна. З одного боку, репрезентуючи те, чого немає, і водночас намагаючись замінити його, символ свідчить саме про відсутність оригіналу, або, що ще гірше, про його підробку. Саме це має місце при неврозах. З другого боку, символ – це реальний об’єкт, що має не просто логічний, опосередкований зв’язок з позначуванням, але і зв’язок цілком відчутний. Завдяки йому те, чого немає, якимсь чином є в наявності, воно пред-стоїть перед суб’єктом, а значить з ним можна взаємодіяти. Тому символ може бути цілющим. Утім, несвідоме, за Юнгом, багатше і складніше, ніж витіснене Фрейда, а його символіка спокушає загадковістю і явно цікавіша за звичайні сексуальні фетиші.

Та ж сама логіка, яка дозволяє бачити символ у симптомі, об’разі сновидіння або помилковій дії, дала змогу К. Леві-Стросу підійти до дослідження соціально-історичних феноменів з позицій структуралізму. Соціальні звичаї і настановлення він позиціонував як зовнішні прояви несвідомих структур, що лежать в їх основі, причому “їх перелік та існуючі між ними відношення сумісності або несумісності створюють логічні підстави для різних видів історичного розвитку” [Леві-Строс, 1985, с. 30]. Наприклад, розглядаючи настановлення в системі спорідненості, антрополог підкреслює, що йдеться про символи, і це дає йому підстави вести розробки в річищі лінгвістики, відходячи від безпосереднього натуралізму. Як і в попередніх концепціях, символ тут є не так засобом комунікації, як результатом вираження глибинних причин, захованих у несвідомому. Відношення означувального і означуваного тут – це відношення явища і суті.

Комунікативній функції символу приділив увагу інший представник структуралізму – Р. Барт. Він вважав, що будь-який образ, задіяний у масовій комунікації, є дискретним знаком. Роль його означуваного грають емоційно-ціннісні асоціації, викликані цим образом у глядача. Тому такі означувані дістали назву конотативних, а самі означувальні – конотаторів. Тип повідомлення, пов'язаний з образним знаком, було визначено як символічний, або іконічний, а царину, в якій задіяні конотативні означувані, – як царину ідеології [Барт, 1989, с. 297–319].

Треба сказати, що теза про дискретність образу є більш ніж спірною. Якщо знак за своєю суттю базується на системі протиставлень і відмінностей усередині системи [Соссюр, 1977], то художній образ за визначенням може бути будь-яким, а значить і незалежним від системи. Тому до образу, навіть якщо він відсилає до певного означуваного, швидше підійде термін “символ”, а не “знак” (принаймні у вузькому значенні слова). Крім того, оскільки означувальне, у даному випадку – образ, не зводиться суто до репрезентації іншого об'єкта або іншої реальності, а сприймається також і як самостійний об'єкт, то йдеться саме про символ. І сам Барт вважав, що знаковими функціями образне послання не вичерпується: у ньому завжди буде присутній якийсь залишок, котрий зберігатиметься в зображенні, навіть якщо звідти гіпотетично видалити всі можливі конотації. Цей “сухий” залишок було названо денотативним, або буквальним, повідомленням.

Отже, для представників структуралістського і психоаналітичного напрямів символ є виразником того, що не може знайти свого вираження в слові. Воно таїться або в несвідомій, або в емоційно-ціннісній сфері і проглядає назовні через образ, звичай, обряд або симптом. І якщо в знаку психологічний статус його означуваного був спочатку прихований, то для символу він, навпаки, виходить на перший план.

Пафос структуралізму полягає в спробі побачити в символі не просто спосіб вираження прихованого змісту, а елемент мови, тобто знакової системи. Використання символу при цьому має перетворюватися на мовлення. Ідея полягає в тому, що говоріння не призначеними для цього засобами здатне протягти у свідомість контрабандний зміст – або існуюче бажання, що не проходить цен-

зуру (Лакан), або бажання, яке має бути нав'язане реципієнтові комунікатором (Барт).

Але проблема в тому, що “розмову через симптом” у лаканівському варіанті сприймає як “мовлення” тільки психоаналітик; для самого невротика симптом є не *розмовою про* травму, а виразником самої травми. “Розмова про” означає, що її зміст представлено перед комунікатором, – цього ж бути не може тому, що цей зміст якраз і є витісненим. У бартівському варіанті “розмови образом” усе відбувається так само, але в дзеркальному відображенні: читання образів не сприймає як мовлення вже реципієнт такого повідомлення. Зміст образу сприймається не через опосередкований знак, а безпосередньо в самому цьому образі – на відміну від справжньої мови образне повідомлення є невіддільним від свого носія.

Абсолютно особливе місце концепт символу займає в об'єктивному ідеалізмі. Адже символ – це якраз і є речове, тобто об'єктивне, утілення ідеї.

Ф. Шеллінг розглядає символ поряд із схематизмом та алегорією в контексті логічного й онтологічного зв'язку загального і особливого: “Той спосіб зображення, в якому загальне позначає особливе або в якому особливе споглядається через загальне, є схематизм. Той же спосіб зображення, в якому особливе позначає загальне або в якому загальне споглядається через особливе, є алегорія. Синтез того і цього, де ані загальне не позначає особливе, ані особливе не позначає загальне, але де і те і це абсолютно єдині, є символ. Ці три різні способи зображення мають ту спільну рису, що вони можливі тільки завдяки здатності уяви і є її формами, причому лише третій з них є абсолютною формою” [Шеллінг, 1966, с. 106]. Протиставлення загального і особливого – важливий момент у філософії Шеллінга і в проблематиці об'єктивного ідеалізму взагалі. Адже первинною, справжньою сутністю тут є Абсолютне, яке за своїм еством незмінне і неподільне. Світ, природа є способом прояву цього Абсолютного: “Абсолютне, або Бог, є те, щодо чого буття, або реальність, впливає з його ідеї безпосередньо, тобто через простий закон тотожності, або: Бог є безпосереднє ствердження самого себе” [там само, с. 72]. Виникає запитання: а що тоді являють собою окремі тлінні речі, яким чином вони як одиничні особливі об'єкти пов'язані з первинним загальним? Шеллінг відповідає на це запитання так, що саме і

тільки зв'язок (як він називає, “зв'язка”) з первинною субстанцією є істотним у явищах. Множинність же є “властивістю речей, яка їм притаманна, тільки якщо відволіктися від зв'язку; саме тому вона нічого не додає до реальності і не містить у собі нічого позитивного” [Шеллінг, 1989, с. 37–38]. Тут якраз і криється інтрига символу: будучи реальною і одиничною субстанцією, він водночас відчиняє вікно до ідеального світу божественного. Силою, що породжує символи, є людська фантазія, а роль діяльності, здатної його втілити, виконує мистецтво, адже реально споглянуте Абсолютне, за Шеллінгом, є краса [Шеллінг, 1966].

Таким чином, символ у цій концепції стає елементом дійсності, який вказує на світ ідеального, або, точніше, являє його через себе і в собі. Зрозуміло, що поєднання реального та ідеального притаманне будь-якій референції, оскільки, як можна було бачити на прикладі знака, смисловий його аспект завжди лежить у площині суб'єктивного відображення і тому може бути названий ідеальним образом. Але з погляду об'єктивного ідеалізму природа ідеального полягає не в психологізмі, а в тій сутнісній реальності, яка є абсолютно об'єктивною і відтак незалежною від індивідуального погляду. Тому смисл символу тут є безпосередньо денотатом, а означуване і позначене збігаються.

Ідеї, висловлені Шеллінгом, були підхоплені як його сучасниками, так і послідовниками, і зокрема вони перегукуються з естетичною концепцією К.-В.-Ф. Зольгера. Суть проблеми, що лежить в основі філософського твору “Ервін”, буквально та ж сама, яку було розглянуто вище: “як таке можливо, щоб у явищі тимчасовому, і тому недосконалому, набувалися одкровення досконалої суті”? [Зольгер, 1978, с. 399]. Вирішення цієї проблеми Зольгер подає в тому ж ключі, що і Шеллінг, а саме – через досконале діяння мистецтва, яке здатне втілити нетлінну ідею в дійсність, перемагаючи скороминущий характер останньої. Символ якраз і постає як єдність особливого, утіленого й ідеального, загального. Причому, “якщо єдність загального і особливого ми мислимо в загальному, то це ідея; якщо ж ми бачимо його переважно в особливому, то це символ” [там само, с. 228]. Ідея є причетністю речового до божественного, і виявленою вона стає через символ або, точніше, безпосередньо в символі.

Для І. В. Ф. Гегеля символ також є проявом і засобом діяльності фантазії [Гегель, 1977], але її роль у гегелівському раціоналізмі скромніша: фантазія – це тільки щабель до розвитку мислення, а не повноправний прояв сутнісного розуму, як, скажімо, у Зольгера. Адже саме в мисленні розум набуває, за Гегелем, реальності Абсолютного Духу, а субстанцією його стає свобода. У фантазії ж духовна діяльність – інтелігенція – постає ще тільки відносно вільною, оскільки для вираження загальних уявлень вона вимушена зважати на характер своїх образних засобів. Символ у гегелівському розумінні – це “усього лише” художній образ, який з погляду раціонального пізнання не має настільки загальних репрезентативних можливостей, як поняття. “Так, наприклад, сила Юпітера зображується за допомогою орла, тому що орла визнають сильним” [там само, с. 293–294]. І тільки коли зміст загального уявлення стає підтвердженням “у собі і для себе самого”, не потребуючи більше зовнішньої опори образу, воно перетворюється на безпосереднє знання. Замість символу при цьому з’являється довільно вибраний знак. Таким чином, гегелівський символ – це допоміжна опора, “милиця” для інтелігенції, що розвивається; його зовнішня образність повністю підпорядкована ідеальному поняттю і не має самостійної цінності. Така позиція є цілком логічною, якщо враховувати зміщення акцентів з естетики на гностику.

О. Лосев розвиває свою філософську систему в річищі гегелівської діалектики, проте поняття символу в його концепції відіграє особливо значущу роль. Центральним конструктом у філософії Лосева, що становить для нього не лише відправну логічну точку, а й живу, пульсуючу силу – джерело натхнення, стає поняття ейдоса, або ідеї, смислу [Лосев, 1995]. Відштовхуючись від нього, методом діалектичної схоластики Лосев виводить так звану смислову тетрактиду – основні поняття, необхідні для того, щоб мислити ейдос: суще (щось, одиничне), спокій, рух, тотожність, відмінність. Відповідно, смисл у цих категоріях філософ визначає як “рухливий спокій самототожної відмінності, даний як суще, або суще, одиничність, дана як рухливий спокій самототожної відмінності” [там само, с. 17]. Якщо смисл утілюється у своїй інобуттєвій формі, ми отримуємо вираз – завершальний аспект розгляду тетрактиди.

Хоча Лосев від початку розглядає смисл як деякий логічний, умоглядний конструкт, сам дослідник різко заперечує його вторин-

ність щодо суб'єкта: “Було б верхом усякого суб'єктивізму й психологізму і верхом руйнування чистоти феноменолого-діалектичного методу, якби ми раптом, ні з того ні з сього, нав'язали б смислу суб'єктивістичне і випадкове походження, що руйнує його самодостатню природу. Це було б оргією довільної метафізики, що веде до повного анулювання смислу як смислу. Отже, не ми конструємо і усвідомлюємо смисл, не ми виробляємо в ньому смислові розчленування і з'єднання. Звісно, і ми. Але не лише ми, і, оскільки – ми, це не стосується природи смислу. Смисл мислиться як такий, що сам по собі виробляє розчленування і з'єднання, як такий, що сам відносить себе до іншого й інше до себе, як такий, що сам із собою самоспіввідноситься” [там само, с. 22]. Очевидно, що Лосев розглядає смисл цілком у традиціях об'єктивного ідеалізму – як об'єктивно існуючу ідею, яка водночас є і суб'єктом, інтелігенцією, або об'єктивно існуючим мисленням. Інтелігентно заданий вираз, за Лосєвим, є міфом, а ззовні явленою стороною міфу і є символ.

Таким чином, символічний вираз в об'єктивному ідеалізмі – це не лише логічний, а й онтологічний конструкт, так само як і смисл, або ідея, що стоїть за ним, – не тільки (і не стільки) суб'єктивне поняття. Вона не просто мається на увазі, а перебуває як справжня, первинна реальність, яка в цьому символі знаходить своє вираження або ж відкривається в ньому. Символ втрачає тут свою умовність, а смисл – суб'єктивність (адже ідея існує об'єктивно). Але це тільки на перший погляд. Будучи розвитком духу, смисл суттю своєю є втіленням абсолютної суб'єктності і суб'єктивності, яка не є для людини зовнішньою і чужою. Адже і людська особистість являє собою розвиток або втілення ідеї. Подвійну позицію щодо суб'єктивності або ж об'єктивності смислу можна назвати не протиріччям, а діалектикою як основним методом побудови об'єктивно ідеалістичних концепцій. Просто дихотомія суб'єктивного і об'єктивного стає умовною, і кінець кінцем втрата смислом суб'єктивності веде до поширення цієї суб'єктивності на всю об'єктну сферу.

А. Шопенгавер, який, як відомо, різко протиставляв свою концепцію шеллінговському і гегелівському ідеалізму, утім, не змінив традиції розглядати поняття символу в естетичній площині, причому разом із поняттям алегорії [Шопенгауэр, 1999]. А проте

він не вважав, що символ або алегорія спроможні відкрити і втілити нетлінну ідею: на це здатний тільки справжній витвір мистецтва, яке відкриває, або, точніше, виявляє, глядачеві цю ідею безпосередньо. Будь-яке понятійне опосередкування на це нездатне. Ідея становить суть речей, об'єктивацію волі, абсолютної суб'єктивності, яка й оприявнює справжню "річ у собі". Понятійне ж мислення здатне тільки ковзати по поверхні світу явищ, не відкриваючи їхньої суті. Тому алегорія, яка, за Шопенгавером, є витвором мистецтва, що не лише показує свій зміст, а й намагається ще щось позначити, тобто грати роль поняття, свідчить певною мірою про деградацію з погляду художніх потенцій. Під символом філософ розуміє такий вид алегорії, коли "між зображенням і поняттям, що воно виражає, немає ніякого зв'язку, заснованого на підведенні під це поняття або на асоціації ідей, а знак і означуване пов'язані один з одним абсолютно умовно, через позитивне випадкове встановлення" [там само, с. 240].

Інше місце відведено символу в концепції ще одного послідовника суб'єктивного ідеалізму – Е. Кассіра [Кассирер, 2000]. Адже основні напрями культурної діяльності людини – міфологію, мистецтво, мову, пізнання – він розглядає як символи на тій підставі, що кожна із цих сфер виводить із себе свій власний світ смислу. Тобто будь-яка опосередкована репрезентація суттю своєю є символічною вже внаслідок того, що це суб'єктивна репрезентація: внутрішній, суб'єктивний смисл розгортається в зовнішній світ. Перераховані напрями діяльності постають "як духовні функції, передумовою яких не є даний, розділений за певними готовими "ознаками" світ об'єктів, а які самі створюють це розчленування, можливість такого покладання ознак" [там само, с. 366].

Таким чином, якщо раніше ставилося питання про те, чи причетний до постання смислу символу конкретний суб'єкт, то тепер воно звучить інакше: чи стоїть за смислом символу реальний об'єкт?

Смисл об'єкта

З позиції ідеалістичних концепцій випливає, що будь-який об'єкт, відображений у нашій свідомості, представляє, або, краще сказати, утілює, певну ідею чи смисл. Тому сфера застосування цього поняття може бути перенесена з комунікативного простору на всю об'єктну дійсність. Але що являє собою такий смисл?

У контексті концепцій об'єктивного ідеалізму це щось сутнісне й істинне, яке стоїть за видимим об'єктом. Тому зрозуміло, що будь-який об'єкт зобов'язаний мати смисл, бо саме він є первинним, і об'єкт як явище існує якраз завдяки йому. Оскільки смисл (ідея) тут відображає істинне буття, то питання про те, що являє собою смисл, ідентичне питанню про буття взагалі.

Під кутом зору суб'єктивного ідеалізму смисл є певною духовною потенцією, на основі якої для людини конституюється зовнішній світ, і передує будь-якому визначенню об'єктів дійсності. Такий підхід до розуміння смислу характерний і для засновника феноменологічної традиції Е. Гуссерля [Гуссерль, 1998].

Прагнучи досягти трансцендентальної достовірності знання про буття, Гуссерль звертається до свідомої діяльності "Я" як первинної аподиктичної даності і, відповідно, розглядає "об'єктивний" світ як світ, заснований індивідуальною суб'єктивною свідомістю. Основною властивістю свідомих переживань, за Гуссерлем, є інтенціональність, тобто предметність, змістовність свідомості. При цьому "предмет свідомості, залишаючись тотожним самому собі в поточному переживанні, не проникає в цю свідомість іззовні, але перебуває в ній самій як смисл, тобто як інтенціональний результат синтетичної роботи свідомості" [там само, с. 110]. Таким чином, смисл є неначебно внутрішнім суб'єктивним ідентифікатором зовнішнього явища, але водночас і його формувальним базисом.

Ж. Дельоз у своїй "Логіці смислу" також намагається знайти дійсно трансцендентальну, доемпіричну основу філософії [Делез, 1995]. При цьому він рішуче виступає як проти феноменологічного підходу Гуссерля, так і проти об'єктивно-ідеалістичної традиції. Як зауважує Дельоз, і перша, і друга система ставить за підґрунтя сво-

їх філософій первинне “Я”, і саме в ньому бачить джерело смислів. Тільки в об’єктивно-ідеалістичній традиції йдеться про вище божественне “Я”, а в гуссерліанському підході – про Я особистісне, людське. Дельоз не довіряє трансцендентальному характеру отриманих від “Я” індивідуалізованих смислів, і в нього для цього є підстави. Якщо досвід – це результат взаємодії “Я” і “Не-Я”, то для отримання чистого, переддосвідного знання необхідно відмовитися і від “Я”, і від “Не-Я”.

Щоб розв’язати цю проблему, Дельоз з легкістю позбавляє первинності як буття (світ), так і свідомість (“Я”). “Що стосується суб’єкта нового дискурсу (якщо врахувати, що більше немає ніякого суб’єкта), то це – ні людина, ні Бог, а ще менше – людина на місці Бога. Суб’єктом тут є вільна, анонімна і номадична сингулярність, що пробігає як по людині, так і по рослинах і тваринах, незалежно від матерії їхньої індивідуальності і форм їхньої особистості... Дивний дискурс, якому повинна відповідати оновлена філософія і який, кінець кінцем, має справу зі смыслом не як з предикатом або властивістю, а як з подією” [там само, с. 151]. Саме подія стає для Дельоза центральним конструктором, якому він протиставляє ідею як сутність речі. При цьому потрібно відрізнити ідеальну подію від реальної: модус першої – не дійсний стан справ, а проблематичне; її основою є сингулярності – поворотні місця і точки згинів. Це нескінченні розгалуження у варіативному просторі можливостей, кидок гральної кістки, де випадок визначає отримане значення. Отже, сингулярностям Дельоза притаманна не матеріальна, а швидше ідеальна природа. Матеріальні тіла мають глибину, вони змішуються і взаємопроникають; смисл же лежить на поверхні, на межі слів і речей. У реченні смисл виражається дієсловом, а точніше – безособовим інфінітивом. Це не твердження і не заперечення, а сама постановка проблеми, саме тому смисл у Дельоза зав’язаний на проблематичне і подію. Адже подія – це щось таке, що трапляється, відбувається, постає, тобто неодмінно пов’язане з дієсловом. А ідеальна подія – це щось таке, що відбувається в принципі, і ніколи саме зараз, певна абстрактна тривалість, тобто дієслівний інфінітив.

Міняючи смисл як ідеальну суть речі на смисл як ідеальну подію, Дельоз домагається вигнання абстрактних понять, які “онтологізувалися” в речах. Тепер “по той бік світу” стоїть уже не Ідея-поняття, а Подія-дієслово, ідеальна подія, і для її відображення потрібне не

просто слово, а ціле речення. Таким чином, для Дельоза важлива не так статична мова, як процесуальне мовлення, дискурс.

Утім, це не означає, що ідеальна матерія смислу дорівнює смислові речення. Як проблематичне дельозівський смисл байдужий і до твердження, і до заперечення, він завжди неначебто “за реченням”: “Смисл завжди мається на увазі, як тільки я починаю говорити. Без такого припущення я не міг би почати промову. Іншими словами, кажучи щось, я, проте, ніколи не проговорюю смисл того, про що йдеться. Але, з другого боку, я завжди можу зробити смисл того, про що говорю, об’єктом наступного речення, смисл якого я так само при цьому теж не проговорюю” [там само, с. 49]. Так формуються дельозівські “серіації” – послідовності з означувальних і означуваних, із смислом, що завжди вислизає. Внести смисл у речення, оживити його, змусити збігтися означувальне і означуване здатний тільки парадоксальний елемент – нон-сенс, “слово, що висловлює свій власний смисл”.

Примушуючи серії означувальних і означуваних збігатися, парадоксальний елемент не лише задає логіку смислу, а й формує дійсний світ, тому що світ, за Дельозом, якраз і задається множиною серій, що збігаються. Світова генеза безпосередньо пов’язана з формуванням індивідуальностей, які утворюються в колі тих чи тих сингулярностей. Там же, де серії розбігаються, позиціонуючи різні можливі світи, з’являється особистість, яка є елементом їх перетину і відкриває собою простір можливостей. Отож смисл у цій концепції передує і реченню, і світу, й особистості. Його місце – у безособовому трансцендентальному полі сингулярностей, що комунікують, перебуваючи поза полем свідомості, але швидше – у сфері несвідомого. Причому, якщо в конкретному світі джерелом відношення сигніфікації і денотації, притаманних реченню, є суб’єкт, то під кутом зору трансцендентального поля це смисл формує світи й особистості навколо сингулярних точок.

Логіка зіставлення смислу не з поняттям, а з реченням – підстава згадати також представника аналітичної філософії Л. Вітгенштейна, який вважав, що “тільки речення має смисл; тільки в контексті речення ім’я наділене значенням” [Вітгенштейн, 1958, с. 39]. Річ у тім, що в теорії мовних ігор Вітгенштейна речення є логічним образом фактів, а світ складається саме з фактів, а не об’єктів. Останні являють собою найпростішу субстанцію світу; вони не розпадаються на складові частини, будучи чимось постійно існуючим (асоціативно нагадує дельозівські сингулярності). Мате-

ріальні властивості, за Вітгенштейном, задаються не об'єктами, а їхньою конфігурацією – фактами. Зв'язок останніх суто комбінаторний: це як події, які трапилися або не трапилися, в теорії ймовірності. Далі, як і в Дельоза, речення у Вітгенштейна *вже* повинно нести в собі смисл: “твердження не може надати йому смисл, тому що воно стверджує саме смисл” [там само, с. 49].

Постулюючи те, що світ складається з фактів, які також є прообразом логічних речень, Вітгенштейн домагається відповідності між світом об'єктивним і світом логічним. Відбувається свого роду об'єктивація речень, а також їхніх смислів. Останні – це те, що відображається реченням, а саме – згода або незгода з існуванням того або іншого факту. Смисл у такій концепції полягає у відповідності речення денотатові. І це цілком зрозуміло, оскільки речення у Вітгенштейна – це завжди логічна конструкція, складена з імен. Логіку ж він розглядає як чисту схоластику, точніше – тавтологію, що нічого не додає в плані смислу до елементарних речень, які відображають елементарні факти. Тому, окрім відображення цих самих фактів, речення більше ніякого смислового навантаження не несе. І не випадково Вітгенштейн полемізує з Фреге, який стверджував, що вирази “ $1+1+1+1$ ” і “ $(1+1)+(1+1)$ ” мають один денотат, але різний смисл (пор. вище – “уранішня зірка” і “вечірня зірка”). Ідентичність значень двох виразів у правильно сконструйованій мові (до якої слід віднести і мову математики), за Вітгенштейном, має бути очевидно із самого запису цих виразів, тобто із самої мови. Тому спосіб розуміння тут уже нібито й не такий істотний. Функцію забезпечення розуміння бере на себе мова, і виходить, що немає потреби в тому, щоб “уклинювати” суб'єктивний психологічний чинник між знаком і денотатом.

Але ж і мову хтось повинен розуміти. Тому Вітгенштейн у своїй філософії все-таки апелює до суб'єкта і психічного: “Для того щоб упізнати символ у знаку, ми повинні враховувати осмислене вживання” [там само, с. 42]. І хоча вітгенштейнівська мова й відображає весь світ і усе, що нам може бути відомо про світ, але замикаючись на суб'єкті, вона не так об'єктивує логіку, як суб'єктивізує світ, і саме суб'єкт тут постає як “межа світу” [там само, с. 81].

Отже, і Вітгенштейн, і Дельоз об'єктивують смисл, тільки Вітгенштейн поміщає його у сферу реального, а Дельоз – у сферу ідеального. Проте позиції обох однаково далекі від об'єктивно-ідеалістичної. І справа тут не лише в тому, що смисл зіставляється не з поняттям, а з реченням. У Вітгенштейна смисл – відсторонена

фіксація стану справ, у Дельоза – не менш відсторонена фіксація події. І в першому, і в другому випадку смисл абсолютно нейтральний щодо оцінок та цінностей. Нічого особистого, тільки ймовірнісні розподіли і точки біфуркації. Дельоз підкреслює чуттєву відстороненість смислу, називаючи його “світловодозвуконепроникним”. Якщо об’єктивні ідеалісти надихають на пошуки смислу як найвищої істини, гідної, щоб до неї прагнули, то Дельоз швидше спокушає стоїчним спокоєм до підкорення вершин, бо його смисл постає як чудово поверховий і абсолютно нейтральний.

Тут стає помітною така іпостась смислу, про яку раніше йшлося тільки побіжно, – його можна розглядати не просто як те, що розуміється, але і як те, що має значущість. Адже “ідея” в об’єктивному ідеалізмі – це не просто абстрактне поняття, і те сутнісне, що відображено в понятті “ідеї”, є таким не лише під кутом зору пізнання, а й під кутом зору життя в цілому. “Сутнісність” – це не лише відповідь на запитання “що це?”, а й відповідь на запитання “навіщо це?”. І коли ми говоримо про смисл об’єкта, події або буття в цілому, то припускаємо, що існує певна значущість, цінність, пов’язана із самим існуванням цього об’єкта, події або буття. Так з’являється певна паралельна реальність, або, точніше, другий шар звичної предметної реальності, що забезпечує невідповідність і “незайвість” предметів і явищ, усього того, що відбувається в житті, простіше кажучи, що робить світ осмисленим.

Бачення цього другого, внутрішнього, пласта буття – це і є філософія об’єктивного ідеалізму, завдяки якій поняття смислу поширюється зі сфери гносеології не лише на сферу онтології, а й на сферу аксіології. Істина при цьому стає ще й правдою, а причинність перетворюється на призначення. На перший погляд це може здатися дивним, адже об’єктивний ідеалізм переважно раціоналістичний. Справді, для Гегеля дух є розум. Але розум тут не просто когніція – він відрізняється від звичайного розуму [Гегель, 1974]. Так само і Зольгер відрізняє істинний розум, що відкриває божественне, від звичайного, профанного [Зольгер, 1978]. Лосєв же вважає, що дивовижний смисл речі, який проглядає за смислом звичайним, узагалі відкривається на основі простої, безпосередньої інтуїції [Лосєв, 1990]. Відображення смислу в межах об’єктивного ідеалізму, таким чином, виходить за межі звичайного логічного пізнання.

Питання про те, що розуміння слід розглядати не лише як пізнавальний, а і як екзистенційний феномен, порушувалося і в психології. В. Знаков зазначав, що екзистенційний ракурс розгляду

розуміння пов'язаний з приписуванням знанню смислу і вивченням конкретних ситуацій людського буття [Знаков, 2000]. Мені б хотілося додати, що в тому випадку, коли розуміння смислу пов'язане не з інтерпретацією знака, символу або певного стану речей, а з приписуванням речам або ситуаціям ціннісного змісту, або, краще сказати, коли цей ціннісний зміст відкривається в речах, можна говорити навіть не про розуміння, а про осягнення смислу. Виявляючи такий смисл у світі, людина стає здатною співвідносити навколишнє “не-Я” зі своєю власною екзистенцією. Когнітивна карта світу при цьому розгортається у світогляд.

Але перетин “Я” і “не-Я” в смислі речі може розгортатися і в площині, далекій від екзистенційних питань. Це той випадок, коли під смислом розуміють не цінність, а потрібність об'єкта. Такий підхід найдетальніше висвітлювався, звісно, в рамках діяльнісної парадигми.

Як уже зазначалося, леонтєвське поняття смислу пов'язане із суб'єктивним баченням, заданим відповідністю об'єкта чи явища мотивам індивіда, і протиставляється поняттю значення, пов'язаного зі свідомим неупередженим баченням цього об'єкта або явища. Так, для аналізу досвідомих стадій розвитку психіки у філогенезі вводиться поняття так званого біологічного смислу, яке відображає зв'язок певного явища з актуальною біологічною потребою тварини [А. Н. Леонтєв, 1981]. Наприклад, у результаті еволюційного розвитку вібрація павутини набула для павука смислу їжі. Такі смисли можуть формуватися і в результаті навчання, тобто в процесі набуття життєвого досвіду, але це своє ставлення до об'єкта, за Леонтєвим, тварина ніколи не відділяє від власне об'єкта, так само як і об'єкт для неї завжди суб'єктивно не відокремлений від інстинктивної потреби. Остання теза цілком закономірна, вона безпосередньо впливає з марксистської традиції (відоме “тварина «не ставиться» ні до чого і взагалі «не ставиться»” [Маркс, Енгельс, 1955, с. 29]. Справжнє новаторство полягає в тому, що поведінка тварин чи не вперше в межах об'єктивної науки пояснюється не в термінах “стимул – реакція”, а на основі їх, тварин, суб'єктивних преференцій. Адже саме смисли разом із потребами, що мають до них безпосереднє відношення, Леонтєв розглядає як причину, яка спонукає і спрямовує діяльність на цьому рівні розвитку психіки. З автоматів, керованих інстинктами і рефlekсами, брати наші менші перетворюються на істот, що мають який не є, але власний суб'єктивний світ.

Смисл життя і діяльності

Смислові трансформації, пов'язані з переходом до свідомості як “вищої стадії розвитку психіки”, О. М. Леонтьєв розглядає в контексті розвитку колективної трудової діяльності [А. Н. Леонтьєв, 1981, с. 272–292]. Смисл як суб'єктивне ставлення до об'єкта залишається в образі останнього і на цьому рівні відображення дійсності (у цьому випадку вживається не термін “біологічний смисл”, а термін “життєвий”, або ж “особистісний”, смисл). Але тепер він уже не пов'язаний з безпосереднім задоволенням потреб. Відбувається це внаслідок того, що діяльність у людській спільноті, будучи складноорганізованою і складнопідрядною, розподіляється між окремими членами колективу. Відповідно, необхідні предмети потреби виробляє не сам індивід, а ціла група людей. Окремий індивід виконує тільки певний етап роботи, здійснює якусь одну функцію. Його діяльність при цьому безпосередньо не спрямована на предмет його потреб, тому для її виконання він повинен розуміти відповідність цього етапу кінцевому результату. “Треба, щоб його дії перебували у співвідносності, що зв'яже їх результат з кінцевим результатом колективної діяльності; треба, щоб ця співвідносність була суб'єктивно відображена ним, щоб вона стала «істотною для нього»; треба, іншими словами, щоб смисл його дій відкрився йому, був усвідомлений ним” [там само, с. 283]. Те, на що спрямована діяльність, стає таким чином предметом свідомості. Це особливо важливо при виготовленні знарядь праці, адже те, на що спрямована діяльність, у цьому випадку ще не існує реально, а може бути представлено тільки ідеально, тобто через формування свідомого образу.

Формування свідомості, таким чином, пов'язується, з одного боку, з усвідомленням людиною смислу власних дій усередині складноорганізованої діяльності, а з другого – з необхідністю оперування образом у процесі виготовлення знарядь праці. Усвідомлення смислу дій тут визначається розумінням відношення того, на що спрямована діяльність, до того, навіщо це потрібно індивідові, тобто конкретного способу задоволення його потреб.

Те, на що спрямована діяльність, або її предмет, Леонтьєв зіставляє з категорією мети цієї діяльності [А. Н. Леонтьєв, 1975]. Конкретний спосіб задоволення потреб, або ж – опрідметнена по-

треба, є мотивом цієї діяльності, тобто тим, заради чого ця діяльність, зрештою, і здійснюється. Таким чином, смисл у цьому випадку можна означити як усвідомлення причетності мети діяльності до її мотиву, іншими словами – це суб’єктивна значущість цієї мети, відкрита індивідові.

Раніше було сказано про інше визначення смислу в межах діяльнісної парадигми – як суб’єктивного аспекту значення, як “значення для мене”. Ці два підходи узгоджуються таким чином. Річ у тім, що в значеннях Леонтьєв бачив закріплені в мові суспільно вироблені способи діяльності і в рамках логічної конфігурації останньої співвідносив їх з категорією мети. Тому суб’єктивний бік значення – смисл – це водночас і суб’єктивний бік предмета діяльності – її мети, тобто її суб’єктивна значущість. В обох випадках ідеться про співвіднесення деякого предмета з індивідуальними мотивами.

Представлена категоріальна конструкція була б цілком логічною, якби не те принципове розрізнення мотивів і цілей, що якраз і становить стрижень самої теорії діяльності. Адже, згідно з Леонтьєвим, мета для індивіда є завжди усвідомленою. Справді, у межах складноутвореної колективної діяльності її предмет для окремого індивіда, як уже зазначалося, не пов’язаний з безпосереднім задоволенням потреб, у ньому немає “нічого особистого” і, таким чином, його відображення реалізується об’єктивно, неупереджено. Увесь суб’єктивний аспект цього відображення заданий смислом і представлений саме в ньому. І якщо мета діяльності відповідає значенню, то смисл, за Леонтьєвим, співвідноситься з її мотивом. Останній же, навпаки, спочатку є неусвідомленим, його усвідомлення стає вже вторинним явищем. Тоді, здавалося б, і смисл теж має бути неусвідомленим. Але, згідно з усією вищерозглянутою логікою становлення свідомості, це неможливо, адже там ідеться якраз про свідоме співвіднесення власних дій індивіда з діями колективними, що і визначається як усвідомленість смислу. Більше того, під цим кутом зору видається неможливою і неусвідомленість мотивів. Адже якщо індивід співвідносить дії в межах своєї окремої функції з тим кінцевим результатом, заради якого вся діяльність і затівається, і розуміє суть цієї співвідносності, то цей результат не може не бути відображений у його свідомості. Але саме кінцевий результат і покликаний задовольнити потреби окремих учасників, і саме він є для них основним мотивом. Тому в межах цієї моделі важко собі уявити людську діяльність, яка здійснювалася б поза усвідомленням своєї первинної причини, а саме це постулюється в діяльнісному підході.

Звісно, діяльнісна парадигма в психології є не єдиною, яка передбачає можливість існування неусвідомлених мотивів, що не збігаються за своїм змістом зі свідомими інтерпретаціями власної поведінки. Широке коло феноменів, що підтверджують такий стан речей, розглядає психоаналіз. Але там ідеться про мотиви, які суперечать моральним нормам особистості і взагалі тим заборонам, які містяться в її “Над-Я”, і внаслідок цього витісняються в несвідоме. Леонтєв же підкреслює, що усвідомлення мотиву – завжди вторинне явище, і що той спочатку завжди відокремлений від свідомих цілей, тобто спочатку завжди неусвідомлений. Водночас сама поява свідомості, за цією теорією, передбачає співвіднесення індивідуальної мети та індивідуального мотиву, пов’язаного з колективним характером досягнення результату. То чи міг бути відпочатку неусвідомленим мотив тієї колективної діяльності, в якій з’явився первинний розподіл функцій між її учасниками?

Для нас це питання важливе не тільки з погляду правильного розуміння тих процесів, які знайшли своє відображення в теорії Леонтєва. За цим питанням криються дві лінії розуміння смислу, одночасно представлені в цьому підході і не завжди розведені між собою. З одного боку, смисл є доповненням до значення (чи його аспектом), що відтворює відношення певного об’єкта до актуальних мотивів і потреб індивіда. Якщо мотив діяльності залишається неусвідомленим, то цілком логічно, що пов’язаний із ним смисл також мав би бути неусвідомлюваним. З другого боку, смисл розглядається як усвідомлення індивідом відношення результату власних зусиль до кінцевого результату складноорганізованої колективної діяльності. Причому суб’єктивне відкриття цього відношення безпосередньо причетне до становлення самої свідомості людини.

Отож чи може мотив діяльності, що є частиною колективної співпраці (а відтак і пов’язаний з ним смисл), бути неусвідомленим? На це запитання може бути дана позитивна відповідь, якщо згадати, що колективна діяльність – це не просто раціональний розподіл функцій між її учасниками, це ще, і можливо в першу чергу, складні соціальні стосунки і взаємовпливи. Провідній ролі суспільства і соціальної взаємодії у формуванні свідомості і вищих психічних функцій приділено чимало уваги в психологічній літературі, і ряд наукових напрямів засновано на розкритті саме цієї ролі (культурно-історична теорія, інтеракціонізм та ін.), тому немає сенсу зупинятися на цьому детально. Я тільки хочу зауважити, що мотив, який може

змусити індивіда робити щось таке, що безпосередньо не задовольняє його потреб, у колективі швидше за все пов'язаний зі значущим Іншим. Саме він може ставити цілі і завдання ієрархічно підпорядкованому йому індивідові, він може і навчати їх виконання. Звісно, функція значущого Іншого може бути інтеріоризована, і тоді індивід сам стає об'єктом впливу для себе ж, переймаючи ролі оточення щодо себе. Так народжується вольова функція, яка полягає в тому, що індивід здатний спрямовувати свої дії незалежно від того, чи співвідносяться вони з актуальними мотивами і потребами. Але для нас наразі важливо те, що саме внутрішньосоціальний вплив дає змогу розвести мотиви і цілі індивіда так, що мотив при цьому може залишатися неусвідомленим, адже тут він змістовно не пов'язаний з метою, на яку спрямовані дії індивіда. Його спонукальна функція полягає в значущості Іншого, а не в кінцевому результаті складно-підрядної діяльності, тому для мотиву не обов'язково бути усвідомленим, щоб спрямовувати всю суспільну роботу. У даному випадку для виконання своєї функції індивідові справді цілком достатньо усвідомлювати індивідуальний цільовий результат, можливо навіть і колективний результат, але це вже не первинний рушійний мотив його поведінки.

Побічно це відбито і в теорії Леонт'єва, який вважав, що вся діяльність людини підпорядкована соціальним зв'язкам і відносинам. Крім того, він зіставляє свідомі цілі з відображенням дійсності на рівні значень, за якими стоять суспільно вироблені способи дій. Саме функціонування індивідуальної свідомості, за Леонт'євим, можливе тому, що воно спирається на значення, які заломлюють для індивіда об'єкти незалежно від їх відношення до його потреб і мотивів. Тож постановка і формування цілей виявляються опосередкованими соціальними зв'язками і структурами.

Отже, суспільні відносини здатні формувати ту дивну систему складної людської діяльності, в якій її мотиви спочатку є неусвідомленими. Незалежно від того, чи нав'язані вони ззовні, чи інтеріоризовані, але без їх усвідомлення таку діяльність навряд чи можна назвати вільною. Тобто соціалізація і колективна діяльність, з одного боку, сприяють формуванню свідомості через відокремлення цільової активності від предмета потреби і тим самим сприяють формуванню суб'єктності в індивіда, а з другого боку, навпаки – відділяють діяльність індивіда від усвідомлення її внутрішніх причин, залишаючи їх у несвідомому, і відбирають в індивіда суб'єктність, переносючи її в загальносоціальне поле. Така пояснювальна схема, звісно, дещо відрізняється від тієї, яку запро-

понував Леонтьєв і яку він блискуче розробив у межах марксистської парадигми. Водночас послідовний аналіз його теорії примушує бачити за інтеріоризованими соціальними відносинами не лише усвідомлювані, а й неусвідомлювані чинники поведінки – ту систему латентного примусу і влади, яка може бути пов'язана, зокрема, і з функціонуванням знакових систем (що стало предметом аналізу вже в межах соціально-конструкціоністських підходів).

У всякому разі, якщо усвідомлення мотиву діяльності в генетичному плані є вторинним явищем, то можна припустити, що і смисл, який відображає відношення об'єкта до мотиву, може бути не завжди усвідомленим. Кінець кінцем, головну роль у функціонуванні свідомості завжди віддавали значенням, які здатні репрезентувати речі в певних їх константних властивостях, незалежно від суб'єктивних мотивів, інтересів, потреб і т. ін., тим самим виражаючи об'єктивну, тобто незалежну від сприйняття індивіда, природу речей. Смисл же в тому визначенні, яке було задано діяльнісною парадигмою, не був наділений такою здатністю відображати неупереджений і позаіндивідуальний зміст предмета.

Поряд з проблемою усвідомленості постає також онтологічна проблема статусу діяльнісного смислу. Скажімо, Д. О. Леонтьєв вважає, що цю категорію слід розглядати в трьох площинах. По-перше, це життєвий смисл, який визначається об'єктивною характеристикою ролі об'єктів або дій суб'єкта в контексті його життя. По-друге, це особистісний смисл, що є формою пізнання суб'єктом його життєвих смислів. І, нарешті, це смислові структури особистості, які забезпечують регуляцію життєдіяльності суб'єкта відповідно до “логіки життєвої необхідності”. Таким чином, суб'єктивний “особистісний смисл” у рамках цієї концепції є результатом пізнання об'єктивно існуючого “життєвого смислу” [Д. А. Леонтьєв, 1999]. Але якщо ролі об'єктів і явищ дійсності задані в житті індивіда об'єктивно, незалежно від його суб'єктивних оцінок і суб'єктного вибору, які мають вторинний характер, то це означає повний детермінізм як владу зовнішніх обставин і ніякої свободи волі – це “логіка життєвої необхідності” без усякої діалектики. По суті, йдеться про повернення до класичної схеми “стимул – реакція”, адже обставини тут уже містять усі причини для становлення смислових утворень, які є підґрунтям життєдіяльності. Як би там не було, маємо ще одну концепцію існування позасуб'єктного смислу, тепер уже на підставі об'єктивно-матеріалістичних позицій.

Незбіжність мотивів і цілей актуалізує питання усвідомлення людиною справжніх причин своєї поведінки. Представники леонтьє-

євської школи називали рефлексію такого роду “вирішенням задачі на смисл”. Як і всяка рефлексивна діяльність, вона вимагає відсторонення від безпосереднього потоку активності, виходу за його межі. Для цього людина має співвідносити те, що відбувається, із більш широким контекстом. Як вважають Б. Зейгарник і Б. Братусь, смислові утворення народжуються, коли співвідносять менше з більшим, а саме – мотив менш загальний із пов’язаним з ним більш загальним [Зейгарник, 1980]. Причому таке співвіднесення буде тим складнішим, чим загальнішу діяльність ми розглядатимемо, а найбільшу складність становитиме питання про смисл життя [Братусь, 1981]. Адже, щоб відповісти на нього, треба визначити контекст ширший і більш значущий, ніж власне буття у світі.

В екзистенційній психології “задачу на смисл” розглядають як одну із стрижневих теоретичних і терапевтичних проблем. І хоча цей напрям за своїми цілями і підходами значною мірою віддалений від діяльнісної парадигми, але в пункті вирішення питання про смисл вони перетинаються на методичному рівні. Можливість вирішення зазначеної задачі В. Франкл також убачав у розмиканні людської екзистенції в зовнішнє поле, що він називав самотрансценденцією людського існування: “За цим поняттям стоїть той факт, що людське буття завжди орієнтоване зовні на щось, що не є ним самим, на щось або на когось...” [Франкл, 1990, с. 30]. Але в цьому ж пункті проявляється і кардинальна розбіжність двох підходів. Якщо для Леонтьєва будь-яка людська діяльність чітко обумовлена тріадою: мета-мотив-потреба, то, за Франклом, діяльність стає достеменно людською тільки тоді, коли вона вивисується над власною обумовленістю, а значить і над власними потребами.

Слід сказати, що смисл для Франкла – це не просто смисл людського життя або смисл людського вчинку, хоча він завжди безпосередньо пов’язаний з людською життєдіяльністю. Смисл – це ще й характеристика ситуації, тому він завжди між суб’єктом і об’єктом. Причому в будь-якій ситуації є тільки один смисл – і це її істинний смисл. Тому франклівський смисл певною мірою об’єктивний; як зауважує сам дослідник, “смисл об’єктивний щонайменше остільки, оскільки його можна “знайти”, але не можна “дати” [там само, с. 117].

Від аналізу до синтезу: визначення смислу

У межах кожної з тих предметних сфер, щодо яких застосовується термін “смысл”, а саме – знак, символ, об’єкт, суб’єкт і його діяльність, цей концепт розгортався різними своїми гранями. І справа тут навіть не в тому, що різні теорії зосереджуються на різній онтології або аксіології. Ідеться про різний зміст поняття, причому цей різний зміст, прихований за одним терміном, не завжди усвідомлюється і розводиться навіть у межах однієї і тієї ж концепції. Наприклад, смысл тексту як результат семантичного декодування або ж як результат сприймання цього тексту як художнього твору далеко не одне й те саме, хоча обидва ці поняття і можуть змішуватися в межах герменевтичної інтерпретації. Або ж смысл як суб’єктивна оцінка об’єкта і смысл як усвідомлення причин власної діяльності зливаються у Леонтьєва, коли той аналізує філогенез свідомості. Тому для коректного використання важливо чітко від-рефлексувати і розвести різні змісти даного терміна. В узагальненому вигляді ці змісти можна позначити таким чином:

- 1) декодування знака або набору знаків;
- 2) ціннісно-естетичне навантаження художнього образу (в тому числі текстового);
- 3) інтерпретація ситуації, деякого стану справ (зокрема тієї ж невротичної симптоматики);
- 4) ціннісно-оцінна характеристика об’єкта або ситуації, гранично – потрібність усього суцього;
- 5) усвідомлення причин власної (або чужої) діяльності;
- 6) смысл життя.

Перша пара цього списку розглядає смысл щодо репрезентацій, друга – щодо об’єктів, третя – щодо суб’єкта і його діяльності. Слід сказати, що всі перераховані “смысли” – відображення не лише науково-філософського, а й побутового вживання цього терміна. Непарні елементи списку пов’язані з раціональною діяльністю, розуміння тут причетне до об’єктивно-логічного обґрунтування.

Парні елементи списку – складна субстанція для логічних інтерпретацій, оскільки пов'язана з оцінним аргументом і зокрема тим “сміслом”, який *відкривається* в речах і переводить розуміння в осягнення. Зачіпаючи людську суть, він завжди співвідноситься з переживанням, зокрема з екзистенцією.

Розрубрикувавши поняття “смісл” і виділивши різні сфери його застосування, ми відрефлексували різні змісти цього терміна. Це не лише неодмінна передумова для його коректного вживання, а й можливість звертатися до нього в певному теоретико-методологічному контексті. Але така рефлексія була б неповною без аналізу можливих зв'язків між різними виділеними змістами. Принаймні можна припустити, що об'єднання різних понятійних конструктів в одному терміні не є випадковим.

Можна помітити, що смисл – це завжди конотація відповіді на запитання: “що це означає?” або ж “для чого це призначено?”. Відповідь на перше запитання задає пізнавальну сферу вживання поняття “смісл”, відповідь на друге – інтенційну. У першому випадку ми просто з'ясовуємо, що являє собою певний об'єкт або ситуація. При цьому передбачається, що за явищем стоїть певна суть, яка дає змогу це явище проінтерпретувати (наприклад, за словом стоїть значення, за сном – бажання і т. ін.). Другий випадок прямо або побічно передбачає формування наміру або корекцію поведінки, оскільки призначеність пов'язана з апеляцією до цілей, потреб або цінностей – чи то йдеться про смислову оцінку об'єкта, чи про смисл тих або інших дій.

Але проаналізований матеріал дає змогу перекинути місток і між цими двома сферами вживання терміна “смісл”.

По-перше, як уже зазначалося, і онтологію, і аксіологію об'єктивний ідеалізм замикає, урешті-решт, на понятті “ідея”, яка через посередництво фігури символу може бути витлумачена і як “смісл”. Оскільки ідея є і суттю явищ, і вищою нетлінною цінністю, то в цьому понятті знімається відмінність між пізнавальним та інтенційним аспектами смислу. Цей той рівень, де відбувається перехід від розуміння до осягнення, від призначеності до існування.

По-друге, уже в рамках науково-психологічних концепцій ці дві сфери функціонування смислу змикаються, якщо припустити, що смисл за Виготським, тобто внутрішньо-суб'єктивний аспект мислення, і смисл за Леонтьєвим, тобто мотиваційно-оцінний ас-

пект відображення об'єктів дійсності, є різні прояви однієї і тієї ж психічної онтології. Підтвердженням цього припущення може бути те, що обидва ці конструкти виражають актуальне існування значення в людській свідомості. Зрозумілий таким чином смисл є безпосереднім утіленням єдності психічного життя, у якому відображення дійсності поєднується зі ставленням до неї, а суб'єктивність як належність суб'єктові зникається із суб'єктивністю як здатністю ставитися до навколишнього світу.

Узагалі кажучи, питання про смисл об'єкта або дії завжди передбачає ще і якийсь другий план, деяке співвідношення форми і змісту, феномена і сутності: за знаком повинен стояти зміст, за дією – інтенція, за об'єктом – нетлінна, або просто утилітарна, цінність і т. ін. Як і питання про значення – це завжди вихід за межі даності і небайдужість до осмислюваного предмета, спроба співвіднести його з власним буттям, яка може реалізуватися у двох планах. Перший – це прагнення зіставити предмет з уже існуючими знаннями та уявленнями, і тут “смисл” іде руч-обруч з “мисленням”; другий – це співвіднесення предмета з актуальною оцінною шкалою. Але у всякому разі йдеться про вписування об'єкта або явища в суб'єктивну мапу дійсності, визначення його місця в образі світу. Тому питання про смисл неминуче постає щоразу, коли мова заходить про проблему взаємовідносин суб'єкта і об'єкта, зовнішнього і внутрішнього. Це сутнісно людське питання.

Таке розуміння смислу дає змогу розглядати його як онтологічну характеристику образу дійсності, але взяту не з боку дійсності, а з боку суб'єкта, якому належить цей образ. Простіше кажучи, це характеристика образу (об'єкта чи явища) не під кутом зору його змісту, а під кутом зору його психічної природи, яка і є сутнісною характеристикою для цього образу. Такий підхід до визначення смислу цілком зіставний з феноменологічною редукцією, якщо тільки розглядати її не як філософську, а як психологічну процедуру, яка має на увазі вивчення конкретних закономірностей розвитку відображення. Тоді смисл можна визначити як суб'єктивний спосіб формування уявлень про дійсність, або як суб'єктивний аспект існуючих репрезентацій дійсності. Суб'єктивний спосіб формування уявлень про дійсність щодо знаково опосередкованих

її репрезентацій – це і є суб'єктивний спосіб виділення денотативної сфери, позначеної певним знаком, тобто смисл за Фреге.

Уведене в означений вище спосіб розуміння смислу змушує за всяким образом об'єкта бачити суб'єкта процесу відображення. Це означає, що, по-перше, смисл відкриває процесуальний аспект існування образу, який може знаходити своє втілення у словесному значенні. Тут ідеться про смисл у тому розумінні, як це поняття вводилося свого часу Виготським. По-друге, це означає, що об'єкт в образі завжди фіксується з погляду суб'єкта як “об'єкт для мене”, і ця суб'єктивність завжди є в цьому образі. Це той бік смислу, на якому акцентував увагу О. М. Леонтьєв. (Друге твердження не слід розуміти так, що результат відображення завжди є не-об'єктивованим; просто об'єктивація з процесуального погляду – це вже вторинне явище, яке “опрацьовує” те, що представлено суб'єктивно-чуттєвим баченням).

Далі буде розглянуто різні способи розвитку і втілення смислу, залежно від яких і через які формуються різні способи репрезентації дійсності.

Розділ 2

ТРАНСФОРМАЦІЇ СМISЛУ В СИМВОЛІЧНИХ ФОРМАХ

У цьому розділі спробуємо визначити психологічні механізми таких онтологічно складних і навіть суперечливих феноменів, як гра, метафора, міф, а також смішне.

Справді, протиріччя неначе закладене вже в самій природі цих явищ. Ігрове дійство разом з ігровими ролями є одночасно справжнім і несправжнім; з одного боку – воно прояв чистої свободи, а з другого – підпорядковане суворим правилам, у яких довільність дитячої забави поєднується із строгою внутрішньою логікою. У метафорі протиріччя проглядає вже в самій її логічній структурі, тому що буквальна інтерпретація цього мовного тропу завжди є безглуздою; а проте метафоричне висловлювання завжди має свій прочитуваний зміст. Міф примушує той чи той природний об'єкт бути одночасно якоюсь іншою сутністю, одушевляє його і наділяє властивостями, які перебувають у явному протиріччі з фізичними якостями цього об'єкта.

Зрозуміло, що попри незаперечну своєрідність ці три явища мають якісну схожість між собою, а саме: усі вони здійснюють у символічному плані заміну одного об'єкта іншим. Те, що з погляду відстороненої серйозної позиції вважається справжнім, тут підміняється начебто несправжнім, умовним. А проте всередині ігрового простору, метафоричного вислову або міфічної реальності це умовне і є найбільш справжнім. Тому тут можна скористатися

терміном Кассіра і назвати вищепераховані способи визначення дійсності символічними формами.

Слід зауважити, що коли у грі і метафорі ми майже завжди здатні відокремити умовну реальність від “справжньої”, то в міфі це можливо тільки в тому разі, коли цей міф належить до іншої культури, що дає нам можливість відсторонитися від нього. Адже міф – це форма світогляду, і, як тотальний образ світу, його важко відокремити від самого світу. Тому щодо тих міфів, які можуть належати нашій культурі, “справжнє” від “несправжнього” відділити вже проблематично, і те внутрішнє протиріччя, яке містить у собі міф, може бути вмонтоване у звичний для нас образ дійсності. Вивчення цього образу з точки зору закономірностей, характерних для існування і розвитку символічних форм, у подальшому дасть змогу наблизитися до пояснення не менш складного і внутрішньо суперечливого феномена смішного.

Гра

Гра є явищем, знайомим кожному з дитинства, і, можливо, аж надто знайомим, щоб бути добре відрефлексованим. Якщо ж придивитися до гри більш прискіпливо, то одразу можна побачити, що це аж ніяк не однорідний феномен, а цілий спектр проявів, які не тільки не є однотипними, а й стикаються один з одним у протистоянні протиріч і породжують чимало запитань. Скажімо, ігри дорослої людини – це прояви безпосередності, які залишилися в ній з дитинства, чи навпаки – приклад вишуканої імітації і навіть лицемірства? Якщо гра може бути захисним і не завжди усвідомлюваним механізмом, про що йдеться у Берна [Берн, 1992], то як їй вдається бути водночас проявом свободи і вільної людської поведінки, як це зазначає, зокрема, Й. Хейзінга [Хейзінга, 1992]? І якщо вона – прояв свободи, то чи значить це, що остання притаманна і тваринам, які вміють гратися? А що спільного між грою у футбол, грою актора і грою на скрипці? Чи йдеться тут про один і той же феномен, чи це просто омоніми або метафори, які умовно

позначають зовсім різні за своєю суттю процеси? Усі ці запитання позначають широке проблемне поле, пов'язане із цим поняттям. Для того щоб спробувати підійти до їх роз'яснення і розібратися з тим, що таке гра, необхідно звернутися до тих сутнісних механізмів, що забезпечують існування всіх цих різноманітних проявів. Такі сутнісні механізми передусім планується шукати в психологічній площині, але спочатку хотілося б звернутися до основних здобутків у цій царині, які представлено в працях класиків.

Дж. Мід убачає в грі один із глибинних чинників формування самості [Мід, 2000]. При цьому він розмежовує забаву і власне гру – англійською відповідно “play” і “game”. Обидва ці слова українською можна перекласти як “гра”, але “play” відповідає звичайній дитячій грі, грі актора або грі на музичних інструментах, а “game” використовується здебільшого для позначення спортивних ігор та змагань. Play, або забава, за Мідом, властива і тваринам, які можуть боротися одна з одною, не переходячи до справжньої бійки; утім, в онтогенезі людини вона набуває форм, які у тварин не трапляються. До них, зокрема, належать рольові ігри, в яких дитина бавиться в буття матір'ю, буття вчителем тощо. У цей період вона напрацьовує власні реакції на певні групи стимулів, що дуже корисно з погляду біхевіоризму. Але ще більш важливим є те, що дитина при цьому опановує множину стимулів, які надалі викликають у неї ті ж реакції, які вони викликають в інших. За Мідом, “ми можемо безпосередньо керувати чуттєвими, однак не моторними процесами; ми можемо звертати увагу на специфічний елемент у чуттєвому полі, і, звертаючи таку увагу і в такий спосіб наполягаючи на даному стимулі, ми можемо здобути владу над відповідною реакцією” [там само, с. 85]. У рольових забавах дитина якраз і навчається організовувати наявне поле стимулів. Але для того щоб насправді навчитися керувати власною поведінкою і сформувати самосвідомість, дитина мусить навчитися приймати ролі інших, що й відбувається в процесі групової гри (game). Забава при цьому набуває ознак організованої певними правилами соціальної структури. За Мідом, розвиток раціональної поведінки, самосвідомості і, зрештою, самості відбувається завдяки соціалізації індивіда.

Можна сказати, що Мід цікавиться не так психологічними механізмами, які формують гру, як роллю самої гри у формуванні

особистості (самості). Разом з тим він розглядає чинники, важливі для “прогресу” гри, для її переходу від однієї форми до іншої, від play до game. Але що конститує гру як таку, що є її характерною рисою, яка вирізняє її з-поміж інших форм поведінки, і в чому полягає її психологічна специфіка, тут залишилося поза увагою. По ходу зауважимо, що погляди Міда на механізм формування особистості і раціональної (вольової) поведінки дуже схожі, а багато в чому тотожні з поглядами Виготського [Виготский, 1983]. В обох концепціях центральну позицію як в онто-, так і у філогенезі займають процеси соціалізації, знакового опосередкування, комунікативної взаємодії. І в обох концепціях опанування індивідом власної поведінки є не безпосереднім, а опосередкованим: як і Мід, Виготський вважає, що у людини немає влади над своєю поведінкою окрім тієї влади, яку мають над нею зовнішні стимули; тому щоб навчитися керувати поведінкою, людина сама вводить нові стимули в наявну ситуацію. Процес переформування зовнішньої стимуляції, за Мідом, як уже зазначалося, безпосередньо стосується соціальних різновидів гри.

Психологічну концепцію гри, а точніше – дошкільної гри, пропонує послідовник Виготського – Леонтьєв [А. Н. Леонтьев, 1981]. Він також вважає, що на певному етапі індивідуального розвитку гри належить важлива, навіть провідна роль у становленні особистості; саме тому, щоб навчитися впливати на розвиток дитини, необхідно спочатку зрозуміти психологічні закони самої гри. У найбільш загальному вигляді, за Леонтьєвим, гру можна розглядати як таку діяльність, мотив якої полягає не в результаті, а в самому процесі. Це уможлиблюється завдяки тому, що “задоволення вітальних потреб дитини фактично ще відокремлено від результатів її діяльності: діяльність дитини не визначає і насправді не може визначати задоволення її потреб у їжі, теплі тощо” [там само, с. 303]. Характерною рисою дошкільної гри є те, що вона здійснюється з реальними предметами, але в уявній ситуації. У термінології Леонтьєва це означає, що використовуваний під час гри об’єкт має для дитини цілком реальне, тобто загальноприйняте значення, але уявний, ігровий смисл. Таким чином дослідник розмежовує значення і смисл в ігровій діяльності, що органічно перегукується з іншими його теоретичними розвідками, де значення відповідають результативній стороні діяльності – її меті, а смисл

– мотиву. Оскільки в грі мотив не пов'язаний з результатом, то цілком зрозуміло, що смисл у ній відокремлений від значення. Тоді цю характеристику гри можна поширювати не лише на дошкільну гру, а й на інші її види. Сам Леонт'єв розвиток дошкільної гри бачить так: “Закон розвитку гри, як це показують експериментальні дані (Д. Ельконін), і полягає в тому, що гра еволюціонує від попередньо відкритої ігрової ролі, уявної ситуації і прихованого правила до відкритого правила і, навпаки, до прихованих уявної ситуації і ролі. Інакше кажучи, головна зміна у грі, що відбувається в ході її розвитку, полягає в тому, що рольові ігри з уявною ситуацією перетворюються в ігри з правилами, в яких уявна ситуація та ігрова роль містяться в прихованій формі” [там само, с. 316]. Наведені міркування цілком співзвучні з ідеями Міда про трансформації гри від play до game.

На пояснення гри як діяльності, у якій її мотиви та смисли належать їй самій, натрапляємо не лише в Леонт'єва. Е. Фінк, представляючи філософський погляд на гру як на один з основних феноменів людського буття, протиставляє її іншим формам діяльності, які завжди здійснюються заради якогось результату, мети і, зрештою, спрямовані на досягнення евдаймонії, тобто щастя. Життя в останньому випадку перетворюється на такий собі перманентний урок, чи проект, який постійно спрямовується необхідністю досягнення. Єдиним перепочинком на цьому шляху, за Фінком, є гра, яка свої цілі і смисли містить сама в собі і здійснюється заради себе самої. Вона як феномен тісно пов'язана з поняттям вільного часу, тобто того часу, який не заповнений “серйозними” справами – працею, коханням, боротьбою за владу тощо – усім тим, чому присвячує себе людина у своїй постійній турботі про власне буття. У цьому неперервному потоці гра виокремлюється як свято, яке завжди лежить у самому її осерді, і особливо там, де вона проявляється як колективна дія [Фінк, 1988].

Для того щоб прояснити сутність гри, Фінк порівнює її з мистецтвом і передусім – з театральним видовищем. Вона подібно до комедії або трагедії має символічну природу, що на конкретному прикладі являє собою загальне, певний пласт і специфіку самого життя. “Видовище насправді є приклад (Bei-Spiel), вірець, парадигматичне представлення того, що ми є і які ми” [там само, с. 395]. Фінк вказує на внутрішню подібність гри і мистецтва, гри і

релігії, але вважає, що навряд чи хто може прямо стверджувати, що мистецтво і релігія справді походять від людської здатності грати.

У своєму трактуванні подібності гри і мистецтва Фінк багато в чому уподібнюється до Г.-Г. Гадамера, але якщо Фінк пояснює специфіку гри через специфіку мистецтва, то Гадамер, навпаки, вводить поняття художньої гри, щоб пояснити характер мистецького впливу [Гадамер, 2001]. Він доходить висновку, що ці феномени різняться своєрідним, відмінним від буденного способом проведення і відчуття часу, який споріднений з досвідом свята. Це перебування, для якого характерним є те, що людина забуває про нудьгу. Для Гадамера гра також є незумовленим самодетермінованим буттям: “гра наразі постає як саморух, який не має осмисленої мети, – рух заради руху, який має на увазі, так би мовити, феномен трансцендування, самопредставлення буття живого” [там само, с. 70].

Цікаве формулювання про зв'язок культурних феноменів із грою пропонує Й. Хейзінга: “культура зачинається не як гра і не з гри, а в грі” [Хейзінга, 1992, с. 92]. У своєму “Homo Ludens” дослідник демонструє наявність ігрових елементів у цілому спектрі цілком серйозних феноменів суспільного життя, таких як мистецтво, війна, державне управління тощо. Він також вбачає у грі абсолютно самодостатню діяльність, яка не здійснюється заради чогось, а являє собою прояв абсолютно вільного людського духу і при цьому є первісною, безумовною, такою, що не зводиться до інших, життєвою категорією. Свої погляди на гру Хейзінга узагальнює в такому визначенні: “...Ми можемо тепер назвати гру вільною діяльністю, яка усвідомлюється як “не насправді” і поза повсякденним життям виконуване заняття, однак вона може цілком заволодіти гравцем, не має при цьому на меті ніякого матеріального зиску, не вишукує користі, – вільною діяльністю, яка здійснюється зсередини навмисно обмеженого простору і часу, проходить упорядковано, за певними правилами і породжує суспільні угруповання, які схильні ховатися під покривом таємничості або підкреслювати свою відмінність від іншого світу різного роду маскуванням” [там само, с. 24].

У цьому формулюванні Хейзінга, збираючи примітні риси гри, дає швидше феноменологічне, аніж онтологічне її визначення. Що ж до філософського трактування її онтології, представленої

Фінком і Гадамером, то, віддаючи йому належне, усе-таки хотілося б за чудовою універсальністю наведеного визначення побачити ту конкретику, яка б дала можливість зрозуміти психологічну специфіку гри, що відрізняє її від інших проявів людського буття і характеризує її становлення і розвиток. Що значить “саморух, який не має осмисленої мети” або “святкування буття” в звучанні реальної життєвої практики? Цікаво також простежити не лише подібність гри і мистецтва, але і їх відмінність, тобто виокремити та порівняти ці два явища для того, щоб розглянути конкретну якісну можливість становлення мистецької творчості на основі гри. Адже і Хейзінга, і Гадамер, розглядаючи спільні риси гри й мистецтва або гри й культури, усе-таки не визначають, у чому полягає їх генетична спільність і як саме постає мистецтво чи культура в грі або через гру. На мою думку, це і неможливо зробити, не проаналізувавши психологічні механізми цих феноменів.

Більшість психологічних теорій зосереджують увагу передусім на зовнішній стороні гри – на її корисності з погляду становлення особистості. Але гра – це така діяльність, яка, за визначенням, безпосередньо не спрямована на отримання користі. Що ж змушує дитину чи дорослу людину гратися? Якщо мотив гри лежить у ній самій, то процес гри має сам по собі давати задоволення або ж становити безпосередню цінність. Але й не можна сказати, що гра здійснюється заради задоволення, – “заради” взагалі не дуже підходить для пояснення суті гри, і цим вона відрізняється від різних видів активності, спрямованих на задоволення потреб. Це, звісно, не означає, що задоволення в процесі гри не виникає – якраз навпаки. Таке задоволення-в-процесі краще за все зіставити з терміном “переживання”, якщо його розуміти як суб’єктивно сприйняте буття. Цей термін містить два смислових аспекти. По-перше, переживання співвідноситься з певним суб’єктивним почуттям – внутрішньою небайдужістю до зовнішньої дійсності. По-друге, переживання – це життя як процес, це проходження на життєвому шляху певних етапів, це перетворення індивідом певного досвіду. Другий смисловий аспект пов’язаний із подієвим змістом життя, а відтак із зовнішнім світом, який у переживанні знаходить своє суб’єктивне заломлення. Цю характеристику переживання можна позначити як інтенціональність: залишаючись згустком суб’єктивного життя, за змістом пе-

реживання так чи інакше пов'язане із зовнішніми реаліями. Зрештою, життя як процес органічно поєднує в собі суб'єктивне і об'єктивне.

Як зазначалося вище, мотивація і насолода від гри не пов'язані з актуальними потребами. Тобто переживання в процесі гри відокремлене від задоволення потреб і набуває самоцінності. Головна моя теза полягає в тому, що якраз завдяки грі відбувається формування переживань; і саме переживання, тобто модус самого життя, є тут первинною цінністю.

Для того щоб щось пережити, треба спочатку відшукати або створити відповідні життєві умови. Тому в основі гри лежить перетворення зовнішніх умов заради безпосередньої самореалізації буття. Життя – процес, і він реалізується через зовнішню активність, тому гру можна розглядати як діяльність у найширшому її розумінні. На відміну від інших видів діяльності для гри характерне те, що в ній не задалегідь потрібний результат задає, тобто стимулює і структурує, дії індивіда, а навпаки – “результат” підбирають заради процесу діяльності як такий, що відповідає цьому процесу. Тому зовнішньо-цільовий аспект гри завжди має умовний характер. Зіставлення гри з поняттям переживання, яке є вельми місткою, але zarazом і складною психологічною категорією, дозволяє пояснити зовні дуже різні прояви гри.

Найпростішим прикладом зміщення акцентів цілеспрямованої активності з результату, який забезпечує можливість виживання, на сам процес життєдіяльності може бути гра кішки з мишею. Якщо кішка не дуже голодна, вона, вполювавши мишу, часто відпускає свою жертву, щоб мати можливість знову її впіймати. Тож якщо спочатку кішка вдається до полювання, щоб заволодіти мишею, то потім вона використовує мишу вже для того, щоб пережити сам процес полювання.

Розгляньмо інший приклад, також дуже простий з процесуального боку і також дуже давній, але вже в межах людської історії, – гру в кості. Двоє або більше гравців по черзі кидають кубики, на кожній грані яких є певна кількість позначок; виграє той, у кого випаде більша (варіанти: менша, парна, непарна тощо) кількість. В основі цієї гри лежить принцип, спільний для всіх азартних ігор, – загострення власних переживань за допомогою

створення штучної стимуляції, а саме: співвідношенню номерів, що випали, ставиться у відповідність отримання або неотримання винагороди. Це і є перетворення зовнішніх умов заради отримання певної якості буття, яке в даному випадку проявляється через загострення сили та інтенсивності відчуттів.

Може виникнути запитання: чи насправді тут виграш грає роль допоміжного засобу для створення гри – чи, навпаки, гра здійснюється заради отримання виграшу? Звісно, коли гравець сідає грати, для нього не останнім бажанням є саме отримання винагороди (неважливо, що це буде – грошова ставка в грі чи просто відчуття перемоги над іншими). Але якраз у даному випадку від дій гравця нічого не залежить – кості випадають лише за ймовірнісним принципом. Він може лише сподіватися на свою удачу, та результатом править випадок. Тобто не можна сказати, що людина тут домагається грошей, створює умови для їх отримання. Більше того, якщо для неї важливі гроші самі по собі, вона якраз буде триматися подалі від казино й азартних ігор. Для гравця ж гроші є бажаними саме як виграш, і все, хай де зароблене, він знову несе до казино. Безумовна бажаність грошей тут створює передумови для гри, так само як і безумовно бажана миша є передумовою гри для кішки.

На відміну від гри в кості, у переважній більшості ігор результат усе-таки залежить від дій гравця. Система правил у таких іграх підібрана таким чином, щоб у діях, спрямованих на результат (мету, правильне виконання завдання тощо) максимально реалізувати внутрішній потенціал, здібності індивіда. І так само як потенціал розвитку людини може бути самим різним і набувати безлічі конкретних форм, так само безлічі форм, іноді дуже різних, може набувати гра. Це можуть бути ігри, пов'язані з фізичними можливостями людини (спортивні ігри або, скажімо, дитячі забавки на кшталт “квача”), інтелектуальні ігри (шахи, головоломки), ігри, пов'язані з мистецькими, творчими здібностями (буриме, збирання мозаїк) і т. ін. Кожна з них реалізує той чи інший з безлічі можливих проявів буття, здійснених заради нього самого.

Інший спосіб безпосередньої реалізації буття представлено у вже згаданих рольових іграх. Справді, що робить дитина, коли верхи на палиці вона скаче як вершник або коли переймає ролі значущих інших, граючись у маму, вчителя чи кіношного героя? Вона формує певний комплекс умов (умовний простір), необхідний для

реалізації того модусу буття, який вона наразі уподобала. Дитина використовує іграшкові предмети тією мірою, якою вони допомагають створити цей комплекс умов. Якщо справжнього принца можна впізнати по короні, вона використовуватиме “корону” – будь-який предмет, який допоможе їй уявити себе особою королівської крові. Зовнішня атрибутика тут слугує внутрішньому “перетворенню”. У дорослій акторській грі все навпаки – внутрішнє перевтілення в іншого персонажа є лише одним з методів досягнення зовнішньої переконливості образу. Досягнення чисто зовнішньої переконливості вже поза внутрішньою самоідентифікацією характерне для лицемірства. Лицедійство на відміну від лицемірства зберігає внутрішню спільність із грою, але про це буде сказано трохи згодом, коли розглядатиметься подібність гри і мистецтва.

Існують також справжні дорослі ігри, які зовні можуть нагадувати лицемірство, але за своєю психологічною суттю відрізняються від нього. Деякі з них розглядає згадуваний вище Берн. У межах таких ігор людина використовує зовнішні обставини для того, щоб відіграти певне переживання, наприклад, відчуття себе благодійником або, навпаки, беззахисною дитиною. А проте не всі приклади наведених Берном “ігор” є іграми (до речі, сам автор використовував цей термін у лапках), деякі з них є швидше формою захисних механізмів. Різниця полягає в тому, чи є отримане переживання самоцінністю, а чи воно лише слугує задоволенню зовнішніх щодо гри потреб – потреби в безпеці, потреби в соціальному визнанні тощо.

Цікавою рисою дорослих ігор є те, що вони можуть бути й іграми, і спрямованою на результат працею водночас. Наприклад, власний бізнес може бути для його власника і азартною грою, і цілком раціонально організованою статтею доходів. Тому було б неправомірним слідом за Фінком говорити, що гра заповнює собою вільний час, який залишається після серйозних справ. Адже між ними немає відмінностей за формальними ознаками – справа лише в суб’єктивному погляді на те, що відбувається. Передусім має значення ставлення до власних цілей: поки людина грає, вона не підпорядковується їм, а використовує їх для того, щоб зробити своє життя насиченим, навіть якщо ці цілі мають і цілком серйозне

обґрунтування. Це подібно до того, як гравець використовує усталені правила гри, щоб отримати переживання.

Поєднання суб'єктивного і об'єктивного може по-різному проявлятися в різних типах ігор. В іграх типу **game** йдеться насамперед про зовнішньо-об'єктивний аспект переживання: це передусім безпосередність проживання, досягнення і здолання – активне і дійове ствердження життя. Результат, який підбирається заради організації процесу переживання, – це умовна мета гри. Вона підбирається таким чином, щоб максимально реалізувати внутрішній потенціал учасників – фізичний або інтелектуальний. Зовнішня подієвість процесу тут є цілком наочною.

Натомість у забавах з іграшками зміст ігрової події переноситься в умовний план. Переживання тут має більш споглядальний характер і схоже на те, яке виникає під час перегляду вистави. Водночас дійство все одно відбувається тут і зараз, з тими конкретними об'єктами, які опинилися у дитини під рукою – це не обов'язково готові іграшки, а будь-яка річ, що відкрилася дитині в новому й цікавому світлі. Тобто в іграх типу **play** створюється переживання як емоційна небайдужість до об'єктів та подій. Тому на перший план виходить розігрування цікавих для дитини ролей чи ситуацій. Особистісне буття тут реалізується і стверджується в умовному плані, і саме умовний образ, утілений у наявному об'єкті, є тим результатом, що задає і структурує гру.

Так гра формує новий спосіб взаємодії індивіда з об'єктом. Цей останній набуває здатності викликати переживання, тобто постає небайдужою частинкою зовнішнього світу. При цьому об'єкт залишається поза потребами індивіда і пов'язаними з ними мотивами. У грі він здатен відкриватись у нових інтерпретаціях, які формуються тут і зараз, у самому процесі гри. Але для цього об'єкт спочатку має звільнитися від будь-яких готових, “правильних” тлумачень – він може бути чим завгодно, а значить, зрештою, і самим собою.

Це особливо добре видно в ранніх іграх дитини з різними речами, коли ті є одночасно предметом і забави, і дослідницької поведінки. Яскравий, неординарний об'єкт, будучи цікавим самим по собі, викликає бажання маніпулювати з ним. Уже згодом, на більш пізніх стадіях онтогенезу, такого роду цікавий об'єкт може

споріднюватися з казковим образом (play) або залучатися до конкретних ігрових маніпуляцій (game).

Словом, від початку є цікавий і небайдужий об'єкт, який для дитини може бути чим завгодно. Причому “бути чим завгодно” – це безпосередність бачення, а не серйозна ідентифікація, тобто не дефініція через підведення до певної категорії. Специфіка цього суб'єктивного способу сприймання полягає в тому, що він якраз і цінний цією своєю суб'єктивністю, бо саме вона є джерелом переживання. Але водночас джерелом переживання і способом його реалізації є зовнішній об'єкт. Це означає, що переживання – це і суб'єктивне сприйняття, і співпричетність до зовнішніх реалій. Для проживання, тобто процесу розвитку переживання, ситуація має бути довизначена, що означає створення умовного світу гри. У випадку гри типу game цим довизначенням стають ігрові правила. У випадку гри типу play таке довизначення робиться за допомогою образної інтерпретації – палиця “стає” коником. Якщо game створює *умовні значущості* для організації подієвого проживання процесу (наприклад, важливо забити у ворота супротивника м'яч, не торкнувшись його рукою), то play створює *умовні значення* для об'єктів (“нехай це буде коник”), переносячи подієвість у світ “нібито”.

Ці умовні значення, або образні інтерпретації, за Леонтьєвим, і є ігровим смислом об'єктів. Я хочу уточнити, що умовний образ – це швидше втілення, вираження смислу, а не сам смисл, якщо останній розглядати як психічну тканину репрезентацій. Як зазначалося вище, один і той же смисл може бути виражений різними словами; так само він може бути виражений і в різних образних інтерпретаціях дійсності. Утім, розмежування смислу і умовного образу є відносним, оскільки вони взаємопов'язані як зміст і форма репрезентації, і не дарма для аналізу витворів мистецтва, міфу або фантазії іноді вживають термін “сміслообраз”.

Таким чином, ігровий образ, з одного боку, є втіленням смислового відображення об'єкта, а з другого – чинником створення і розвитку переживання. Це й зрозуміло, оскільки сам смисл безпосередньо пов'язаний з емоційною характеристикою зовнішніх обставин, а отже, і з цариною переживання, адже смисл – це відображення об'єкта як такого, що залучений до життєвого світу людини. Об'єкт набуває ігрових інтерпретацій на основі того спо-

собу взаємодії з ним, який постулюється грою, і задля того переживання, яке ними створюється. Ствердження цього переживання якраз і задає той смисловий ракурс сприйняття об'єкта, який виражається в образі. Можна сказати і так, що ігровий образ – це свобода суб'єктивного відображення ситуації, тому, розвиваючи образ, ми тим самим стверджуємо своє суб'єктивне бачення, а отже, розвиваємо смислове наповнення ситуації, що так само є розвитком і змістом переживання.

Таке розуміння гри близьке до того, що представлено як у Леонт'єва, так і в Міда, які також розглядали організацію процесу гри через введення умовних правил чи ролей. Але для того, щоб мотив гри, як зазначав сам Леонт'єв, перебував у ній самій, потрібно, щоб пов'язане з процесом гри переживання мало самостійну цінність. Утім, і Леонт'єв, і Мід, виділяючи психологічні характеристики гри, не могли бачити в ній прояву безпосередньої самореалізації буття, оскільки в межах діяльнісної парадигми або біхевіоризму воно не могло проявлятися як самоцінність, самодетермінація, залишаючись постійно визначеним діяльністю або зовнішніми стимулами. Але, як зауважив Хейзінга, “під кутом зору детермінованого розумного світу, світу суцільної взаємодії сил, гра є в найповнішому розумінні слова “superabundans” (“надмірність”, “надлишок”). Тільки з втручанням духу, який знімає цю всеохопну детермінованість, присутність гри стає можливою, зрозумілою, сприйнятною” [Хейзінга, 1992, с. 13].

Розглядаючи розвиток дитячої забави – play, можна висловити думку про те, що “робота над переживанням”, започаткована в грі, є прямою передумовою формування мистецтва. Справді, створення переживання – суб'єктивного сприйняття і прийняття світу – є неодмінним атрибутом мистецького впливу. Як і гра, мистецтво має справу з таким поглядом на речі, що утверджується і підтверджується лише самим існуванням суб'єкта та його баченням світу, формуючи враження та небуденні смисли. Спосіб, у який мистецтво спроможне впливати на людину, полягає у відкритті інакшої реальності та залученні до неї. Суб'єкт відкриває нові грані дійсності, водночас переживаючи нове життя, і таким чином сам стає інакшим. Мистецтво, як і гра, підпорядковується тому ж “закону інтенціональності”: зміна суб'єкта не відбувається безпосередньо –

вона можлива лише через його співпричетність до зовнішніх реалій, через їх суб'єктивне заломлення, тобто інтенціональність переживання.

Як і в грі, спосіб створення переживання у мистецтві відбувається через формування умовного плану реальності – образу. Тому переживання тут не стосується актуальних потреб і мотивів індивіда і є абсолютно самоцінним. Цим воно відрізняється від звичайної емоції, яка характеризує об'єкт або ситуацію з погляду відповідності або невідповідності мотиваційно-потребовим запитам. Водночас переживання виражає небайдужість до зовнішніх реалій, живу зацікавленість в об'єкті – не заради чогось, а в безпосередності “тут і зараз”. Тому мистецтво, як і гра, є безпосереднім утвердженням буття.

Самоцінність переживання в грі вже задає основу і вектор формування мистецької творчості. Таке переживання само по собі потребує свого створення і розвитку, що також стимулює розвиток образних засобів. Тобто ігрове переживання сприяє розвитку образної уяви, яка так само розвиває внутрішній світ дитини, надаючи переживанню нових змістів і створюючи новий світ смислів. Таким чином, через перетворення образно-сислової сфери здійснюється розвиток індивіда, і зачатки для цього розвитку існують уже в ігровій грі.

Умовний образ як у грі, так і мистецтві має подвійну природу. З одного боку, йому притаманна репрезентативність: за визначенням, “образ” – це завжди відображення чогось, референція до певного денотату. З другого – це втілення змісту “тут і зараз”, тобто, як і в грі, це безпосередньо представлене, а не відсторонено опосередковане буття. Утім, на відміну від гри мистецька реальність перестане бути безпосередньо інтерактивною. Подієвий аспект переживання тут підпорядковується відчуттєвому і споглядальному, а речовий об'єкт – умовному образу, який за смислом невіддільний від нього. Так виникає мистецький твір.

Тому зміст переживання в межах гри і під впливом художнього твору буде сутнісно різним. Переживання в грі за походженням тяжіє до проживання, тобто до безпосереднього залучення до колізій життя, хай навіть і вигаданих. Переживання в мистецтві – це більше внутрішнє, духовне переплавлення, яке не потребує обов'язкового залучення до зовнішніх реалій. Саме тому мистець-

кий образ цілком перебуває в умовному плані, занурення в нього – це вже духовна робота. Переживання ж у грі завжди спирається на конкретику ситуації, це життя “як воно є”, у нерозривному зв’язку внутрішнього і зовнішнього. З цим пов’язана і якісна відмінність між тими змістами, які відтворюються в грі та мистецтві. Адже проблемне поле взаємодії зі світом для дитини і дорослої людини є суттєво різним, а відтак трансформації актуальних смислів у процесі особистісного розвитку є закономірними.

Крім того, на відміну від гри мистецтво є продуктивною діяльністю, і його продуктом є художній твір. Повністю ввібравши в себе смислообраз, він набуває самоцінності. Цікаво, що в тих випадках, коли цей твір за способом реалізації має темпоральний характер, тобто сприймається лише як певний процес, уподібнюючись грі, це знаходить своє відображення в мові – так, ми говоримо про акторську гру або гру на музичних інструментах. Але не можна не погодитися з Хейзінгою, що найближче до гри стоїть поезія [Хейзінга, 1992]. Справді, композиція слів поетичного твору залучена ніби до двох різних процесів: один підпорядкований ритму й ритму, тобто зовнішньому, акустичному сприйманню, інший пов’язаний зі смыслом сказаного. Це так само, як у дитячій грі фізичні об’єкти використовуються за законами фізичного ж світу, але підпорядковані іншій, смислової реальності. Але поезія не зупиняється на цьому, і за допомогою метафоричного сплетіння за прямим смыслом слів вона відкриває ще інший пласт смислів, граючи вербальними значеннями. Смыслові перепитіі поетичного твору потребують окремої уваги, але наразі немає можливості зупинитися на них докладно.

Внутрішній зв’язок гри з мистецтвом актуалізує питання про роль і місце гри у формуванні свідомості. Про те, що “праця створила людину” або, в більш сучасному варіанті, “трудова діяльність, спілкування та свідомість розвивались одночасно, взаємно впливаючи одне на одне”, відомо всім. Але ці формули не дають можливість обґрунтувати виникнення творчості, адже мистецтво не виробнича діяльність і не може бути з неї виведене. На відміну від праці воно не лежить у площині доцільності і є надлишковим, зайвим з прагматичної точки зору. Водночас спонтанні творчі інтенції є не менш важливими для становлення природи людини, її свідомості, аніж доцільна раціональна поведінка, яка стає можли-

вою завдяки рефлексії і вольовій функції. Мотивація мистецької діяльності є такою ж “зайвою” і “надлишковою”, як і мотивація гри, тому, як і гру, мистецтво вважають вільною діяльністю. І якщо існує такий аспект свідомості, який не може бути виведений з трудової активності, то, можливо, він формується і постає через активність ігрову. Тоді теза Хейзинги про те, що культура розпочинається в грі, може бути доповнена тим, що і свідомість розпочинається в грі. Зрештою, саме культура і свідомість людини – дві її чи не найпримітніші і найяскравіші ознаки – мають формуватись одночасно і в постійному взаємозв’язку.

Справді, якби становлення людини відбувалося лише в межах раціональної діяльності, доцільної поведінки і логічного висновування, то ідеалом розвитку людської особистості був би комп’ютер. Але свідомість – це значно ширше поняття, ніж мислення, а її функції не зводяться до створення оптимальної стратегії пристосування. І коли ми говоримо про особистісний розвиток, то передусім маємо на увазі розквіт внутрішнього світу людини – витонченість почуттів, глибину і складність переживань, багатомірність смислових зв’язків, у яких вона співпричетна до дійсності.

Зрозуміло, теза про походження свідомості з гри є лише гіпотезою, але вже зараз можна сказати, що гра очевидно містить передумови для формування свідомості. Справді, остання традиційно розглядається як відображення дійсності в її об’єктивних властивостях. За Леонтьєвим, передумови об’єктивації з’являються через виконання дій, які безпосередньо не приводять до задоволення потреб (зрозуміло, дослідник розглядає при цьому трудову діяльність) [А. Н. Леонтьєв, 1981]. Але саме гра є чи не найдавнішою формою організації діяльності, яка не спрямована на задоволення потреб. І саме в грі об’єкт постає в найбільш “чистому” вигляді – він не є ані предметом споживання, ані функціональною річчю, за якою вже закріплено фіксоване значення, як це буває в межах суспільно-трудова діяльності. Через метафору гри дійсність може відкривати ті свої грані, які зазвичай залишаються поза нашою увагою, не вкладаючись у звичні межі буденного існування. Звільняючись від усталених визначень, об’єкт, зрештою, стає самим собою.

Та не варто абсолютизувати протиставлення гри і праці, як і не варто вважати, що між цими поняттями лежить нездоланна прірва. Адже і виникнення самої праці – складної діяльності, що передбачає наявність вольової поведінки, – як це впливає з класичних психологічних досліджень, пов'язане з розвитком гри. Справді, вольова дія виникає тоді, коли людина спроможна докласти зусиль для досягнення тієї мети, яку вона сама перед собою поставила, незалежно від того, наскільки ця мета узгоджується з її актуальними потребами. Гра типу game дає чудові підстави для формування такої дії, оскільки в ній людина якраз і спрямована на ту мету, яку вона сама для себе визначила (або добровільно прийняла), і ця мета аж ніяк не пов'язана із задоволенням потреб.

Але якщо якийсь предмет постає в результаті розвитку іншого, то це означає, по-перше, що він має з ним генетичний зв'язок і є подібним до нього в межах цього зв'язку, а по-друге, що він відрізняється від того предмета, з якого постав, оскільки являє собою вже інший ступінь, іншу якість. Для вольової поведінки це означає, що вона може бути спрямованою не лише на ігрову мету, яка була поставлена для того, щоб отримати певне переживання. У цьому полягає універсальність волі: вона реалізується взагалі незалежно від тієї причини чи умови, з якої була початково поставлена мета. Як зазначав Виготський, у вольовій дії слід розрізняти два апарати, що є відносно самостійними один щодо одного: це встановлення умовного зв'язку, тобто надання значущості початково нейтральним стимулам, і подальше здійснення реакції [Виготський, 1983]. Тобто виконання прийнятого рішення є до певної міри незалежним актом щодо прийняття цього рішення, це два різні аспекти, або пласти, вольової поведінки.

Але така універсальність вольової функції має і свої вади, оскільки досягнення поставленої мети тепер не потребує свого обґрунтування, а отже, діяльність може здійснюватися без усвідомлення своїх причин, своїх мотивів. Без вирішення “задачі на смисл” така поведінка перестає бути вільною. Адже поки мотив усвідомлюється, мета завжди має допоміжний статус і умовну владу. Вона є лише засобом для отримання принади, укладеної в мотив, а не самоціллю, іншими словами – вона ще залишається предметом вибору. Та як тільки процес прийняття рішення

відокремлюється від його виконання, діяльність автоматично підпорядковується меті.

Зовсім іншу картину спостерігаємо щодо гри, яка завжди відбувається в умовному полі з умовними цілями. Ця умовність означає, що мета існує заради створення процесу діяльності, а не діяльність – заради мети як такої, мети, що була б необхідною сама по собі. Далі, поки діяльність здійснюється заради створення переживання, людина завжди залишається вільною щодо поставлених цілей – вони слугують їй, а не навпаки. Але як тільки усвідомлення умовності втрачається, мета перетворюється на самоціль, ігрова поведінка стає серйозною, а дія – вольовою. Разом з втратою умовності втрачається й усвідомлення мотиву, а водночас і та свобода, що була притаманна грі. Тому саме гра репрезентує собою той аспект людської діяльності, який так легко губиться в доцільній праці і який як ніщо інше робить людину людиною, – її вільну дію. Це, звісно, не означає, що остання може існувати лише в межах ігрового часопростору. Наприклад, усвідомлення мотиву трудової діяльності знову повертає меті її підпорядковане становище, робить її результатом свідомого вибору суб'єкта і тим самим позбавляє самозначущості. Річ у тім, що одні лише трудові відносини не є достатньою генетичною передумовою для виникнення такої складної, суперечливої, але абсолютно незамінної людської прерогативи, як свобода, а отже, їх не можна розглядати як достатню підставу для філогенезу людської особистості.

Метафора

Гра здатна створювати умовне поле, в якому будь-яка річ може поставати в несподіваному образі і змінювати свою звичну ідентичність. Об'єкт ніби переодягається в чуже, не притаманне йому значення. Такий казковий світ перетворень асоціюється в першу чергу з дитинством, бо в дорослому світі вже всі імена роздано і присвоєно своїм речам, а “правильні” ідентифікації наперед відомі. Та завдяки метафорі дива трапляються і в дорослому

дискурсі, бо ця фігура мовлення присвоює об'єктам незвичні значення і створює такі ідентичності, що тим явно не притаманні. Така відверта нелогічність метафори є своєрідним викликом для багатьох дослідників, які намагаються пояснити її природу. Та, будучи причетною до естетичних категорій, метафора є складним предметом для наукового і зокрема психологічного аналізу. Утім, якщо психологія має в собі амбіції досліджувати людський дух у його сутнісних проявах, вона не може залишати поза своєю увагою і ці категорії. До того ж є підстави вважати, що саме психологія спроможна відкрити у метафорі ті важливі аспекти, повз які пройшли філософи і лінгвісти, котрі з-поміж інших дослідників приділяли цьому феноменові, мабуть, чи не найбільше уваги.

Отже, метафора є однією з традиційних і вічних проблем гуманітарного пізнання, а її філософсько-наукове осмислення бере свій початок принаймні від Арістотеля. Саме він дає тлумачення метафори, на яке посилається більшість авторів аж до теперішнього часу. Ідеться про перенесення назви з одного об'єкта на інший, в основі якого лежить здатність помічати в предметах схожість [Арістотель, 2010]. Хоча наразі дослідники пропонують й інші визначення метафори, звернення до уподібнення, що лежить в основі цього процесу, є досить популярним. Зокрема, класичними стали дослідження Р. Якобсона, який пов'язує два тропи, або дві фігури мовлення, – метафору і метонімію – з, відповідно, асоціаціями за схожістю та асоціаціями за суміжністю, а також двома аспектами функціонування мовного знака: парадигматичним і синтагматичним (див. перший розділ). Згідно з цією концепцією “мовленнєва подія може розгортатися двома смисловими лініями: одна тема може переходити в другу або за подібністю (схожістю), або за суміжністю. Для першого випадку найбільш придатним способом позначення буде термін “вісь метафори”, а для другого – “вісь метонімії”, оскільки вони набувають свого найбільш концентрованого вираження в метафорі й метонімії, відповідно. У випадку афазії якийсь із цих процесів обмежений або повністю блокований...” [Якобсон, 1990, с. 126].

Погляд на метафору як на віднайдення схожості між двома об'єктами лежить в основі її тлумачення як прихованого порівняння. Мається на увазі, що зміст висловів “ї очі – це зорі” і “ї очі – як зорі” є тотожним і в обох випадках ідеться про вислов-

лене уподібнення двох об'єктів. Але навіть якщо і об'єднати метафору з іншою фігурою мовлення – порівнянням, то навряд чи це буде достатнім для прояснення сутності як першої, так і другого. Зрештою, подібним є все до всього і що завгодно з чим завгодно можна порівнювати. Що саме робить порівняння і метафори поетичними зворотами, що надає їм чудесної можливості змінювати погляд на речі?

Один з дослідників метафори, А. Річардс, зауважує, що для її утворення важливим є не те, що дві речі виявляються пов'язаними, а те, як саме вони пов'язані. У цьому випадку відмінності між цими речами є не менш важливими, ніж їхня подібність. Саме неочікувані поєднання роблять метафори “свіжими” [Річардс, 1990].

Справді, метафора – це не просто поєднання чи порівняння об'єктів. Зрештою, і наукова діяльність передбачає постійне віднайдення спільного і встановлення аналогій. Метафора – це неможливе порівняння. І саме в цьому – уможливлювати неможливе – криється її головна онтологічна загадка. Тому більш коректною, ніж ті визначення, що апелюють до схожості та порівняння, можна вважати, наприклад, таку дефініцію: “Метафора – це таке семантичне перетворення, коли образ, сформований щодо одного класу об'єктів, застосовується до іншого класу або іншого представника класу” [Метафора, www.krugosvet.ru]. Що цікаво, такий спосіб утворення метафори також описав свого часу Арістотель [Арістотель, 1967], і саме цей підхід ближче визначає саму сутність метафори. Справді, важливою її рисою є здатність перетинати межі семантично закріплених категорій, чим вона явно відрізняється від тих же науково встановлених аналогій чи об'єднань. До останніх залучаються суттєві, регулярні зв'язки між об'єктами, на основі яких здійснюється категоризація світу. “Наука – це класифікація”, – зауважував К. Лінней. Метафора легко руйнує усталені класифікації і... теж знаходить у предметах суттєве. Як же це відбувається?

Чи не найбільш розробленим напрямком, що тлумачить механізм метафоричного перетворення, є теорія констатації спільних властивостей. Ідеться про те, що метафора опосередковано вказує на деякі неочевидні до того характеристики одного об'єкта шляхом зіставлення з іншим об'єктом. Цієї думки дотримувався, наприклад, Х. Ортега-і-Гассет, який вважав, що в основі та-

кого виділення і зіставлення спільних ознак лежить розумове абстрагування [Ортега-и-Гассет, 1990]. Людина може не звертати увагу на відмінності між двома об'єктами, зосередившись лише на тому, що є між ними спільного.

Але ми пам'ятаємо, що метафора зіставляє незіставне і порівнює непорівнюване. Для того щоб це пояснити, теорія констатації спільних властивостей пропонує змістити дослідницькі акценти з процесів розуміння об'єктів на процеси розуміння слів. При цьому залучається семантичний погляд на значення слова як на набір ознак (предикатів). Нарешті, робиться суттєве припущення про те, що існують так звані основні, "характерні" і маргінальні, "нехарактерні" ознаки слова. Останні відповідають побічному значенню слова – конотації – і дають можливість порівнювати об'єкти, які є не порівнюваними в прямому розумінні [Бирдсли, 1990]. Базуючись на згаданих припущеннях, Е. Ортоні пропонує таку логіку розмежування прямих і метафоричних зворотів: нехай ми маємо метафору або порівняння типу "А схоже на В". Тоді можливі такі варіанти: "Якщо характерні предикати В є також характерними предикатами А, то порівняння буде буквальним і референти його членів будуть описані як "насправді" подібні. Якщо деякий характерний предикат В є менш характерним предикатом А, тоді як існують характерні предикати В, які взагалі до А не можуть бути застосовані, маємо справу з уподібненням (метафорою). Якщо ж узагалі жоден характерний предикат В неприйнятний для А, то порівняння або не піддається інтерпретації, або не має сенсу..." [Ортони, 1990, с. 228].

Але що це, власне, таке – "характерні" і "нехарактерні" ознаки? Звідки беруться останні? М. Блек, розвиваючи інтеракціоністську теорію, вважає, що тут ідеться просто про загальноприйнятну систему асоціацій до певного значення. Наприклад, називаючи людину вовком, ми актуалізуємо у свідомості слухача набір епітетів, який у нашому суспільстві традиційно застосовують до вовків. При цьому "ті притаманні людині риси, про які без перебільшення можна говорити "вовчою мовою", одразу стають важливими, а інші відходять на задній план" [Блек, 1990 с. 165]. Метафора, таким чином, спроможна організувати суб'єктивне сприймання об'єкта.

Погляди Блека зміщують фокус дослідження метафори на сферу суспільної практики. Значення слова при цьому розглядається з позицій традиційного його використання у певному середовищі. Ця теорія вимагає вже не суто лінгвістичного чи семантичного, а соціально-психологічного погляду на функціонування тропів.

Використання психологічних закономірностей для з'ясування механізму функціонування метафори, хоча і в річищі зовсім іншої парадигми, представлено в працях О. Артем'євої [Артемьева, 1999]. Дослідниця розглядає його в контексті феномена міжмодального перенесення. У найпростішому чи, радше, найвідомішому вигляді цей феномен проявляється як синестезія – здатність до суб'єктивного переведення відчуття з однієї модальності в іншу. Але особливо цікавим він видається в ракурсі психосемантичних досліджень. Адже в класичному семантичному просторі ЕРА можуть бути розміщені і піддані порівнянню об'єкти з різних предметних сфер. Це можливо завдяки тому, що осі цього простору є амодальними ознаками. Їх зазвичай розглядають як емоційно-оцінні (або конотативні) характеристики, оскільки вони визначають не специфіку об'єктів як таких, а специфіку суб'єктивного бачення цих об'єктів. Багато дослідників вважають, що та ж синестезія стає можливою саме тому, що в суб'єктивному відображенні існує рівень універсальних амодальних оцінок, на який може бути спроектований будь-який стимул. Це значить, що для об'єкта з певної предметної сфери може бути підібраний такий об'єкт з іншої предметної сфери, який у просторі ЕРА буде мати такі самі оцінки. Цей механізм дуже наочно проявляється під час дитячої гри в асоціації. Так, ведучий загадує якийсь об'єкт, зазвичай із задалегідь відомого класу. Інші намагаються відгадати хто або що це, змушуючи ведучого віднаходити аналог загаданого в різних категоріях. Наприклад: “якщо це квітка, то це”, а ведучий тоді має назвати конкретну квітку, яка нагадує йому задуманий об'єкт. Ця гра, власне, і демонструє функціонування метафори у своєму найпростішому, “дитячому” вигляді: на основі називання однієї речі вгадується інша.

Тому видається цілком слушною думка Артем'євої про те, що в основі мовної метафори лежить механізм міжмодального перенесення, під яким слід розуміти процес відтворення образу

об'єкта в іншій предметній сфері на основі “спільного знаменника” в просторі емоційно-оцінних характеристик (цей простір може бути представлений більш широко, ніж традиційний ЕРА). Дослідниця так навіть і називає ці шкали – “метафоричні” [там само].

Слово “метафора” з грецької, власне, й означає “перенесення”. У класичному, аристотелівському, розумінні йдеться про перенесення імені з одного об'єкта на інший. Але важливо пам'ятати, що якраз перейменування в метафорі, принаймні початково, і не відбувається. Якщо перенесена з одного на інший об'єкт назва стає законним іменем останнього, то це говорить лише про те, що ця назва дістає нове значення, але це вже буде не метафоричне, а пряме вживання слова. Метафора ж залишає ім'я за старим об'єктом, хоча й активно користується ним, причому робить це всупереч усяким законам. Якщо сутність метафори полягає не у формальній експропріації імені, то значить справа в тому значенні, за яким закріплено це ім'я. Але тут знову виникає протиріччя: якраз на рівні значень метафора і є абсурдною операцією – називаючи людину вовком ми не маємо на увазі, що вона вовк у прямому розумінні. Тут запрошується версія про те, що в метафоричному звороті переноситься не значення об'єкта, а якісь його аспекти, наприклад “нехарактерні” ознаки. Мовою психосемантики це означає, що переносяться не денотативні – специфічні, а конотативні – неспецифічні, емоційно-оцінні характеристики. Іншими словами, ці конотативні характеристики можуть бути спроектовані на будь-яке денотативне поле і розгорнутися в новому образі.

Запропонований Артем'євою погляд на метафору як на міжмодальне перенесення приваблює тим, що залучає до пояснення її механізму поняття емоційно-оцінних характеристик об'єкта, пов'язаних із суб'єктивним ставленням до нього. Адже в більшості класичних теорій метафори аспект емоційного переживання залишається нібито за кадром, а на перший план виходять тлумачення когнітивістської спрямованості. Але ж поетична метафора несе не так пізнавальне, як емоційно-насичене навантаження. Принаймні вона формує не тільки нові погляди, а й нові враження.

Водночас цей підхід не позбавлений тих вад, які взагалі притаманні теоріям спільних властивостей. У їх основі лежить припущення, що існують якісь характеристики, що є спільними для тих двох об'єктів, між якими робиться явне або неявне порівняння,

і що, сприймаючи метафору, ми переносимо ці характеристики з образу добре відомого на образ менш відомого об'єкта.

Утім, є підстави сумніватися, що такі спільні параметри завжди можуть бути точно й однозначно вказані. Розгляньмо згадану вище метафору “ця людина – вовк”. До неспецифічних характеристик поняття “вовк” можна віднести цілий набір прикметників: “злий”, “страшний”, “поганий”, “сильний”, “великий” тощо. За якими з них, власне, робиться порівняння? Трапляються й такі випадки, коли намагання виявити конкретний і “правильний” набір характеристик, за якими нібито порівнюють два зіставлених у метафорі об'єкти, видаються взагалі наївними. Такий різновид метафори Ф. Уїлрайт називає діафорою й умовно протиставляє її традиційній аристотелівській метафорі-порівнянню – епіфорі [Уїлрайт, 1990]. На відміну від останньої діафора утворюється шляхом простого зіставлення двох значень, щось спільне між якими шукати якщо і немарно, то принаймні малопродуктивно. Якщо не спиратися на англomовний матеріал, який наводить Уїлрайт, то численні приклади діафори можна відшукати, наприклад, серед поетичних експериментів доби “срібного віку”. Скажімо, дуже важко з'ясувати точний зміст вислову, якщо в ньому використано слова, прямий зміст яких невідомий (“Бобэоби пелись губы. Вээоми пелись взоры” – В. Хлебников; “...прекратилась чернильница желания твоего Трр и Пе.” – Д. Хармс), або якщо слова не узгоджені всередині фрази (“копи богатства беги отца...” – А. Кручених). Результати цих експериментів показали, зокрема, що дискурсивний (тобто адекватний раціональному обговоренню) зміст зовсім і не обов'язковий для існування й розуміння віршованих строф. Більше того, як помітив Д. Мережковський, “в поэзии то, что не сказано и мерцает сквозь красоту символа, действует сильнее на сердце, чем то, что выражено словами” [Поэзия серебряного века, 2008, с. 23–24]. Але і поза футуризмом чи символізмом будь-яка поезія залишає за собою право на ірраціональність, їй явно не до вподоби однозначність тлумачень. Повністю роз'яснити літературну метафору чи порівняння – значить перетворити їх на теорему. А проте неправомірно було б говорити, що метафора зовсім позбавлена дискурсивного змісту. Тут можна лише згадати про її роль у пізнанні і науці зокрема – тема, якої неодноразово торкалися

дослідники [Ортега-и-Гассет, 1990; Суровцев, Сыров, www.philosophy.nsc.ru].

Яким же чином промовляє метафора? Вона це робить так, щоб дати отримувачу *можливість* зрозуміти дещо. Як зауважує Уїлпрайт, “будь-яка гарна метафора залишає за адресатом право тлумачити її на його власний розсуд” [Уїлпрайт, 1990, с. 97]. Отже, це радше шлях до розуміння змісту, а не його вмістилище. Тому вона позбавлена як визначеності вказівки, так і визначеності дефініції. Тут виникає запитання: навіщо йти хиткими містками метафоричного звороту, якщо можна сказати прямо, оминаючи пастки неоднозначного трактування?

Найпростіша відповідь міститься в численних працях дослідників метафори і може бути сформульована приблизно так: використовуючи аналогію, метафора дає можливість перейти від розуміння більш відомих або менш складних явищ до розуміння явищ більш складних і менш відомих. Іншими словами, ми звертаємося до метафори, коли нам не вистачає досвіду і знань, щоб говорити прямо.

Але така відповідь є лише частковою. Вона містить неявне припущення про те, що будь-який стан речей у *принципі* може бути прямо описаний словами, тобто між реальністю (у найширшому розумінні) і множиною значень теоретично може бути задана взаємно однозначна відповідність. Тут можна зацитувати вже згаданого Уїлпрайта, який підкреслював, що “дійсність є плинною і більш або менш парадоксальною, сталеві сіті не кращий засіб черпати з неї” [там само, с. 108]. Множина значень, закріплена в мові, може зачерпнути лише те, що представлено в соціальному досвіді. Вона співвідноситься лише з тією реальністю, яка пройшла відбір суспільних сертифікацій та узагальнень. Але поза межами цих домовленостей, а отже, й умовностей, дійсність у принципі не може бути описана вербальними значеннями. І навіть якщо постійно розширювати царину соціального досвіду, то це не значить, що за межами значень не залишається ще щось Невимовне, хоча б тому, що вербальна сітка є дискретною, а дійсність – ні.

Метафора репрезентує той тонкий досвід, що вислизає крізь сіті. Її заслуга навіть не в тому, що вона може допомогти перейти від розуміння явищ більш простих до явищ більш складних, а в тому, що вона спроможна примусити і відомий “простий” предмет

зрозуміти інакше. Д. Девідсон про це говорить дуже влучно: ««Бачити як» не дорівнює «бачити що». Метафора, роблячи деяке буквальне твердження, примушує нас побачити один об'єкт ніби у світлі іншого, що й тягне за собою прозоріння. Оскільки в більшості випадків воно не зводиться (або повною мірою не зводиться) до пізнання деякої істини або факту, то наші спроби буквально описати зміст метафори просто приречені на провал» [Девідсон, 1990, с. 191–192].

Таким чином, метафора як явище дає дослідникові можливість розсунути тлумачення відносин “індивід – дійсність” за межі суто когнітивістських або функціоналістських парадигм. І якщо вище зазначалося, що вона відкриває її отримувачеві можливість для нового розуміння, то тепер слід зауважити, що термін “розуміння” тут постає в найширшому сенсі, виходячи за межі суто раціонального пізнання. Воно взагалі випадає з лінійного протиставлення “суб’єкт – об’єкт” і набуває конотацій “осягнення” чи “прозоріння”. Метафора – це передусім не нова кількість інформації, а нова якість бачення. Тому вона у змістовому плані спрямована не лише на об’єктивний, а й на суб’єктивний світ. Вона формує певний модус сприймання дійсності, а відтак безпосередньо стосується внутрішнього життя. Тобто тією ж мірою, якою правомірно говорити, що метафора формує образ об’єкта, правомірно говорити також, що вона формує суб’єктивне переживання. Це переживання можна розглядати як складний емоційний відгук, пов’язаний з образною презентацією об’єкта, і особливо важливою є його наявність для поетичної метафори.

Ця ж дуальність відображення і почуття взагалі характерна для мистецтва. Формуючи образ, воно водночас формує інструмент для створення емоційного враження у того, хто сприймає. Про що в першу чергу хоче сказати поет, коли вводить поетичне порівняння чи метафору – про порівнюваний об’єкт чи про свої переживання? І чи можна, сприймаючи художній твір, відокремити одне від другого, відділити зміст від враження? Адже художні засоби і є в кінцевому підсумку тим, що через себе сплавляє зовнішнє і внутрішнє, а переплавивши, досягають зміни змісту внутрішнього. Хоча художній образ як естетичний феномен є, з одного боку, самоцінним, з другого – це засіб досягнення катарсису. Причому силу мистецтва зазвичай пов’язують саме з перетворювальними

властивостями переживань, які воно викликало. У цьому плані метафору як поетичний прийом можна вважати засобом створення певного переживання чи враження. Якщо ж перенести акценти суто на репрезентативні можливості метафоричного звороту, то тоді його можна вважати пізнавальним прийомом.

Як було згадано вище, пізнавальні потенції метафори на відміну від її функції креатури переживання не були обійдені увагою дослідників. Серед тих же, хто розглядав саме почуттєвий аспект цієї діади, можна назвати П. Рікера. Хоча сам французький дослідник послуговувався терміном “відчуття”, він розглядав його в “емоційному сенсі слова” [Рікер, 1990, с. 430] і вважав, що в метафорі ці відчуття виконують три функції. По-перше, вони роблять об’єкти нашої думки по-особливому присвоєними. По-друге, вони супроводжують і доповнюють образний ряд мистецького твору, формуючи його настрої. По-третє, вони виконують функцію гальмування так званих тілесних емоцій. Це значить, що “коли ми читаємо, ми не відчуваємо буквально переляку чи гніву” [там само, с. 431–432], що Рікер пов’язує з так званою подвійною референцією художнього твору – його події є і реальними, і неральними водночас.

Таким чином, “відчуття” Рікера ніби існують, а ніби й не існують як емоційні переживання, і, більше того, навіть їх певним чином скасовують. Мені здається, що для опису складних колізій почуттєвого аспекту метафори і зокрема його взаємовідношень із пізнавальним її аспектом найбільш адекватним було б поняття смислу, якщо його розглядати як суб’єктивний аспект репрезентацій дійсності. Такий спосіб його визначення, про що вже згадувалося вище, значною мірою узгоджується з класичною для пострадянської психології традицією, закладеною Виготським і Леонтєвим.

Нагадаємо, Виготський послуговується цим поняттям, щоб розкрити суб’єктивний аспект мислення, що не зводиться до словесного значення, хоча й опосередковується ним. Леонтєв також подає смисл як суб’єктивний аспект значення, але суб’єктивність при цьому розглядається не як процесуальний аспект когнітивних узагальнень, а як зіставність значення з актуальними мотивами, тобто його забарвленість чуттєвим баченням.

Між описаними підходами до розуміння смислу немає абсолютних суперечностей. Адже в обох випадках ідеться про суб'єктивні аспекти знакової репрезентації, але в одному випадку цю суб'єктивність розглядають як специфіку психічного процесу, а в другому – у зв'язку з особистісно забарвленим ставленням до дійсності. Проте ці обидва аспекти є характеристиками живої психічної реальності. Дуже важливо, що представлені підходи фіксують ті властивості репрезентацій, що є значущими для нас з погляду дослідження природи метафори. Це, по-перше, те, що формування і вираження думки хоча й опосередковуються знаками, та, проте, не зводяться до вербального вираження і не детермінуються ним, по-друге, зв'язок знаково-опосередкованих відображень дійсності з чуттєво-емоційним ставленням до неї.

Перший із цих підходів зосереджує увагу на смислі як на процесі розуміння і трактування дійсності на противагу значенню як об'єктивованому результату цього процесу. Звісно, усяка репрезентація є і процесом, і результатом відображення; їх розмежування правомірне лише в плані гнозису, а не онтології. Просто цей підхід допомагає усунути ілюзію фіксованого значення слова, що існує поза психічним відображенням, і тим самим відкриває можливості для розкриття внутрішньої логіки метафори. Справді, відсутність жорсткого поєднання процесу розуміння і фіксованого значення означає, що ми можемо використовувати і переносити на інший об'єкт деякі аспекти цього розуміння. Розгляньмо наведену тезу докладніше.

Коли ми говоримо, що чийсь очі – це зорі, нам зазвичай неважко реконструювати смисл сказаного, незважаючи на те, що на рівні словникових значень цей вираз сприймається як абсурдний. Просто, оперуючи в даному контексті поняттям “зорі”, ми спроможні виділити в ньому не лише посилання на конкретний денотат, а й ще щось, що пов'язано із суб'єктивним досвідом, залученим до даного поняття. Як зазначав Фреге, значення – це спосіб вказування на даний предмет. Іншими словами, воно фіксує не об'єкт як дійсність, а радше операційний момент її виокремлення. Це й означає, що за значенням слова стоїть суб'єктивний метод виділення предметної сфери, пов'язаної із цим словом, – його смисл. А якщо цей метод внутрішньо жорстко не пов'язаний з денотатом, то він може бути застосований до іншого об'єкта, що й

має місце в метафоричному звороті. Наприклад, коли ми реконструюємо значення слова “зорі”, то переносимо на об’єкт “очі” ту суб’єктивну реальність, яка актуалізована в нашому досвіді.

Якщо спосіб виділення предметної сфери розглядати в межах когнітивістської традиції – як набір відмітних ознак, за яким визначають певний клас об’єктів, то вийде, що саме ці ознаки, чи принаймні деякі з них, можуть бути перенесені на інший денотат. Тут ми повертаємося до теорії метафори в термінах спільних властивостей: деякі характеристики одного об’єкта транслуються на інший.

З практики відомо, що якщо запропонувати випробуванім скласти вільний опис якогось об’єкта, то серед присвоєних йому ознак майже обов’язково будуть як специфічні, так і неспецифічні характеристики. Зведення цього набору ознак до таких, що не корелюють між собою, тобто до незалежних параметрів, і приводить до появи простору ЕРА, про який ішлося в першому розділі. Це означає, що суб’єктивна реальність, або суб’єктивний досвід, на основі якого виділяється певне значення, не зводиться до суто раціональних критеріїв. Він є значно ширшим й охоплює, зокрема, емоційно-оцінні характеристики. Тут можна повернутися до теорії міжмодального перенесення Артем’євої, але лише зробивши одне суттєве зауваження, а саме: у метафоричному перенесенні з образу одного об’єкта на інший транслуються, узагалі кажучи, не дискретні характеристики, а синтетичні смисли. Теоретично смисловий зміст в окремих випадках може бути зведений до конкретної ознаки чи конкретного параметра, але оскільки він причетний до почуттєвої тканини царини емоційних оцінок, то його звуження до раціоналізованого параметра майже завжди буде натяжною.

Так ми підійшли до другого суттєвого аспекту визначення поняття “смысл”, а саме до наявності у знаково-опосередкованих репрезентаціях дійсності чуттєво-емоційного ставлення, про що йшлося в концепції Леонтьєва і його послідовників. Але не слід забувати і про певну специфіку використання даної категорії. У межах діяльнісного підходу смысл як суб’єктивний аспект функціонування значення розглядають у контексті його співвіднесеності з мотивами, тобто опредметненими потребами. Ті емоційні переживання, які відкриваються завдяки метафорі, як і емоції, пов’язані з переживанням художнього твору взагалі, є специфічними в тому плані, що

вони викликані умовним образом, або, ширше, умовною реальністю (на чому, зокрема, наголошував Рікер). Це не робить їх менш “емоційними” чи “почуттєвими”. Більш правильно було б сказати, що вони не пов’язані з актуальними потребами читача чи слухача, адже переживання художнього твору не пов’язане із жодним прагматичним інтересом за визначенням. Емоція тут – не мітка задоволення потреб, вона постає як певна самоцінність. Це якраз і дає змогу вирішити дилему Рікера про те, що викликані метафорою відчуття ніби і є емоціями, а ніби й скасовують їх. Можливо, терміни “переживання”, “хвилювання” або “почуття” в цьому випадку будуть більш адекватними, ніж термін “емоція”. А що стосується конкретно метафори, то саме залучення терміна “переживання” видається найбільш точним, оскільки в ньому міститься апеляція до певного суб’єктивного досвіду – того, що відбулося в житті індивіда і не залишило його байдужим.

Тож маємо підстави вважати, що актуалізація досвіду є наріжним каменем функціонування метафори; саме завдяки цьому процесу отримувач стає спроможним зрозуміти представлений контент. Якщо більш конкретно – метафора являє собою звернення до суб’єктивного досвіду взаємодії з тим об’єктом, порівняння з яким у прямому розумінні видається абсурдним. Так, якщо звзвити ракурс бачення до когнітивістської проблематики і розглядати метафору як специфічний засіб пізнання, це означатиме, що вона допомагає в розумінні явищ складних і маловідомих шляхом залучення досвіду взаємодії з іншим предметом, певні властивості якого вже добре відомі. Це є найбільш очевидний і найкраще описаний варіант функціонування метафори.

Більш цікавим є варіант, коли метафоричний образ актуалізує досвід взаємодії з об’єктом, про який узагалі важко сказати, що він чимось схожий на об’єкт, про який ідеться, – випадок діафори. Але відтворення переживань, пов’язаних з представленим в образі об’єктом, переноситься і на той об’єкт, про який метафорично намагається розповісти автор, тим самим висвітлюючи своє, авторське його сприймання. Тоді предмет розповіді перестає бути просто абстрактним явищем, з ним набуває зв’язку конкретний особистісний досвід. Об’єкт, який підлягає метафоричному визначенню, залучається до інших контекстів, а відтак змінюється і його розуміння. Але особливо важливим є те, що для людини, яка

сприймає, таким чином відкривається внутрішній світ і відчуття того, хто створив метафору, – той суб'єктивний погляд на речі, який не транслюється буквальним висловом. Те, що в метафорі відбувається залучення індивідуального досвіду, дозволяє розширити трактування терміна “переживання” зі сфери емоційного відгуку на інтенціонально пов'язану з ним подієвість, особистісну історію. Це аналогічно тому, що говорилося про гру: переживання – це не просто емоційне ставлення до чогось, а й реалізація життя, задана з боку суб'єкта.

В обох варіантах – і у випадку метафори-пояснення, і у випадку метафори-враження – вона дає можливість зрозуміти саме ракурс сприймання об'єкта – це те, про що йшлося вище: бачити “як”, а не бачити “що”. Чи ми переносимо з однієї на іншу річ якісь примітні риси, чи суто суб'єктивні переживання, ідеться про те, що в ситуації взаємодії з дійсністю акценти зміщуються з результату відображення на процес відображення. Ми поєднуємо не два об'єкти (які в принципі не поєднані), а досвід взаємодії з ними. У процесі створення, а також розуміння метафори акценти зміщені з об'єктної реальності на реальність психічну. Логіка метафори – це апеляція до суб'єктивної правди, а не об'єктивної істини. Оскільки події розгортаються у внутрішньому просторі, метафорична репрезентація може розгортатися від відтворення інтимних переживань до вказування на конкретні об'єктні характеристики. Коливання між внутрішнім і зовнішнім тут пов'язані із нерозривністю переживання і відображення у психічному житті. Ці два його полюси проявилися в ході обговорення змісту концепту “смысл”: когнітивний смысл Виготського відповідає аспекту відображення; особистісний смысл, за Леонтьєвим, містить аспект переживання. Когнітивний аспект прояву і функціонування смыслу, пов'язаний з діалектичним характером його відношень зі значенням, дав змогу пояснити логічну “суперечливість” метафоричного образу дійсності. Той аспект смыслу, який пов'язаний з чуттєвим ставленням до дійсності, із суб'єктивним переживанням, дає можливість побачити у метафорі не просто інструмент розуміння і тлумачення об'єктивної дійсності, а й спосіб особистісного перетворення, пов'язаний з її поетичною функцією.

Залучення емоційно насиченого чи взагалі особистісно значущого досвіду до репрезентації певного об'єкта означає також

нову якість сприймання останнього. Дійсно, метафора виникає там, де відбувається вербальна комунікація. Значення слова – це передусім категоризація дійсності, причому категоризація усталена. Назвати об’єкт – значить зарахувати його до певної категорії. Тому оперування значенням – завжди опосередковане сприймання дійсності, і всяка вербальна репрезентація вже містить у собі певний рівень абстрагування. Але метафора дає змогу внести в сприймання об’єкта конкретику ситуації, пов’язану з безпосередністю чуттєвого відображення (“вона наче з криги”, “він шукає вчорашнього дня” – приклади з повсякденного життя). Тут не просто щось складне порівнюється з чимось простим – радше порівнюється щось неявне із відчутним і почуттєвим. Об’єкт перестає бути суто абстрактним, його залучено до особистісної історії. Можливо, це й сумнівна перевага з погляду наукового пізнання, але як спосіб відкриття нових аспектів взаємодії зі світом вона є дуже цінною як для мистецтва, так і для побутового життя. Недарма саме ці дві сфери є невідомими постачальниками метафор.

Категоризація об’єкта – це завжди його бачення під певним кутом, адже він зараховується до класу за певними ознаками чи критеріями. Якщо об’єкт класифіковано певним чином, то певний ракурс його сприймання вже задано. Заданими є також шляхи взаємодії з ним (“це стілець – на ньому сидять”). До певної міри ми взаємодіємо не з об’єктом самим по собі, а з об’єктом-у-категорії, тобто значенням. Метафора є порушником класифікацій, тому вона навертає до неопосередкованого сприймання дійсності, примушує суб’єкта взаємодіяти з об’єктом, а не з власними абстракціями. Виведений з-під категорії об’єкт стає чимось цікавим і вартим уваги сам по собі. Метафоричні звороти відкривають для суб’єкта дійсність, залишаючи його наодинці з нею. Якщо значення розглядати як певне настановлення у взаємодії з об’єктом, то використання метафори можна порівняти з певним “збоєм у програмі”, який дає можливість поглянути на об’єкт по-новому. Це особливо помітно, коли вказується на щось таке, що є відомим, вивченим і звичним. Саме неочікуване метафоричне визначення виводить його за межі знайомого, і це “щось” раптом постає інакшим. Це і є перевтілення буденного, тобто сто разів пройденого, стертого, раз і назавжди визначеного.

Виведення з-під категорії означає звільнення від усталеного розуміння об'єкта і дає змогу змінити кут зору на нього – це важливо і для того, хто створює, і для того, хто сприймає метафору. Зміна погляду – це можливість відкриття нових аспектів і смислових зв'язків, таке собі суб'єктивне перетворення об'єкта. Відокремлення якоїсь речі від усталеного значення і набуття нею нових смислів є тим спільним механізмом, що ріднить метафору і гру. У грі так само на основі можливої схожості, а то й просто за власним бажанням суб'єкта один предмет уподібнюється до іншого чи то радше перетворюється на інший. Крім того, як метафорична, так і ігрова свідомість налаштовані на безпосередність сприймання. Адже як і в метафорі, у грі складні ідеї та образи предметів переводяться в конкретику відчуваного: будь-який предмет чи історія можуть бути відтворені в ній тут і зараз. Нарешті, як і в метафорі, у грі важливо збудувати поле для створення переживання, яке не викликано ані справжньою ситуацією, ані актуальними потребами. Тому, як і гра, метафора є самоцінною.

Отже, для розуміння метафори слід розглядати слова не в плані значень, а в плані смислів. Значення, як елемент мови, пов'язане з іншими значеннями парадигматичними відношеннями. Смысл завжди існує в актуальній комунікації, у мовленні, тому смислові зв'язки слова є відношеннями синтагматичними. Відтак можна сказати, що метафора порушує парадигматичні аспекти функціонування вербального знака, фіксуючись лише на синтагматичних аспектах. Це якраз і означає те, що підкреслювали деякі дослідники: проблема природи метафори полягає не в особливостях значень слів, а в особливостях їх використання [Девідсон, 1990; Серль, 1990]. Зрештою, ця проблема пов'язана з ілюзією того, що зміст знака йде за останнім просто автоматично. Ця ж ілюзія приводить до того, що функціонування мови виноситься за межі міжсуб'єктної взаємодії і взагалі суб'єктивного життя. Насправді щоразу йдеться про більш або менш розгорнутий процес розуміння знакового змісту. І цей процес розуміння не обов'язково приводить до загальноприйнятого значення як свого результату. Знак тут використовується для суб'єктивних цілей, він не має абсолютної влади над смыслом. Якщо значення є загальноприйнятим у межах певної спільноти, то смысл – це те, що *може бути* сприйнятим конкретним індивідом. Тому метафора позбавлена сугестивних, спонукальних рис людської комунікації. Вона в принципі не до

чого не зобов'язує, а лише дає можливість: як і гра, метафоричне мовлення передбачає абсолютно вільну взаємодію суб'єктів.

Водночас, як уже зазначалося, протиставлення смислу і значення не є абсолютним та відображає діалектику індивідуального і соціального в репрезентаціях дійсності. Метафора – один із засобів міжособистісної комунікації, завдяки якому інтимний смисл, відчутий та зрозумілий її автором, може бути донесений до інших. Якщо цей смисл виявиться для них значущим, то він може стати загальногруповим явищем. Але для того, щоб смисл перетворився на значення, він має стати не тільки феноменом міжсуб'єктної взаємодії, а й набути історично-культурного виміру, увійти до соціальної пам'яті.

Якщо автор висловлює певний смисл через метафору, то він, найімовірніше, сподівається, що цей смисл буде сприйнятий певною аудиторією. Але як тільки цей смисл стає не тільки зрозумілим, а й загальновідомим, він перетворюється на побічне значення даного слова – конотацію; якщо ж йому пощастить стати загальноживаним, побутовим, то він увійде в основне значення слова, яке таким чином розширить свій обсяг. Цей процес обертається вбивством тропів – тому конотація є **мертвою, або стертою, метафорою**. Для того щоб зрозуміти побічне, а тим більше основне значення слова, не варто вдаватися до пошуку смислів – вони вже закладені у сформованому значенні. У цьому випадку суб'єктивні аспекти сприймання об'єкта, що пов'язані з розгорнутим процесом віднайдення смислу, які мають місце при розумінні метафори, уже не є актуальними. Якщо в межах певного контексту слово вжито в прямому значенні, то, натрапляючи на нього, ми точно знаємо, що мається на увазі. Об'єкт, на який вказує слово, при цьому сприймається крізь призму стабільної класифікації, і відкриття нових смислів через безпосередню взаємодію з ним не відбувається.

Отже, у соціальному обігу метафоричний смисл перетворюється на один з аспектів значення слова. Якщо взяти тлумачний словник, то неважко з'ясувати, що майже всі слова тезауруса мають багато значень, а більшість із цих значень мають ще й ряд окремих смислових відтінків. Це особливо помітно у випадку перекладу іншомовних слів, коли залежно від контексту “імпортне” слово можна перекласти різними термінами з рідної мови. Очевидно, що більшість значень пройшли у своєму розвитку процес метафоричного вживання, принаймні така теорія існує в класичній лінгвістиці. Г. Гійом вважав,

що саме такий шлях розвитку слова є базовим, оскільки, на його думку, ідея, яка виражається, не може для себе винайти новий знак, але вона завжди запозичує той, який попередньо вже використовувався для вираження іншого змісту [Гийом, 1992].

Цікаві ілюстрації на підтвердження цього погляду наводять Дж. Лакофф і М. Джонсон [Лакофф, 1990]. Вони розглядають широкий спектр складних та абстрактних понять, які у змістовому плані організовані відповідно до дуже простих та відчуваних даних фізичного досвіду. Наприклад, традиція вживання (принаймні в англійській культурі) таких концептів, як “щастя” і “сум”, “майбутнє” і “минуле”, “життя” і “смерть”, “погане” і “хороше”, зумовлена організацією системи просторових орієнтацій. Ідеться про зафіксований у мові певний спосіб думати про ті або інакші змісти. І в нашій культурі майбутнє завжди бачиться попереду, а минуле – позаду; свідомість мислиться як те, що перебуває “над” несвідомим; добро розміщується “вище” зла тощо. Інший приклад – як навички первісного досвіду взаємодії з фізичними об’єктами стають основою для формування поглядів на різні ідеї, емоції, абстрактні концепти як на свого роду речові предмети. Зокрема, ми інтерпретуємо час так, ніби це цінна річ, обов’язок – ніби це якийсь тягар і т. ін. Ортега-і-Гассет вважав, що метафора уподібнення свідомості матеріальним предметам лежить в основі реалістичного (матеріалістичного) світогляду, згідно з яким відношення між суб’єктом і сприйнятим ним об’єктом є аналогічними до відношень двох фізичних речей. Так з’являється ідея відображення як відбитка на кшталт воскової печатки [Ортега-і-Гассет, 1990]. Власне, саме слово “відображення” вже містить інтерпретацію психічного процесу як свого роду двійника реальності. Тому не дивно, що і сучасна психологія нерідко вдається до інтерпретації образу як своєрідного віртуального дублера об’єкта.

Отже, абстрактні поняття тією чи іншою мірою спираються чи принаймні можуть спиратися на елементарні узагальнення безпосереднього досвіду. Тобто, цілком у дусі метафори, більш складні та абстрактні речі інтерпретуються на основі більш простих і легко відчуваних. Але на відміну від метафоричного звороту для сформованих застиглих значень ця інтерпретація більше не є маніфестованою.

Розгляньмо це докладніше. Річ у тім, що метафора ніколи не вказує, на якій підставі уподібнюються два об’єкти, і тому ці способи уподібнення – спільні смисли – мають бути віднайдені слуха-

чем чи читачем. При цьому смисл і вербальне значення в метафоричному визначенні завжди розведені, оскільки пряме тлумачення такого значення не має сенсу. Так, у вислові “ця людина – вовк” те, що ми говоримо про конкретну людину (певний смисл), не тотожне прямому значенню слова “вовк”. Тому використане тут значення, що представляється знаком (“вовк”), відокремлене від об’єкта, про який ідеться (людина). Для мертвої ж метафори смисл уже є злитим із значенням слова, яке тепер уживається напряду, тобто безпосередньо застосовується до об’єкта. Суб’єктивний спосіб інтерпретації дійсності – смисл – більше не відокремлений від вказівки, що міститься в знаку. Тому суб’єктивність інтерпретації, що стоїть за значенням, перестає усвідомлюватись, і воно видається об’єктивним. Денотат більше не відокремлений від свого сигніфікату. Таким чином, значення зливається з об’єктом і спосіб інтерпретації дійсності стає невідривним від самої дійсності.

Іншими словами, значення, задаючи певний підхід до розуміння дійсності, задає і результат цього розуміння, який надалі зливається з денотатом і видається вичерпним, однозначним. При цьому ті метафоричні ознаки, які лягли в основу виділення значення, можуть залишатися невідрефлексованими. Тому ця “само-собойна” репрезентація дійсності може базуватися зовсім не на об’єктивних властивостях речей, відображуючи спільні ознаки індивідуальних досвідів. Отож можна говорити, що класифікація об’єктів, представлена в мові, є відображенням не над- чи поза-суб’єктивної позиції, а радше типово суб’єктивної. Але після того, як ця суб’єктивність знаходить своє втілення в усталеному значенні, вона перестає усвідомлюватись, і спосіб виділення денотативної сфери відтак не відокремлюється від неї самої.

Використання метафори, як, власне, й інших тропів, дає змогу вбити клин між стандартною вербальною інтерпретацією і дійсністю, являючи собою інакший спосіб символічної репрезентації. Адже кращий спосіб відокремити суб’єктивне від об’єктивного – це змінити кут зору. Отже, метафору можна вважати потужним засобом як індивідуальної, так і соціальної рефлексії.

Міф

Слово “Μύθος” у Стародавній Греції мало декілька значень. У своєму вузькому розумінні воно позначало, як ми і звикли, казкові оповіді про богів і героїв. У більш широкому розумінні цей термін трактувався як “слово”, “розповідь”, “мовлення”. А було й таке тлумачення, як “вігадка”, “слух”, “сумнівна історія”. Цікаво, що всі три значення цього слова збереглися донині. Так, міф у вузькому розумінні – це етнографічний феномен, представлений як комплекс оповідань, що репрезентує дорелігійний світогляд різних народів, а простіше кажучи – ті самі оповіді про богів і героїв, що дійшли до нас з доісторичних часів. Більш широке тлумачення цьому поняттю задали філософи, які часто розглядали міф як символічну чи семіологічну форму, тобто як своєрідне мовлення. А в сучасній публіцистиці та науково-популярному дискурсі міфом зазвичай іменують підозріле чи неперевірене комунікативне повідомлення або ж викривлене, спрощене розуміння якогось предмета, що закріпилося в громадській думці, коротше кажучи – сумнівну історію. В останньому випадку поняття міфу за змістом дуже близьке до таких усталених психологічних термінів, як соціальний стереотип і атитюд.

Виникає питання: чи відображає спільна назва “міф” також і спільну природу вищезгаданих явищ, чи вживання одного терміна щодо них є зовнішнім і випадковим? Крім того, в гуманітарному знанні існує ціла плеяда підходів і парадигм, які виражають власні погляди на те, що насправді є міфом. То чи бачиться крізь призму різних парадигм і теорій спільний предмет, чи справді в них ідеться про один і той самий міф? Чи натомість кожен з дослідників зміг побачити в цьому концепті втілення близької для нього проблеми, що невинувато розширила і розмила зміст вихідного терміна? А може бути й так, що весь широкий спектр тлумачень, асоційованих з поняттям міфу, є невинуватим і пов’язаним складною і нелінійною онтологією цього поняття, якій вдається проявлятися в цілому ряді феноменів і набувати різноманітних форм. Отже, спо-

чатку потрібно розібратися принаймні з основними теоретичними напрямками, що претендують на визначення суті даного концепту.

Усі теорії міфу можна тією чи іншою мірою умовно поділити на дві великі групи, відповідно до двох методологічних підходів, що свідомо чи несвідомо кладуться в основу пояснень. Один із них позначають як природничо-науковий, або, знову-таки суто умовно – як матеріалістичний, а другий, на протигагу йому, – як ідеалістичний. У межах першого підходу міф розглядають як деяку суб'єктивну й невідрефлексовану реакцію на дійсність, її недосконалий колективний (рідше – індивідуальний) образ. Тобто припускають, що заздалегідь існує певний пласт реальності, про який можна точно сказати, що він є тим-то й тим-то, і який у масовій або індивідуальній свідомості відображається більш чи менш відповідно до свого початкового взірця-стимулу, при цьому подекуди набуваючи фантастичних, тобто зовсім *нереальних*, форм. У межах другого методологічного підходу міф розглядають як те, що спроможне відкрити *справжню реальність* або й узагалі її вибудувати. Він тут постає як певний шлях до дійсності, її реконструктор.

Звісно, така характеристика двох методологічних підходів до розуміння природи міфу є дуже грубою і загальною, вона не враховує специфіки окремих поглядів і вимагає більш детального ознайомлення принаймні з основними відомими концепціями. Розпочнімо огляд з теорій ідеалістичного напрямку, де так само існують дві великі парадигми – об'єктивно-ідеалістична і суб'єктивно-ідеалістична.

Передусім хотілося б звернутися до концепції одного з найвідоміших представників об'єктивного ідеалізму – Фрідріха Шеллінга. Адже цілий ряд термінів і філософських конструктів, пов'язаних з аналізом міфу, стали традиційними саме завдяки його розвідкам. Пояснення сутності міфу Шеллінг переносить в естетичну площину, розвиваючи її у своїй філософії мистецтва [Шеллінг, 1966]. Природу і мистецтво він розглядає як два шляхи божественного самоствердження – реальний та ідеальний. Реальний шлях – це втілення нескінченного Абсолюту у скінченне, тобто особливе. Ідеальний полягає в поверненні особливого у нескінченне через божественну ідею, що реалізується в мистецтві. Міфологічні образи належать якраз до ідеального плану буття. Це не зна-

чить, що вони є умовними або несправжніми, оскільки саме твор мистецької фантазії спроможний відкрити справжню сутність речі, тобто відкрити її такою, якою вона є у своєму зв'язку з Абсолютним.

Оскільки справжня реальність речі можлива лише в такому зв'язку з Абсолютним, тоді, за логікою Шеллінга, окремих речей або взагалі не існує, або кожна з них становить цілий універсум. Якщо таку річ як продукт поєднання загального і особливого розглядати саму по собі, вона проявляється як ідея – образ Абсолютного; якщо ж її розглядати з реального боку, вона проявляється як міфологічний бог, тобто як конкретний, завершений образ. Причому він постає цілком дреальним, оскільки є реальним спогляданням Абсолютного, котре проявляється як краса.

Як зазначалося в першому розділі, Шеллінг вводить понятійну тріаду “схема – символ – алегорія”, яку відносить до здатності уяви. У схемі особливе споглядається через загальне, в алегорії ж, навпаки, загальне споглядається через особливе. Синтез першого і другого, в якому особливе і загальне стають абсолютно єдиними, називається символом. Пронизана повною гармонією давньогрецька міфологія сприймається Шеллінгом як замкнений світ символів, у якому чиста обмеженість окремого образу поєднується з його безмежною абсолютністю. Натомість християнська релігія розглядає будь-який кінцевий образ як алегорію нескінченного і повністю йому підпорядковується. Саме тому їй притаманне поняття дива як прояву надприродного, яке є неможливим у давньогрецькій міфології, де чуттєвий і надчуттєвий світи не протиставляються, а поєднуються в реальному образі: “У тому сенсі, в якому здоровий глузд вірить у дійсність чуттєвих речей, ті люди¹ взагалі не мислили богів і не вважали їх ані дійсними, ані не-дійсними” [там само, с. 91]. Реальність міфу, тобто справжня реальність, для Шеллінга підкріплюється дійсністю ідеального, “яке є значно більш дійсним за те, що називають дійсним” [там само, с. 91].

Зольгер, базуючись на ідеях Шеллінга і розвиваючи їх у власній естетиці, також розглядав міфологічних богів як символи, розуміючи під ними такий предмет діяльності фантазії, який є безпосереднім утіленням ідеї [Зольгер, 1978]. І так само боги у

¹ Стародавні греки.

Зольгера поєднують у собі індивідуальну особливість із нетлінним загальним, при цьому їхні дії не підлягають моральній оцінці, оскільки є повним вираженням їхньої сутності. Міфологічні образи, за Зольгером, можуть бути пов'язані лише з естетичними категоріями і належать до царини прекрасного.

Слід зауважити, що фантазія як передумова створення богів та символів для Шеллінга і Зольгера – не синонім надуманості й несправжності. Зовсім навпаки – це висока творча і розумна сила, що якраз і спроможна відкрити справжній світ, який можна побачити лише в осяянні ідеєю – у зв'язку з Абсолютним.

В об'єктивному ідеалізмі Лосєва поняття міфу посідає особливе місце. У класичній праці “Діалектика міфу” дослідник розглядає його як реальну речову і відчувану дійсність, яка, утім, є відокремленою від звичайного стану справ, а точніше – від побутових смислів речей. Вона спирається на “деяку просту й елементарну інтуїцію, що моментально перетворює звичайну ідею речі на нову і небувалу” [Лосєв, 1990, с. 453]. Як і Шеллінг та Зольгер, Лосєв вважає, що міф має символічну природу. Це поєднання зовнішнього, очевидного плану буття і плану внутрішнього, задуманого, який і відкривається в міфі. Але на відміну від Шеллінга Лосєв вважає, що будь-який міф – це диво. Просто в “Діалектиці міфу” воно розглядається не через протиставлення надприродного і природного, а через відкриття нових смислів речей: “диво – це модифікація смислу фактів і подій, а не самі факти і події” [там само, с. 552].

Лосєв називає буття міфу буттям особистісним. Адже міф – це реальне речове втілення смислу, а останній для об'єктивного ідеаліста Лосєва є самодостатньою ідеєю – ейдосом, що несе свідомість у собі. Тому дослідник визначає міф як усвідомлюваний смисл, виражений у символі [Лосєв, 1995]. Але реально втілена свідомість і є особистістю, тому Лосєв визначає її як “тотожність символу й міфу”, або як “символічно втілений міф” [там само, с. 33–34]. Далі, оскільки міфічна сутність притаманна кожній речі, то кожна річ може бути розглянута і як особистість: “Нашарування особистісного буття лежить абсолютно на кожній речі, адже кожна річ є не що інше, як вивернута навиворіт особистість” [Лосєв, 1990, с. 478]. Таким чином, Лосєв відкриває міфологічного бога в кож-

ному предметі, оскільки кожен предмет несе в собі свою ідею, смисл і кожен має своє особистісне начало.

Отже, міф згідно з об'єктивним ідеалізмом відтворює сутнісний бік об'єктів та справжній стан речей. Адже “справжність” тут задається зв'язком речі з Абсолютом і в безпосередньому спогляданні проявляється як ідея прекрасного, а міф є конкретним утіленням цієї ідеальної сутності. Оскільки відбиток останньої лежить на кожному об'єкті, то в кожному об'єкті можна побачити міф (Лосев). Але класична проблема об'єктивного ідеалізму – як нетлінна ідея здатна проявлятися в мінливих речах – має і своє класичне вирішення: своє повне вираження вона знаходить лише у творі мистецтва – художній формі. Тому живе втілення ейдосу – міф – посідає своє місце саме в естетичній площині (Шеллінг та Зольгер).

Серед суб'єктивно-ідеалістичних інтерпретацій природи міфу на особливу увагу заслуговують праці Кассіраера. В його теоретичних побудовах з даної тематики можна виокремити два аспекти [Кассіраер, 2000]. У межах першого виділяються ті парадигмальні настанови, за якими, на думку цього автора, взагалі можна розглядати таке явище, як міф. Другий аспект стосується аналізу конкретних особливостей виникнення та функціонування міфу.

Перший аспект розкривається в теорії символічних форм, де не тільки міф, а й мистецтво, мову, пізнання розглядають як окремі своєрідні символи. При цьому йдеться не про репрезентативні можливості символу, тобто не про його здатність вказувати на якусь дійсність, а про те, що він “створює і виводить із себе власний світ смислу” [там само, с. 331]. Це значить, що символ є тим проявом і опосередкуванням суб'єктивності, через які взагалі конструюється (постає, визначається, розчленовується) дійсність. У цьому сенсі міф не дає уявлення про реальність, а якраз створює її: поза тим чи іншим символічним опосередкуванням неможливий ніякий досвід, і досвід завжди відповідатиме своїй символічній формі. Тому абсолютно немає сенсу говорити про те, наскільки відповідає чи не відповідає міф реаліям – для його зв'язки немає зовнішніх критеріїв. На думку Кассіраера, хоча ми і можемо фіксувати мистецтво, пізнання, мову чи міф як справжні первинні феномени духу, та ми не можемо об'єктивувати кожен з них через перевірку іншими.

I, ніби всупереч власній теорії, Кассіер робить спробу проаналізувати природу міфу, тобто таки об'єктивує міф через пізнання. Але вся справа в статусі цієї об'єктивації. Сам Кассіер зазначає, що будь-які інтерпретаційні схеми, тобто ті закономірності, які ми виділяємо в бутті, змінюються залежно від нашої позиції: для міфологічного мислення сутнісним є одне, для наукового – інше. Буття не містить уже наперед заданого набору ознак; його членування здійснюється саме духовними функціями, такими, зокрема, як міф чи наука. Тому об'єктивація – це просто перехід до іншої системи категорій, які не є ані кращими, ані гіршими.

Другий аспект теоретичних побудов Кассієра стосується насамперед філогенетичного аналізу міфу, де центральне місце посідають паралелі між становленням міфу і становленням мови. Так, першим етапом у розвитку міфічної свідомості називається віра в надприродну силу, яка пронизує все буття, – це те, що деякі племена іменують як “мана” чи “маніту”. Його еквівалентом у мові є вигук – загальна реакція на емоціогенний подразник, яка позначає “не так річ, як певне враження, що виникає при зіткненні з незвичайним, таким, що вражає, викликає подив чи страх” [там само, с. 368]. Уже потім з цієї загальної, недиференційованої сили постають спочатку боги миттєвості, згодом – боги конкретної діяльності і, нарешті, Бог як особистість. Причому як для міфічних постатей, так і для мовних понять, за Кассієром, є спільна закономірність: не окреме підводиться під загальне, як у науковому мисленні, а навпаки, спочатку виділяється те окреме, що привертає увагу, а вже потім розвивається узагальнення. Зауважмо при цьому на суттєву особливість: як тільки первинне враження вилилося в міфічний образ чи мовне поняття, вони починають “жити своїм життям”, оскільки сприймаються людиною як щось об'єктивно реальне. Тобто для міфологічної свідомості немає різниці між образом і річчю, між іменем і денотатом. І якщо якийсь враження дістало певну назву, то воно відтепер ідентифікується з цією назвою: “Якщо побачений образ блискавки стискається в обробці мови у враження від «форми змії», то блискавка тим самим сама стає змією...” [там само, с. 382]. Так, за Кассієром, виникає метафора – духовний посередник між мовою і міфом, яка демонструє загальний принцип міфічного мислення – “pars pro toto” (“частина замість цілого”). Ідеться про те, що для того, щоб пояснити світ,

міф використовує частину того ж самого світу. Наприклад, тотемістична структура організації племені розглядається і як організація космосу. Крім того, міфологічне мислення встановлює зв'язки між об'єктами, якщо ті розташовані або в просторовому сусідстві, або якщо між ними можна виявити якісну подібність (тут неважко упізнати закони асоціативного зв'язку за суміжністю або схожістю). Натомість наукове мислення, за Кассіером, встановлює взаємозв'язок, якщо зміни величини в якомусь одному сегменті зумовлюють зміни величини в іншому. І якщо міфологічне мислення зберігає пріоритет просторового споглядання над дослідженням часових змін, то наукове мислення намагається встановити перевагу поняття часу над поняттям простору.

Що ж до аналізу конкретних особливостей виникнення та розвитку міфу, то тут Кассіерер спирається здебільшого на ідеї, які були популярними серед антропологів того часу, і передусім це стосується доробку видатного представника школи природного міфу М. Мюллера. На його думку, ідея нескінченного і надприродного могла бути досягнута стародавніми людьми лише метафорично і символічно, а в ролі необхідних символів у міфологічну добу використовувалися небесні природні об'єкти. У подальшому метафоричний смисл стирався і початково символічні об'єкти люди починали розглядати як справжні божества. Аналогічно за допомогою мовних позначень були розрізнені тіло і душа, що стало передумовою для появи анімізму. Причому те, що спочатку було образним вираженням, згодом набуло конкретного змісту, оскільки те, що постає у мові як символ, згодом стає для мислення його предметом [Еванс-Притчард, 2004].

Ще один етнограф-теоретик, інтелектуальні розвідки якого перетинаються з поглядами Кассіерера, – Дж. Кінг [там само]. Саме він вважав, що первинною стадією міфологічних вірувань була ідея “мани”. За нею йшла стадія віри в привидів, що базувалася на первісних спостереженнях за снами і мареннями, а вже потім – стадія віри в духів та богів.

Погляди Кассіерера на міфологічний спосіб мислення не як на неправильний чи недосконалий, а як на, так би мовити, своєрідний, а також на специфіку такого способу мислення нагадують результати наукових спостережень у цій царині відомого дослідника Л. Леві-Брюля, який свого часу заявив, що первісне мислення не є

алогічним, воно містить свою, інакшу логіку і більш правильно його називати пралогічним [Леви-Брюль, 1981]. Розглядаючи особливість такого мислення, антрополог передусім виділяє специфіку формування уявлень – “образів та ідей об’єктів” – у первісної людини. Оригінальність підходу Леви-Брюля полягає в тому, що він розглядає не просто репрезентації, а так звані колективні уявлення, наголошуючи, що за своїм походженням вони мають соціально опосередкований характер. У чому ж головна специфіка цих репрезентацій порівняно із сучасними? Якщо теперішня людина відокремлює світ природи від світу надприродного і причини зовнішніх, об’єктних змін бачить в об’єктивному ж світі, то первісна людина постійно змішує ці два світи, шукаючи причини природних подій у надприродних явищах. Таким чином, головною відмітною рисою пралогічного мислення є містичність. Це значить, що там, де сучасна людина шукає об’єктивні причинно-наслідкові зв’язки, первісна людина одразу вбачає джерело подій у містичному впливі. Інша особливість колективних уявлень полягає в тому, що вони майже не відокремлені від емоцій, почуттів і навіть моторних елементів. Крім того, сни мають не менше значення для формування висновків, ніж реальні наочні події.

Ще одна яскрава особливість первісного мислення і водночас процесу формування уявлень, за Леви-Брюлем, – це відомі партиципації, тобто співпричетності. Йдеться про те, що “в колективних уявленнях первісного мислення предмети, істоти, явища можуть бути незрозумілим для нас способом одночасно і самими собою, і чимось іншим” [там само, с. 138]. Тобто, якщо об’єкти віднесено до одного класу, то існуючі “суттєві” з погляду сучасної людини відмінності ніби ігноруються. Класичний приклад – коли представник племені бороро, яке вважає своїм тотемом червоних арару, стверджує, що він і є цим самим червоним арару. Об’єктивна відмінність між об’єктами ігнорується також, коли йдеться про можливість впливу, передусім магічного. Тобто, безпосередньо впливаючи на якусь річ, ми отримуємо можливість для опосередкованого впливу і на іншу річ, співпричетну до першої. Тому для первісної людини таке велике значення мають її тотем, тінь, ім’я та багато інших об’єктів, що потрапляють до розряду співпричетних із нею самою.

Таким чином, ми плавно перейшли до природничо-наукової парадигми дослідження міфу, який тут розглядається як своєрідний спосіб репрезентації дійсності. У межах цієї парадигми також можна виділяти різні за способом тлумачення природи міфу методологічні підходи. Один з найбільш продуктивних може бути позначений як психологічний.

Цікаво, що серед тих, хто звертався до психологічних закономірностей в інтерпретації природи міфу, були не лише психологи. Так, англійський етнограф Дж. Фрезер, автор славнозвісної “Золотої гілки”, пов’язував логіку міфу з магичною практикою [Фрезер, 1986]. При цьому він виділяв гомеопатичну магію, в основі якої лежить асоціативний зв’язок ідей за схожістю, і контагіозну магію, що спирається на асоціативний зв’язок ідей за суміжністю. Магічний ритуал як спосіб взаємодії зі світом, за Фрезером, є лише симуляцією природних процесів на кшталт дитячої гри і заснований він на хибних принципах. Саме розчарування у всесиллі такої практики згодом приводить до появи культу богів і виникнення релігії.

Наскрізь пронизану психічним життям міфотворчість змальовує В. Вундт [Вундт, 1910]. Він вбачає джерела останньої в проєкціях почуттів, емоцій і вольових зусиль на зовнішні об’єкти. Тим каталізатором, що здатен надавати змістові будь-якого уявлення характеру реального сприйняття, за Вундтом, є збуджувальний ефект. Зокрема, безпосереднім джерелом міфічних уявлень стають сни, галюцинації, екстатичні марення. При цьому первісна людина не бачить жодної необхідності пояснювати собі зміст своїх видінь, вона їх сприймає безпосередньо і неререфлексовано. Розвиток міфічних уявлень, за Вундтом, базується, знову-таки, на асоціативних зв’язках.

Отже, Кассірер, Фрезер, Вундт пов’язують особливості міфологічного мислення із законом асоціацій. Причину цього, мабуть, слід шукати не лише в природі досліджуваного ними явища, а й у панівній на певному етапі психологічній доктрині асоціонізму. Дослідженням міфу вже в межах іншої психологічної парадигми – психоаналізу – присвятив свої зусилля К. Г. Юнг [Юнг, 1997]. Він також розглядав міф як психічне явище. Первісна людина, за Юнгом, є ще дуже суб’єктивною, і пізнання природи для неї – це насамперед зовнішній вияв душевних процесів. Зі страху перед

внутрішньою психічною небезпекою вона проекує своє несвідоме на матерію, тим самим захищаючись від нього. Неусвідомлені форми виносяться за межі душі, у космічний простір, утворюючи міфічні образи. Таку ж захисну функцію виконує і релігія, яка використовує нетлінні символи, що є виразниками ірраціонального у психіці. Адже таке небезпечне, на погляд Юнга, несвідоме має нераціональний і невисловлюваний характер. Проте воно все-таки знаходить своє вираження у так званих архетипах, які згодом відображаються в снах або тих же міфах.

Цікаво, що подібну логіку виникнення міфу відстоювали, знову-таки, не лише психологи. Наприклад, теорії таких антропологів, як Р. Маретт і Б. Малиновський, є більшою мірою психотерапевтичними, аніж власне антропологічними [Еванс-Притчард, 2004]. Маретт обстоював думку, що в основі виникнення міфу лежать не рефлексивно-гностичні, а афективно-моторні процеси: “Релігія дикунів не так вигадується, як витанцювується” [там само, с. 39]. (Слід зазначити, що дослідник у цьому випадку не робить різниці між стародавніми релігіями та міфом). Тому на найбільш ранніх стадіях виникнення міф не відділений від своєї “практичної” складової – магії. Її виникнення Маретт пов’язує з тими станами емоційної напруги, з якими людина не владна впоратися напряму і для подолання яких вона використовує умовні заміщувальні знаряддя. З часом ці імітаційні дії закріплюються традицією і стають магичним ритуалом. В його основі, таким чином, лежить заміна реальної ситуації і справжньої дії на символічну, а його головна функція полягає в катарсичній розрядці емоційної напруги. Цій же функції слугують і обрядові танці, що зображують полювання, війну чи любовні пригоди та дають можливість вивільнити надлишкову енергію і замінити відсутній результат умовним.

Малиновський також розглядав міф і магію як засоби звільнення від надмірної напруги в стресових та кризових ситуаціях, у результаті чого людина отримує необхідну їй суб’єктивну підтримку і впевненість.

Психотерапевтична спрямованість в інтерпретуванні магичних практик почасти простежується і в працях представників іншого методологічного напрямку – структуралістичного, і передусім – у Леві-Строса [Леві-Строс, 1985]. Розмитість межі між

психологічним і структуралістичним напрямками інтерпретування міфу є цілком зрозумілою, оскільки структуралізм зазнав помітного впливу психоаналізу. Але в структуралістичних трактуваннях добре помітний наголос на семіотико-лінгвістичній природі міфу.

Трактування сутності міфології у Леві-Строса, знову-таки, не обійшлося без поняття символу, який, на думку дослідника, спроможний поєднати різні рівні функціонування живого: рівень органічних процесів, рівень неусвідомлюваних психічних процесів та рівень свідомого мислення. Завдяки такому поєднанню, відштовхуючись від представленої в міфі розповіді, можна впливати через несвідомі психічні процеси на фізіологію людини. І в цьому, на думку Леві-Строса, полягають секрети шаманської практики. Знахар, використовуючи культові розповіді та пісні, досягає виникнення в пацієнта певного переживання, “і тією мірою, якою це переживання самоорганізується, системи, що перебувають поза контролем індивіда, довільно саморегулюються, приходячи зрештою до впорядкованого функціонування” [там само, с. 177]. Таким чином, Леві-Строс, як і Фрезер та багато інших, пов’язує сутність міфу з магічними практиками, але на відміну від того ж Фрезера він не вважає їх позбавленою глузду симуляцією, видаванням бажаного за дійсне. Шаман для нього – не шарлатан, а психотерапевт, що впливає через слово, оскільки міф, за Леві-Стросом, – це не поезія, не художній образ, не форма, а сама історія. Погляд на міф як психотерапевтичний засіб є спільним для Леві-Строса та Юнга, але щодо того, як саме він діє, їхні думки кардинально різняться. Якщо Юнг вважає, що через міф небезпечно несвідоме “виноситься” назовні, то Леві-Строс переконаний, що, навпаки, завдяки зовнішнім засобам ми маємо змогу впливати на несвідоме, досягаючи таким чином навіть нормалізації фізіологічних процесів. Крім того, останній підкреслює, що шаманське лікування важливе саме як колективна процедура.

Цікаво, що до схожих висновків прийшов і представник іншої (а точніше – англійської) антропологічної школи В. Тернер. Він вважав, що символічний характер ритуальної “магічної” дії є корисним фактором лікування, оскільки робить наочним і доступним для цілеспрямованого впливу латентні небезпечні фактори – причини захворювання, і це “зовсім не далеко від практики сучасного психоаналітика” [Тэрнер, 1983, с. 125].

Повертаючись до Леві-Строса, хотілось би навести ще одне його зауваження, яке може стосуватися особливостей як міфологічного, так і невротичного мислення. Він зазначає, що так зване здорове мислення спрямоване на пізнання всесвіту і для нього завжди залишається царина незрозумілого, до якого воно і намагається прорватися. Паталогічне ж мислення, навпаки, характеризується наявністю досвіду поза відповідними об'єктами і завжди має задалегідь заготовлену купу тлумачень для дійсності. “Використовуючи мову лінгвістів, ми скажемо, що нормальне мислення завжди страждає від браку означувального, тоді як так зване паталогічне мислення (принаймні в деяких проявах) має надлишок означувального. Завдяки колективній співучасті в лікуванні, яке проводить шаман, між цими двома видами ситуацій створюється рівновага” [Леві-Строс, 1985, с. 161].

Окрім можливостей психотерапевтичної дії, Леві-Строс згадує і про можливість застосування міфів у соціальній царині, трактуючи один з них як приклад нагадування про заборону інцестуальних зв'язків. Тут Леві-Строс, звісно, спирається на міцну психоаналітичну традицію, яка вбачає в міфі соціально вироблену регламентацію сексуальних потягів, а також відбиток заборонених витіснених бажань [Фрейд, 1997].

Надалі погляд на міф як на інструмент соціального впливу стає особливо популярним. Чималою мірою це пов'язано з працями Р. Барта [Барт, 1989; 1996]. Дослідник зосередив свою увагу на сучасних утіленнях міфу, які він знаходив у газетних публікаціях, рекламних повідомленнях, кінематографі, побуті тощо. Якщо для Леві-Строса міф являє собою зміст, а точніше – структуру повідомлення, то для Барта він є якраз його формою, способом позначення. Узагалі, носієм міфічного в цій теорії може бути будь-яка річ, яку людська історія перетворює на знак. Поняття знака Барт трактує максимально широко, фактично це будь-який об'єкт, про який можна сказати: “він ніби так і промовляє”. Але таке “повідомлення” в об'єкт завжди вкладається кимось. Скажімо, букет троянд позначатиме романтичні почуття відтоді, як тільки хтось вирішить, що ці рослини мають бути їхнім знаком. До речі, Барт відрізняє поняття “знак” від поняття “означувальне”. У попередньому прикладі означувальним будуть троянди, якщо їх відокремити від почуттів; знаком вони стануть уже в їх

асоціативному зв'язку з почуттями. (Такий результат асоціації означувального та позначеного зазвичай називають поняттям, значенням чи концептом). Але міф, за Бартом, – це не просто знак, а знак, так би мовити, з подвійним дном. Це смислова надбудова над первісним концептом, така собі вторинна семіологічна система.

Справа виглядає таким чином. Нехай ми маємо первинну семіологічну систему: означувальне, означуване і знак як результат їх поєднання. “Знак (тобто результат асоціації концепту та акустичного образу) першої системи стає усього лише означувальним у другій системі” [Барт, 1996, с. 78]. Міф, за Бартом, – це метамова, яка використовує вже існуючу мовну систему для власних намірів. А наміри ці не такі вже й невинні, оскільки міф у тому вигляді, в якому його змальовує Барт, є просто формою маніпуляції. Це пов'язано з тим самим “подвійним дном”: міф, з одного боку, ніби несе смисл первинної системи, а з другого – є лише формою, означувальним. Тому він може прочитуватися як система фактична, насправді будучи просто системою семіологічною. Завдяки цьому він спроможний здійснювати свою основну функцію, якою є імітація історії під природу.

Розгляньмо ці перипетії на прикладі, який наводить Барт, аналізуючи фотографію в журналі: “На обкладинці зображено молодого африканця у французькій військовій формі; беручи під козирок, він дивиться вгору, ймовірно, на французький прапор, що там майорить. Такий смисл зображення. Але яким би наївним я не був, я чудово розумію, що хоче сказати мені це зображення: воно означає, що Франція – це велика імперія, що всі її сини, незалежно від кольору шкіри, вірно служать під її знаменами і що немає кращої відповіді критикам так званої колоніальної системи, ніж завзяття, з яким цей молодий африканець служить своїм так званим гнобителям” [там само, с. 80]. Барт вбачає в цьому зображенні надбудовану семіологічну систему, тобто міф. Означувальним тут виступає зображення африканського солдата з ознаками належності до французької армії. Оскільки це зображення реальної (чи принаймні реалістичної) події, воно є фактом. Водночас, як натяк, воно виступає знаком того змісту, який може в ньому вичитати співвітчизник Барта. У такий спосіб зображення натуралізує цей натяк, робить його наочним та беззаперечним.

Стосовно викладеної концепції міфу як повідомлення хотілося б побіжно зауважити декілька моментів. Перший із них стосується погляду на образ як на знак. Річ у тім, що звичайний знак якраз і не зміг би виконувати покладену на нього міфічну функцію так легко. Адже, будучи умовним позначенням, він не може безпосередньо щось “натуралізувати”, тобто пред’являти тут і зараз. “Натуралізація” – це так чи інакше відбиток самої реальності та її безпосередній показ, простіше кажучи – образ реальності. Виконувати цю функцію міг лише такий символ, який водночас мав би бути і повноцінним зображенням, тобто який не був би абсолютно умовним щодо позначеного. Далі, система знаків є дискретною – і якщо й не скінченною, то принаймні зліченною. Загальної ж системи образів не може бути в принципі, а їх множина не є дискретною. Це радше континуум, що налічує безліч напівтонів і напівформ і явно протистоїть системному впорядкуванню та підрахунку. Тому поширювати семіологію на довільні художні (і нехудожні) форми, як це робить Барт, навряд чи правомірно. І, власне, тому, що образ не є знаком, він спроможний і “натуралізувати”, і “повідомляти” водночас.

Але тут ще важливо уточнити, що значить “повідомляти” в тому випадку, коли йдеться про бартівський міф. Якщо це і повідомлення, то воно ніколи не говорить буквально, а лише дає здогадатися про певний зміст. Зокрема, у наведеному вище прикладі зміст зображення, який зміг углядіти в ньому політично обізнаний реципієнт, *явно* в ньому не прописаний, про нього можна лише здогадуватися. Це означає, що не існує наперед заданого тезауруса міфів, а сам міф – не знак, принаймні в прямому розумінні. (У протилежному випадку існувало б уже відоме значення, яке б йому відповідало, і здогадуватися та будувати інтерпретації вже не мало б сенсу.)

І, до речі, про знак. Зазвичай під ним розуміють якраз означувальне, або ім’я денотату. Якщо під знаком розуміти асоціацію означувального і позначеного, то це й буде поняттям (більш загально – значенням), котре, як справедливо зауважує Барт, має психічну природу. Тоді не можна говорити, що в метамові воно починає виконувати роль означувального, оскільки ним може бути лише матеріальний об’єкт, а тому означувальне аж ніяк не може бути психічним процесом.

Зазначене зовсім не відміння тих смислових колізій, які спостерігав та описав Барт. Зрештою, ідеться про те, що певний знак, який у міфологічному плані починає використовуватись як формальна назва, уже сам по собі має змістове навантаження. І в процесі сприймання він може повертатися то змістовим боком, ніби повідомляючи про щось, то формальним – назвою, яка нічому не відповідає і ні до чого не зобов'язує. Таке “повідомлення” без жодної формальної відповідальності є типовим рекламним або маркетинговим ходом. Наприклад, якщо ви назвали марку взуття “Naturalize”, то споживач буде передусім сприймати цю назву як обіцянку того, що продукція зроблена з натуральної шкіри. Але насправді такої обіцянки немає, і виробник може сміливо залучати штучні матеріали (що, як засвідчує практика, він і робить). Щоб не потрапити в пастку міфу, потрібно розрізнити символ як умовне позначення і зміст, до якого він відсилає, у даному випадку – відповідно торговий бренд та якість продукції. Але такі ігри в слова не обов'язково мають корисливе обличчя. Зрештою, більшість власних імен є тим самим бартівським міфом, оскільки звичайно, крім суто умовного, вони мають також і змістовно навантажене значення. Це змістове навантаження може братися до уваги, коли обирають ім'я (кажуть, “як ви судно назвете, так воно і попливе”), або не братися (наприклад, вибираючи для дитини ім'я, батьки не завжди звертають увагу на його переклад), але, як правило, в історії власного імені завжди знайдеться ім'я загальне.

На шляху історії імені власного бартівський міф зникається з міфом праісторичним, оскільки вибір особистої назви для людини чи речі колись був магічним ритуалом. Навіть і сьогодні, обираючи для когось або чогось ім'я, ми сподіваємося (хоча б трошки!) наділити його власника потрібними якостями. Відокремлення умовного позначення від його змісту – справа дуже тонкої рефлексії.

Якщо структуралістській міф у розумінні Барта, який звертає увагу передусім на сучасні символічні форми, має змістові точки дотику з класичним етнографічним міфом, то чи можна припустити, що всі наведені в нашому огляді форми і прояви міфічного стосуються одного й того самого феномена? Ми повернулися до вихідного питання: чи йдеться в різних концепціях міфу про одну й ту саму сутність, яка набуває різних проявів, чи це просто омоніми, пов'язані з одним терміном? Але ж чомусь автори обирають один і

той самий концепт для позначення предмета своїх теорій! Тоді, можливо, різницю бачення зумовлює різниця у вихідних пізнавальних позиціях. Так би мовити, яку парадигму оберемо, такий результат і отримаємо. Але не будемо забувати, що вибір парадигми теж не є випадковим, він пов'язаний із намаганням дослідити якийсь певний зріз буття і зумовлений певною логікою дослідження.

Власну логіку дослідження – ще одну спробу розкрити сутність міфу – я намагалася будувати в межах теоретико-психологічного аналізу. Тобто в становленні та функціонуванні міфу бралися до уваги саме психологічні закономірності, тим більше, що попередній аналіз показав, що ці закономірності є сутнісними для досліджуваного явища, а відтак дають змогу розглядати його в розвитку і різних проявах.

Може здатися, що якщо обрано науково-психологічний підхід, то ті уявлення про міф, які викладено в межах ідеалістичних або семіологічних концепцій, можна одразу відкинути. Це не так. По-перше, якщо в цих теоріях представлено якісь феномени, причетність яких до поняття міфу є незаперечною, тобто виходить за межі окремих парадигм, і якщо ми будуємо певну онтологію міфу, то ця онтологія має пояснювати і ці феномени. По-друге, в основі будь-яких загальних концепцій лежить логіко-теоретичний аналіз, а тому вони не є абсолютно непорівнюваними чи недотичними одна щодо одної.

Безперечним феноменом, що репрезентує собою поняття міфу, є той дорелігійний комплекс уявлень стародавніх (або сучасних) народів, який відпочатку і був позначений цим терміном. Це відправна точка для роздумів, яку в жодному разі не може обійти теорія. Важко не погодитися з ідеалістами, що, розглядаючи стародавню міфологію, ми передусім маємо справу з явищем естетичного порядку. Стосовно цієї тези можна зробити чимало посилань на авторитетні видання, але, зрештою, естетика може собі дозволити сприйматися безпосередньо і не потребує додаткових доказів. Краса давньогрецького або давньослов'янського міфу є їхньою невід'ємною та органічною частиною і вимагає радше занурення, аніж доведення. Не менш важливим є те, що міф має *не лише* естетичне навантаження. Але про це йтиметься трохи далі.

Естетичне світобачення – пронизливе почуття, що виникає під час споглядання зовнішнього, це захоплення і зачарування. Щось таке, що робить об'єкти значущими і цікавими самі по собі, без потреби і користі. Те, що є зайвим з погляду виживання, а відтак вважається суто людським відчуттям – щось між людиною і світом, коли з них зняти детермінанти й обумовленості. Як і будь-яке відчуття, воно знаходить своє вираження, але це вираження не схоже на безпосередність емоційної реакції. Воно не є безпосереднім, натуральним у тому плані, що не зумовлене інстинктами, і водночас є вільним, оскільки не пов'язане з прагматикою. Тут, звісно, йдеться про творчу діяльність, результатом якої є художній витвір – у найширшому розумінні слова. Але цей продукт творчості не просто виразник переживань. Він є виразником переживань з приводу об'єкта, і саме тому відрізняється від безпосередності емоційного реагування. У цьому плані він може бути названий художнім образом. Цей трикутник – “образ – переживання – об'єкт” – характерний як для мистецтва, так і для міфу.

Слід зазначити, що під терміном “образ” тут мається на увазі художній образ у найширшому сенсі, і зовсім не обов'язково візуальний. Більше того, саме походження слова “міф” відсилає передусім до словесної творчості, вербально створених образів, і надарма найближчим до міфу видом мистецтва називають поезію.

Але якщо художній образ є продуктом абсолютно вільної творчої діяльності, то чи варто взагалі намагатися відшукати закономірності його становлення? До певної міри так, оскільки “вільний” ще не значить “довільний”. Художній образ є виразником викликаних об'єктом переживань, це щось і про об'єкт, і про переживання водночас. Вище зазначалося, що суб'єктивний аспект такої репрезентації може бути зіставлений з категорією смислу. Тут ми повертаємося до того ж психологічного механізму, який був обговорений у ході аналізу функціонування гри типу play і метафори. Так само початково є ні на що не схожий, нетривіальний об'єкт, який спроможний викликати в того, хто споглядає, певні почуття. Так само ці почуття знаходять своє вираження в умовному образі. У метафорі цей образ завжди є вербальним, тобто йдеться про словесне перекодування. Міф також йому не чужий, хоча й тяжіє до розгорнутої розповіді, а не до короткого вислову. Наприклад, метафора задовольниться тим, що назве троянди краплинами крові

незрівнянної Афродіти, міф же ще додасть історію про трагічне кохання богині та царевича Адоніса. Але, зрештою, це вже форма, спосіб донесення того, що було побачено. Усередині міститься саме спроможність бачити і відчувати. Більш точно – це сміливість бачити в речах те, що лежить на поверхні. Цей суб'єктивний і безпосередній спосіб сприймання об'єкта, пов'язаний з почуттями та емоційним сприйманням дійсності, і є смисл, що виражається в міфічному образі (звідси – “смыслеобраз” як аналітична характеристика міфологічних змістів [Голосовкер, 1987]). Тоді міфологічний образ і об'єкт виявляються поєднаними на смисловому полі і можна говорити про трикутник “образ – смисл – об'єкт” як змістовий фрейм розвитку міфотворчості.

Нагадаємо, що зв'язок як з переживанням, так і з пізнанням є двома аспектами функціонування смислу, адже, будучи суб'єктивним аспектом репрезентацій дійсності, він пов'язаний як із внутрішнім світом суб'єкта, так і з розумінням або осягненням зовнішніх реалій. Зокрема, метафора – це не лише поетика відчутого, а й можливість донесення знань. Про ці коливання від “внутрішнього” до “зовнішнього” в репрезентаційних можливостях метафори йшлося вище. Але тоді і міф можна розглядати не лише як естетичне, а і як гностичне явище. Зрештою, така традиція його тлумачення є чи не найдавнішою, оскільки вона з'являється вже в часи існування самого класичного міфу. Останній часто трактують як спосіб донесення ідей доступними для слухачів засобами – яскравими образами, метафоричними порівняннями, за якими криється прихована сутність. Звідси і поділ змісту міфу на профанний і справжній, поява втаємничених та містерій.

Для нас наразі важливо лише зазначити, що якщо міфічний образ відтворює смисловий зміст об'єкта, то навантаження цього образу буде співмірним цьому змістові. Якщо реальність відкрилась індивіду не в безпосередньому естетичному спогляданні, а в гносеологічному або аксіологічному аспекті, то і ці смислові грані можуть бути відтворені в міфі. Адже якщо йдеться про смисл, то провести чіткі межі між когнітивним, ціннісним чи почуттєвим відтворенням дійсності буде неможливо. Навіть у суто мистецькій творчості естетика є невіддільною від етичного навчіння, і так само неможливо сказати, де закінчується література,

а починається філософія. Смысл як внутрішня суб'єктивна реальність не є дискретним.

Саме тому міф завжди є чимось більшим, ніж інформаційне повідомлення про явище або подію, що дійшла до нас крізь віки у почасті зміненому чи спотвореному вигляді. Навіть суто гностичний аспект смыслу, відтворений в образній формі, дає нам більше, ніж просто уявлення про реальність. Він дає можливість доторкнутися до цієї реальності, прилучитися до події, отримати певне переживання, а не сухе повідомлення. Образність надає міфу ще одну суттєву відмінність від суто когнітивних інтерпретацій, а саме самоцінність міфічної історії, що й дає можливість поставити його на один щабель з мистецьким твором. Можливо, епос Троянської війни або походу сімох проти Фівів і віддзеркалює реальні події, але це не вичерпує його змісту і не становить його головну культурно-історичну цінність.

Саме тому міф промовляє мовою образів – це не інформаційне повідомлення, що може бути адекватно трансльованим лаконічною мовою знаків, а те, що в тому чи іншому аспекті містить переживання як безпосередньо набутий досвід. Тому міф завжди залучає суб'єкта до стосунків зі світом. Не стосунків як відносин у широкому сенсі, адже об'єктивно ми всі є частиною світу. Справа якраз у суб'єктивній взаємодії, яка й породжує безпосередність переживання. У цих відносинах світ торкається суб'єкта, а суб'єкт дотягується до світу.

Проявом міфічної безпосередності у взаємовідносинах індивіда з дійсністю є анімізм – схильність бачити живе у всіх об'єктах та явищах природи. Для первісної людини дух, душа розлиті скрізь – це ті самі “мана” чи “маніту”, про які писали Кінг і Кассірер. Світ тут не є чимось віддаленим і мертвим подібно до об'єкта наукового спостереження, і суб'єкт-об'єктна парадигма встановлення відносин з ним не є адекватною. Із цього погляду міф – це комунікація живого із живим, суб'єкт-суб'єктні відносини людини із Всесвітом. Саме тому людина на стадії міфологічної свідомості і не виділяє себе з решти світу, що неодноразово підкресливали дослідники.

Тут доречно вказати на різницю між міфологічним та мистецьким способом репрезентації реальності. Так, художній образ у мистецтві завжди винесений у деякий умовний план, він може

відображати дійсність, та ніколи не перетинається з нею. Завжди облаштований у спеціальних рамках – на полотні, у книзі чи на сцені, він ніколи не сплутується з дійсністю і не підміняє її. Мистецький твір заздалегідь призначений для споглядання чи, ширше, сприймання реципієнтом, який відпочатку перебуває “по той бік” мистецької реальності.

Зовсім інше в міфі. Художній образ тут переплітається із самою дійсністю. Він є невід’ємним від неї, хоча повністю з нею і не зливається. Так, давньогрецький Уран, з одного боку, є прабатьком богів і чоловіком своєї сестри Геї, а з другого, і разом із тим, – він чисте велике небо. Дійсність і образність тут невіддільні одна від одної, і тому міф є безпосереднім способом бачення дійсності, що й підкреслювали Кассіпер та інші. За такого способу репрезентації будь-який природний об’єкт сприймається крізь образ міфу – у джурчанні струмка вчувається спів наяд, у відлунні грому – гнів суворох олімпійців і т. ін.

Міфологічний образ можна розглядати як символ, оскільки він виражає ту сутність, яка відкрилась індивіду в зовнішніх реаліях, тобто він репрезентує собою певний об’єкт, який був сприйнятий у певному ракурсі. Сам він при цьому є у певному сенсі матеріальним носієм, адже може використовувати зорову (образотворчість, скульптура), слухову (музика) або вербальну (розповідь) форму. Але головне, що образ є шляхом до залучення безпосередньої чуттєвості індивіда. Коли людина виражає відкрите у природі через антропоморфні або зооморфні постаті, вона апелює до вже існуючого досвіду сприймання цілком конкретних, тобто речових, матеріальних, об’єктів, які мають відчутно виражати смисл.

Та в межах міфологічного світогляду і будь-який об’єкт стає символом у шеллінгівсько-лосевському розумінні. Тобто він є і реальною річчю, і тим, що відкриває простір смислу, а отже, причетний і до реального, і до ідеального планів водночас. Я наразі нічого не говорю про статус цієї ідеальності: чи є вона об’єктивною, тобто лежить у самій “природі речей”, чи вона суб’єктивна, тобто породжена поетичним поглядом на дійсність. Залишаючись у межах психологічного аналізу, я навіть не можу стверджувати, що цілком можливо, що і те, і те є правдою. Я лише уточнюю, що в плані міфу будь-який об’єкт є більше ніж просто

об'єкт, оскільки він репрезентує, а точніше – безпосередньо презентує, і речову, і смислову реальність.

У такому “подвійному” житті об'єкта насправді немає нічого дивного – навпаки, воно є результатом саме безпосереднього бачення. І цей спосіб бачення найближчий до дитячої гри, у якій будь-яка річ може постати в іншому образі та набути чудесних, загадкових рис. Гра так же легко, як міф, залучає об'єкти до іншого світу, і так само, як міф, залишається вірною їх реальному втіленню. Стілець, який дитина перетворила на коника чи на паровоз, цінний для неї тим, що він є реальним тут і зараз, а що в ньому побачити, як його сприйняти – дитина розбереться сама. Як і в міфі, у грі умовний образ міститься в цілком реальному предметі, не виходячи за межі дійсності. І, як і в міфі, у грі умовний план не є чимось штучним для об'єкта, а навпаки, чимось дуже справжнім і відчуванним: це цілком природне і безпосереднє сприйняття речей.

Як уже було показано, внутрішнім наповненням ігрового дійства, також як і дійства мистецького, є створення переживання. Але змісти цього переживання в грі і під впливом художнього твору істотно різняться: переживання в грі тяжіє до проживання, тобто до безпосереднього включення до подієвого світу; переживання в мистецтві – це більше внутрішня духовна робота, що не потребує безпосередньої інтеракції.

Зміст переживання в міфі подібний і до ігрового, і до мистецького водночас. Як спосіб утілення естетичних вражень, міфічний образ є цілком художнім образом. Як спосіб залучення цих вражень до реальної картини світу міф є грою. На відміну від мистецтва міф не задовольняється лише вираженням відчутого, як спосіб взаємодії з дійсністю він вимагає безпосереднього прилучення людини до світу образів або, що те ж саме, прилучення об'єкта до безпосередньої життєдіяльності людини. Оскільки міф не відмежовується від реальності, то створене ним враження саме проживається – подібно до вражень в ігровому дійстві.

У тих культурах, де міф є панівною формою світогляду, таке проживання організується у двох модусах, двох формах прояву. По-перше, це культ з усім масивом ритуалів та обрядів. Проходження обрядової практики пов'язане із прилученням учасників до дійства, смисл якого, як і в грі, лежить поза безпосереднім предметним досягненням. Навіть якщо мета обряду цілком прагматична

– викликати дощ, здобути перемогу на війні тощо, то в речовому плані обряд є не доцільною, а умовною діяльністю. Смісл ритуалу пов'язаний не з логікою об'єкта, а з логікою враження (тут можна пригадати і Фрезера, і Вундта, і Леві-Строса). Важливим аспектом культу є обряди ініціації, коли через проходження певного дійства та створення різного роду переживань людина прилучається до світу іншого порядку – чи це містичне єднання з богами, чи спілкування з духами, чи отримання тотемного захисника. Водночас, як і в грі, тут умовний план образу є невідривним від конкретної речової практики. Так організується цілком реальне проживання, смісл якого задається міфічною історією.

Через культ міф використовує штучне, тобто спеціально створене, дійство заради приєднання до божественного Всесвіту, до вищих сміслів. Але він спроможний і вишній світ прилучити до нібито звичайної діяльності людини. Увесь масив побутових робіт він перетворює на частину вселенських циклів. І недарма боги поганського пантеону опікуються не лише природними явищами, а й окремими видами діяльності. Так, сільськогосподарські роботи проходять під схвальним поглядом Деметри, ремесла – під наглядом Афіни; людина може кувати залізо подібно до Гефеста або плести нитки як самі Мойри. Але обладунки Гефеста непробивні, а Мойри прядуть не прості нитки, а нитки долі. Відтак звичайна побутова діяльність стає чарівною. Перш ніж приступити до якихось важливих робіт, як правило, проводили символічний обряд, який вказував на зв'язок із світом богів. Найчастіше такі ритуали дослідники розглядають у межах суто прагматичної мотивації тих, хто їх проводить, тобто як прохання або магічну дію, спрямовані на вдале завершення справи – отримання великого врожаю, здобичі тощо. Але, окрім націленості на конкретний здобуток, можна говорити ще про одну причину ритуальної практики, яка може і не усвідомлюватися тими, хто її справляє. Це створення надзвичайних сміслів для звичайних справ. Весь цикл традиційних робіт і життєвих відправлень стає елементом природних циклів, самого вічного Космосу. Людська діяльність тепер переживається й проживається інакше, і це другий модус утворення переживання в міфі. Те, що могло розглядатися як буденний клопіт, постає як божественна праця. Це щось на кшталт того, як Том Сойєр змінив мотивацію у своїх товаришів, коли потрібно було пофарбувати

паркан. І справді, перетворюючи звичайне на незвичайне, міф уподібнюється до гри. Зрештою, уявляти богів, розповідати про богів, виводити від них свій родовід – це також і грати в богів. Справжній герой художнього, а отже, і міфічного твору – завжди предмет для ідентифікації.

Отже, ритуальна практика, пов'язана з діяльністю, може мати не лише прагматичну спрямованість, тобто бути засобом досягнення мети діяльності (власне, у цій ролі вона і не є цілком адекватною). Як сполучна ланка між працею і міфом, ритуал задає новий смисл діяльності, а відтак і новий мотив. Нудний тягар щоденних клопотів стає елементом стосунків із Всесвітом і божественним порядком. У цьому ракурсі ритуал спрямований не так на досягнення мети, як на характер переживань, не так на результат, як на процес. Це, власне, і є та відмінність, яка відрізняє гру від “серйозної” праці. І все-таки, чи є міф грою? Й. Хейзінга вважає, що “як і все, що виходить за межі логічно вивіреного судження, і поезія, і міф перебувають у царстві гри” [Хейзінга, 1992, с. 149].

Я б сказала, що міф може бути, а може і не бути грою. Саме прилучення його до прагматичної доцільної діяльності є передумовою для виникнення подвійного дна, подвійної природи міфу як модусу стосунків людини зі світом. Як уже зазначалося, ритуальну практику можна розглядати як таку, що націлена на створення переживання, а можна розглядати і як таку, що спрямована на результат як бажану користь для того, хто її проводить. У першому варіанті це буде щось на кшталт ініціацій та містерій, у другому – це може бути магія або прохання про допомогу вищих сил. Причому і перший, і другий варіанти тісно переплетені між собою, адже в межах міфічного світобачення незрозуміло, де закінчується переживання і починається дійсність, суб'єктивне ще достеменно не відділене від об'єктивного. Гра тут не відділяється від серйозного, а міфічний образ – від реального об'єкта. Це така собі “справжня гра”, де творче осягнення дійсності невіддільне від реального проживання. Дослідники описують феномен, коли дитина часом “заграється”, тобто перестає відділяти умовний світ від так званого справжнього світу. Міф у певному сенсі є постійним заграванням. Для нього умовний план дійсності не відокремлюється від самої дійсності.

Діяльність, спрямована на отримання користі, підпорядкована логіці задоволення потреб. Натомість діяльність, спрямована на створення переживання і творчого самовираження, навпаки, є надлишковою. Це не діяльність задля чогось, а самоцінна практика, яка має такий же самоцінний результат – той же мистецький твір або міфічний образ. Вона підпорядкована лише логіці самого буття у його безпосередності “тут і зараз”. Змішування двох логік у міфі приводить до дуже цікавих смислових трансформацій. Як тільки смисл, що відкриває сутнісні аспекти буття, проекується в площину прагматики, його ціннісний зміст стає інакшим – це вже не сутнісні риси самого буття, а їх відображення під кутом зору актуальних потреб індивіда. Замість смислу як цінності з’являється смисл як оцінка, об’єкт при цьому втрачає свою самодостатність, перетворюючись на роль засобу. Сам по собі він уже не є значущою підставою для створення переживань, та й переживання перестають бути основним змістом та метою діяльності, перетворюючись на суб’єктивне відображення можливості задоволення потреб – емоційну оцінку.

Таким чином, у логіці задоволення потреб колишній буттєвий смисл перетворюється на інший феномен – відображення об’єкта у його зв’язку з потребами індивіда (чи організму). Щоб уникнути плутанини з термінами, надалі описані тут феномени розмежовуватимуться як терміни “буттєвий смисл” (або “смисл-цінність”) і “потребовий смисл” (або “смисл-оцінка”)¹.

Можливо, хтось подумає, що буттєвий смисл, відображений у мистецькому чи міфічному образі, є об’єктивним, а в проєкціях прагматичної логіки він набуває суб’єктивності. Зовсім ні. Смисл, віднайдений у мистецькому чи міфічному спогляданні, початково відтворює суб’єктивний погляд на речі, і навіть не просто суб’єктивний, а дуже інтимний погляд. І якраз у цьому плані він відкриває сутнісні аспекти буття. Просто в такому вимірі споглядання об’єкт існує не “для мене”, а сам по собі – як сам по собі цінний і чарівний. У цьому розумінні зазначений погляд може бути названий об’єктивним, але це така об’єктивність, де суб’єкт і об’єкт не протистоять один одному.

¹ Про міф, заснований на реальності переживання, яке пов’язане з безпосередньою користю, йдеться у В. Бурлачука [Бурлачук, 2002].

Смисл-оцінка є суб'єктивним по-іншому, а саме в ракурсі відповідності об'єкта суб'єктивним потребам. Але в усякому разі в міфі йдеться про суб'єктивне осягнення, або в більш простому варіанті – суб'єктивне сприймання дійсності, яке внутрішньо не пов'язане з раціональною об'єктивацією. Можливо, саме тому в міфі так легко відбувається перехід від буттєвого до потребового смислу, від аксіологічного – до праксіологічного способу сприймання. Скажімо, непередбачувані і могутні сили Всесвіту можуть бути джерелом захоплення і творчого натхнення, що приводить до появи образів богів-олімпійців або поетичних етюдів. Але ж ці самі непереборні сили природи становлять небезпеку для життя людини, і в цьому плані вони сприймаються як негативний стимул, небезпечний подразник. Міф як прояв цілісного світобачення змішує обидва ці пласти сприйняття дійсності. У смисловому плані це означає перехід від чудесного до корисного – від гри як діяльності, спрямованої на процес переживання, до прагматичної роботи як доцільної практики. Міф містить у собі передумови для того, щоб перетворювати життя на чудо. Але життя в біологічному плані підкорено логіці виживання, і ця логіка сама спроможна трансформувати міф – він набуває рис уже не ігрової, а цілком серйозної діяльності.

Усякий художній образ за визначенням є умовним. Він створений задля вираження й донесення смислів і покликаний спричинити переживання у того, хто його сприймає. Це саме стосується й умовного поля гри. Її справа і мета – переживання процесу. Як тільки гра починає сприйматися як серйозна робота, вона перетворюється на безсенсовну практику, адже її цілі умовні. Тому будь-який ритуал, якщо сприймати його серйозно, стає симуляцією. Він перетворюється на набір рухів, зовсім не сумісний з тими сподіваннями, що на нього покладені. Так само будь-який міф, якщо сприймати його серйозно, обертається на вимисел. Походження Всесвіту або людини, якщо розглядати його в межах якоїсь космо- і теогонії, наприклад давньогрецької, очевидно не є правдивим у буквальному розумінні. У буквальному – тобто з позиції дискурсивного бачення, відстороненого раціонального аналізу. Це якраз і означає, що міф не можна перекладати як описове викладення, спираючись, скажімо, на мову науки. Адже якщо смисл-цінність стосується трансцендентного, то дискурсивні прак-

тики є в принципі неадекватним способом для його трансляції [Кант, 2007б].

Але, на жаль, міф усе-таки трансформується в інші форми, до певної міри змінюючи свою сутність – ідеться про ті його перетворення, коли він стає технологією маніпулювання. Річ у тім, що поки міф не втратив своєї естетичної сили, тобто поки образна його складова все ще залишається мистецькою, він є потужним інструментом пропаганди. Певна думка чи настановлення, посилені художнім твором, сприймаються зовсім не так, коли б вони були висловлені безпосередньо. Завдяки образності вони дістають емоційне підкріплення і включаються в життєву картину світу. Серед стародавніх міфів є чимало історій, явно моралізаторського характеру, які спроможні були формувати схвалювані в суспільстві настановлення – про повагу до богів, про заборону інцесту, про обов'язок гостинності тощо.

Може виникнути запитання: а чому, власне, тут ідеться про маніпулювання? Зрештою, етична складова є невід'ємною частиною високого мистецтва, яке за своє суттю є звичайно щирим і яке важко звинуватити в маніпулюванні. Та непомітна підміна мистецької дії міфу маніпулятивною пов'язана якраз із втратою художнім образом своєї умовності, а також переведенням міфу в площину прагматики.

Вище вже зазначалося, що в межах чистого творчого акту і процес переживання, тобто буття індивіда, і кінцевий продукт, тобто мистецький твір, мають статус самоцінності. У межах пропагандистської дії і процес переживання, і мистецький продукт мають лише статус засобів, підпорядкованих конкретній меті, а саме – викликати певне ставлення чи певну поведінку індивіда. Якщо дія художнього образу спрямована лише на сферу суб'єктивних переживань і внутрішніх перетворень індивіда, то йому не потрібно імітувати реальність того, що він описує, достатньо лише самої мистецької майстерності. Якщо ж його мета – чітко обґрунтувати, що є поганим, а що – хорошим, що слід робити, а від чого варто утриматися, то він мусить надати для цього якісь конкретні підстави, і міфічний приклад підходить для цього якнайкраще. Таким чином, міф-маніпуляція стає дуже зацікавленим у підміні умовного образу псевдореальною подією.

У результаті та невідокремлюваність створеного образу від реального об'єкта, яка надавала міфу життєвої сили та безпосередності, коли він слугував цілям творчого самовираження, обертається можливостями маніпулятивного впливу та втратою об'єктивації, як тільки міф потрапляє в площину прагматики. Відтак міфічна оповідь починає сприйматися буквально як повідомлення, як серйозна інформація про стан речей. Естетичний (або аксіологічний) вираз набуває статусу онтології. Це вже не художній образ, а реальний образ дійсності, її буквальна репрезентація.

Але зазначені перетворення змінюють і естетичний потенціал самого міфу. Адже зміна смислових змістів, якими він навантажений, із ціннісних на оцінні поступово перетворює його з художнього твору на регламентаційний припис, на розгорнуте в розповіді настановлення. Втрата художньо-естетичної цінності міфічного образу, зрештою, вихолощує його статус до знака. Це цілком аналогічно тому, як художній образ, який використовується в живій метафорі, згодом перетворюється на формальне позначення об'єкта. І якщо таку стерту метафору ми називаємо мертвою, то і міф, що втратив безпосередню цінність художнього образу, ми будемо називати **мертвим**. Перетворення художнього образу на знак свідчить про те, що його зміст, тобто колишній смисл, стає значенням. Те, що раніше слугувало вираженню переживань, тепер перетворилося на прагматичну характеристику об'єкта. Наприклад, якщо первісно об'єкт здався чудесним і через міфічний образ "ставав" причетним до божественного світу, то в прагматичному плані це приводило до переведення його в клас позитивних, тотемних, чи, навпаки, негативних, табуйованих, об'єктів. Після цього він долучався до культової практики. Скажімо, елемент природного ландшафту, такий як гора чи струмок, міг стати місцем паломництва (пригадаймо джерело Мельпомени на Парнасі), тварина могла перетворитися на жертовну чи, навпаки, недоторкану тощо.

Як тільки так званий буттєвий смисл перетворюється на прагматичний, об'єкт у його суб'єктивному сприйнятті перестає бути самоцінним, а постає як об'єкт задоволення потреб (про що йшлося вище). Тепер він уже є не чудесним, унікальним і незамінним, а лише одним з певного класу (у найбільш загальному вигляді – корисних чи шкідливих, поганих чи хороших). Його сми-

слова характеристика стає і його класифікацією. Значення – це і є віднесення об'єкта до певного класу, і саме в ньому тепер зберігається суб'єктивна характеристика об'єкта, задана смыслом. Класифікація в такому випадку здійснюється з точки зору виробленого ставлення, пов'язаного з безпосереднім досвідом. Тобто, хоча смисл і перетворюється на свідоме значення, усе-таки суб'єктивна характеристика об'єкта в ньому не зникає.

Це дуже добре ілюструє схема семантичного поділу об'єктів у первісних племен, для яких саме сфера досвіду була джерелом категоризації навколишньої дійсності в мові [Лакофф, 1988]. Тобто суб'єктивний спосіб взаємодії з об'єктом стає передумовою для “об'єктивної” значеннєвої класифікації.

Те діалектичне поєднання суб'єкта і об'єкта, що було властиве живому міфіві, для міфу мертвого перетворилося на суб'єктивність у формуванні об'єктних репрезентацій, з одного боку, і на псевдо-об'єктивіацію ставлень і стосунків, з другого. Аналогія різних аспектів соціальної взаємодії з природними процесами, що раніше створювала відчуття космічної співпричетності, тепер просто заявляє про свою космогонічність, тобто природну передвизначеність цієї взаємодії у тому модусі, який є соціально бажаним. Таким чином, маніпулятивний потенціал мертвого міфу стає запорукою фіксації та відтворюваності суспільних стосунків певного типу.

У підсумку розгляду трансформаційних процесів, що відбуваються у міфі, внаслідок переходу від буттєвої до прагматичної логіки, замість схеми “образ – смисл – денотат” отримуємо схему “знак – значення – денотат”, тобто звичайний семантичний трикутник. Виникає питання: чи всяка значеннєва система є трансформованим міфом? Для того щоб відповісти на це запитання, потрібно відійти від прив'язок до класичного міфу і розглянути виведені вище закономірності в більш широкому контексті.

Насамперед зауважимо, що поетапний процес переходу від буттєвого смислу через потребний смисл до згорнутого оцінного значення об'єкта є лише схемою, яка фіксує основні етапи трансформаційних процесів, що можуть відбуватися в міфі. Це зовсім не означає, що смисл-оцінку слід вважати вторинним явищем щодо смислу-цінності. Більше того, як впливає з теорії розвитку психіки Леонтєва, саме потребний смисл з'являється у

філогенезі першим, оскільки він є складовою відображення у тварин на доволі ранніх етапах еволюційного розвитку. Якщо буттєвий смисл філогенетично можна пов'язати з появою і розвитком гри, то про зародження або навіть передумови його виникнення можна говорити лише з появою вищих хордових. Хоча якщо поглянути на речі більш широко, то переорієнтацію поведінки тварини із здобутого результату (об'єкта задоволення потреб) на сам процес його досягнення можна співвіднести з можливістю отримання задоволення від самого процесу життя, і хто знає, наскільки фундаментальною може бути така здатність для різних форм живого.

Хай там як, а відносини смислу-оцінки та смислу-цінності пов'язані з відносинами практики виживання і того аспекту життя, який з погляду цієї практики є явно зайвим. Оскільки всі наші уявлення про еволюційний розвиток ставлять на чільне місце саме можливості виживання особин і видів, то, очевидно, смисл-оцінка є первинним щодо смислу-цінності. Це тим більше так, оскільки якщо у тваринному світі ми і можемо знайти передумови для появи буттєвого смислу, то як такий він з'являється лише у психіці людини.

Облишмо, проте, хиткі шаблі еволюційного розвитку і звернімося тепер до актуалгенезу смислового аспекту відображення. Численні дослідження засвідчують, що в процесі формування образу спочатку складаються так звані об'єкт-гіпотези, які структурують і доопредмечують окремі сенсорні дані. Сприймання стимулів через висунення та перевірку гіпотез закладено вже на психофізіологічному субстраті [Анохин, 1976; Симонов, 1984]; причому це проявляється як у відносно простому сприйманні на рівні перцепції, так і в таких складних процесах відображення, як дешифрування лексичної інформації [Найсер, 1981; Краусс, 1988]. С. Смирнов вважає, що в ролі об'єкт-гіпотез виступає образ світу, точніше та його частина, що актуалізована загальним контекстом діяльності людини, а проявляються вони в системі значень та емоційно-особистісних смислів [Смирнов, 1981]. Тут Смирнов почасти йде за Леонтєвим, який вважав, що саме значення задають предметність образам, передуючи їх оформленню [А. Н. Леонтєв, 1979]. Але ми пам'ятаємо, що значення є не лише результатом, а й процесом суб'єктивної репрезентації, і під кутом зору своєї процесуальності воно може бути зіставлене з поняттям смислу, – саме про нього йдеться, допоки процес відображення не є оформ-

леним і застиглим у певній інтерпретації. Тому саме категорія смислу якнайбільше підходить на роль ідентифікаційної об'єкт-гіпотези. Це підтверджують і психосемантичні дослідження Артем'євої, яка відкрила феномен так званого першобачення [Артем'єва, 1999]. Він полягає в тому, що, ідентифікуючи об'єкт, людина спочатку “зчитує” його конотативні характеристики, тобто емоційно-оцінні ознаки, а вже потім – денотативну належність. Якщо слідом за Артем'євою ці емоційно-оцінні шкали ідентифікувати із семантичним смислом об'єкта, то виходить, що спочатку сприймається саме смисл, а вже потім відбувається предметна ідентифікація пред'явленого стимула. Тобто смисл є ніби попереднім налаштуванням, каркасом, на основі якого доопредмечується образ. Це значить, що ми сприймаємо об'єкти не як “*tabula rasa*”, а на основі свого вибіркового ставлення і сформованого досвіду, що обумовлює загальний контекст взаємодії зі світом.

Але не лише предметна ідентифікація, а й когнітивна інтерпретація об'єктів та явищ передбачає попередній процес висунення гіпотез. Так, ми знаємо, що процес мислення передбачає як інтуїтивну складову, яка своїм результатом має безпосередньо дане розуміння – інсайт, так і раціонально-логічну складову, яка залучає до недиз'юнктивного процесу мислення силогізми, які є не лише засобом віднайдення рішення, але, можливо навіть більшою мірою, засобом доведення інтуїтивно отриманого результату. Тобто мислення як процес завжди містить у собі як інтуїтивний пошук, так і зворотну логічну рефлексію. Ми пам'ятаємо також, що саме недиз'юнктивний аспект процесу мислення Виготський асоціював із поняттям смислу. З цим же конструктом пов'язував Тихомиров ту специфіку бачення задачі, яка приводить до інсайту. Причому словесне переконструювання задачі, що приводило до розв'язку, передувало його (розв'язку) рефлексії та перевірці (див. перший розділ). Це дає право стверджувати, що вирішення мисленневих задач передбачає висунення творчих гіпотез, пов'язаних із смисловим відображенням ситуації, та їх подальше логічне обґрунтування.

Процес формування когнітивних репрезентацій дійсності передбачає як предметну ідентифікацію об'єктів, так і створення множини інтерпретацій стосовно них. Це два взаємопов'язані та взаємозумовлені процеси. Система інтерпретацій дійсності дає змогу класифікувати об'єкт певним чином, а відтак і здійснити

його предметну ідентифікацію. Коли об'єкт визначено, тобто його предметну ідентифікацію задано, його можна вивчати та створювати подальші інтерпретаційні схеми дійсності (наприклад, побутові чи наукові). Як було вже показано вище, обидва ці процеси – і предметна ідентифікація, і когнітивна інтерпретація – базуються на попередньому висуненні смислових гіпотез, які відтак складають основу формування когнітивних репрезентацій дійсності, тобто уявлень індивіда про навколишні об'єкти.

Та смисл є непростим психологічним конструктом: він пов'язаний не лише з когнітивними, а й з емоційними аспектами відображення. Смисл відтворює невідрефлексоване суб'єктивне сприйняття реальності, і ця закладена в ньому суб'єктивність не завжди узгоджується з раціональністю. Простіше кажучи, смисл відкриває те, що “здається”, а якою мірою це останнє відповідає об'єктивованим даним – це під великим питанням. Саме тому використання логічних силогізмів у процесі мислення – це не зайва додаткова процедура, що лише формалізує віднайдений результат, а необхідна складова і незамінний інструментарій мислення.

Суб'єктивність, притаманна смислу, є незамінним атрибутом там, де йдеться про мистецьке відображення дійсності, що відкриває такі прояви буття, які залишаються закритими в межах логіко-раціональних інтерпретацій. У цій площині природним вираженням смислу є художній образ. Але якщо смисл використовується не для відображення естетичної чи етичної правди буття, а в площині раціональної прагматики, то такий спосіб вираження буде вже неадекватним. Тут-бо йдеться вже не про правду, а про істину, і кожна річ інтерпретується не через образ, а через категорію, на кшталт: “оце є тим-то”. Це вже буде інформаційне повідомлення, що базується на системі знаків (і, відповідно, значень). Для того щоб вступити в царину раціональних інтерпретацій, суб'єктивна зв'язність речей, відображена в смислі, має пройти відповідну перевірку на об'єктивацію, тобто стати об'єктом рефлексії, – це те, про що йшлося, коли ми розглядали мислення. Але я нікого не здивую, якщо скажу, що висновки, які роблять люди, не завжди відрефлексовані і раціонально обґрунтовані. Зрештою, вироблення логічно бездоганного висновку – це вже певна культура, пов'язана з формуванням відповідної методології. Там, де наука логіка не має голосу, система інтерпретацій може бути

дуже далекою від чітко виведеного силогізму. У першу чергу це стосується донаукового етапу знання; іншим прикладом є буденно-побутове мислення.

Розгляньмо процес розгортання і вираження смислів у різних опосередкованих формах репрезентації дійсності. Ми бачили, що смислове відображення дійсності може бути втілене і розвинуте як через художньо-образне опосередкування, так і через знаково-дискурсивне вираження. Проаналізуємо спочатку випадок, коли смисли отримують своє втілення і розвиток через опосередкування художньо-образними засобами. Тоді можливі два варіанти. Якщо художній образ, який відтворює смисл, безпосередньо включений до цілісної життєдіяльності суспільства чи окремої людини, ми отримуємо живий міф. Якщо створення образу відбувається в межах спеціально виділеної форми діяльності, то замість міфу ми вже маємо мистецтво і деякі форми релігійного служіння (де вони базуються на символіці образу). Тобто це будуть соціально розроблені й закріплені інституції, у яких реалізується можливість ірраціонального пізнання і відображення дійсності.

Наступний випадок – коли смисл утілюється через систему знаків і йдеться про дискурсивне визначення об'єктів чи явищ. Їх репрезентація в цьому випадку передбачає категоріальне опосередкування і здійснюється на основі значеннєвої ідентифікації (при цьому, як ми вже зазначали вище, і категоризація, й ідентифікація під кутом зору психологічної процесуальності базуються на смислового відображенні). Тут теж можливі два варіанти. Якщо відбувається подальша логічно обґрунтована верифікація смислової репрезентації об'єкта, тобто гіпотетичне розуміння проходить свого роду методологічну рефлексію, то буде отримано адекватний для раціонального способу відображення дійсності пізнавальний результат – знання про об'єкт. При цьому смислова ідентичність об'єкта, утілена в значенні, стає справжнім поняттям. Інституціалізованою цариною функціонування понятійного знання є наука й філософія. Якщо ж подальша верифікація не відбувається, то отриманий висновок або значеннєва ідентифікація не відокремлюються від того навантаження суб'єктивного, яке супроводжує смисловою репрезентацією дійсності, і ми отримуємо описаний вище мертвий міф – насичену суб'єктивним баченням значеннєву інтерпретацію об'єкта.

Така наповненість невідрефлексованим, безпосереднім ставленням є безумовною окрасою художнього образу, але одночасно і небезпечним навантаженням тоді, коли йдеться про категорії істинності. Сама по собі відсутність логічної верифікації ще не означає, що віднайдене знання є помилковим, – інтуїтивні прозріння іноді дають приголомшливий результат. Та і взагалі суб'єктивність іманентно властива самому процесу пошуку істини. Але результат цього пошуку завжди має бути об'єктивований. Підстави для його обґрунтування пов'язані зовсім не із суб'єктивним процесом його віднайдення, вони лежать зовсім в іншій площині – у площині раціонального висновку. Якщо ми в цьому вимірі говоримо, що “оце є тим-то”, то мається на увазі, що це властиво речі самій по собі, тобто є об'єктивним результатом. Наявність рефлексивного аспекту в мисленні якраз і забезпечує цю постійну націленість на об'єктивацію. Для мертвого ж міфу такої рефлексії не відбувається і суб'єктивний процес осягнення дійсності залишається невідокремленим від результату. Це й означає, що смисл як суб'єктивний аспект відображення є невідрефлексованим від значення як результату відображення. Значення ж репрезентує певну об'єктивність, реальний стан речей. Таким чином, суб'єктивне в мертвому міфі залишається невідокремленим від об'єктивного, а точніше – суб'єктивне тут видається за об'єктивне. Усі суб'єктивні враження, пов'язані з об'єктом, стають “властивостями” самого об'єкта. Спосіб сприймання і предмет сприймання тут не відокремлені одне від одного. Іншими словами, те, що насправді є феноменом, видається за онтичні властивості об'єкта.

У цьому пункті моя інтерпретація мертвого міфу зникається зі способом тлумачення міфу як такого в межах природничо-наукової парадигми, а точніше – в тій її частині, де йдеться про психологічні трактування. Ми пам'ятаємо, що в таких теоріях міф розглядають як інтерпретацію об'єктів і явищ, що базуються на суб'єктивних враженнях. Це могли бути як асоціації (Фрезер, Вундт), так і проєкції почуттів чи несвідомого (Вундт, Юнг). Тут доцільно пригадати ще одне трактування міфологічної свідомості, сформульоване Леві-Стросом, а саме що її функціонуванню притаманне те, що в ній кількість означувальних завжди перевищує кількість означуваних, тоді як у науковій картині світу все навпаки.

Тобто в міфологічних репрезентаціях кількість тлумачень завжди є надмірною, тоді як для науки завжди знаходяться об'єкти і явища, для яких ще немає готових пояснень. Справді, будь-яке пояснення в науці проблематизується, воно має витримати теоретичну або практичну верифікацію та методологічне обґрунтування. Натомість, скажімо, для актуальних подій чи обставин у побутовій свідомості завжди знаходяться інтерпретації, що існують у вигляді міфологем – неперевіраних припущень, які тлумачаться як готові пояснення. Як уже зазначалося, когнітивні інтерпретації базуються на гіпотезах, в основі яких можуть лежати інтуїція, суб'єктивний досвід, враження тощо, і якщо ці гіпотези не рефлексуються, вони перетворюються на мертві міфи. Таким поясненням існувати завжди легше, тому що їм достатньо лише подобатися їхнім автором або слухачам та відповідати соціальним очікуванням і настроям, тобто суб'єктивного схвалення тут буде цілком достатньо, щоб отримати статус об'єктивної репрезентації. Тому велике значення для них має творча фантазія і вміння створювати пояснення, тобто креативність, і це ріднить мертвий і живий міфи. Просто в останньому відображення дійсності є самоцінними, вони існують як самодостатній художній образ і не підміняють собою дійсність. Побутові інтерпретації також можуть набувати самоцінності, якщо стають предметом розвитку народної творчості і виступають уже не так прямим поясненням подій, як тлумаченням того сутнісного, що розгледіла в цих подіях індивідуальна свідомість майстра та суспільна свідомість етносу. Тоді постають ті міфічні образи і сюжети, які дають нам змогу доторкнутися до тієї чи іншої культури в її найбезпосередніших витворах.

Отже, суб'єктивні уявлення про дійсність формуються на основі смислової визначеності об'єктів та явищ, яка є суб'єктивним аспектом їх репрезентацій і має безпосереднє відношення до емоційно-оцінного ставлення індивіда. Це ірраціональний синтез, пов'язаний із суб'єктивним досвідом, який дає можливість формувати нові гіпотези і нові бачення об'єкта чи явища. Водночас, якщо результат такого відображення претендує на об'єктивність, він має бути верифікований і підпорядкований формальній логіці. Якщо він фіксується в готовій інтерпретації дійсності або значеннєвій її ідентифікації до такої перевірки, то стає мертвим міфом, у якому

суб'єктивний процес відображення не відрефлексовано і змішано з результатом відображення.

Але суб'єктивність процесу відображення може бути не лише засобом побудови когнітивних схем, а й самостійною цінністю. Адекватним засобом вираження та утвердження суб'єктивності в цьому випадку є художній образ, про що йшлося, коли розглядалися дитяча забава, жива метафора і, нарешті, живий міф.

Живий і мертвий міфи мають спільне коріння: суб'єктивне не відділене від об'єктивного ні в мертвому, ні в живому міфі, але в останньому випадку воно ніколи не видає себе за об'єктивне, оскільки тут немає відокремленого об'єктивного в його протиставленні до суб'єктивного. Водночас і суб'єктивне як творчий процес, і об'єктивна реальність у живому міфі є самоцінними, а відтак вони хоч і нероздільні, але не замінюють одне одне. Художній образ у міфі або мистецтві є самодостатньою реалізацією індивіда, і йому немає сенсу бути прихованим або щось імітувати. Творення образу – це реалізація активних суб'єктивних інтенцій, тому для свого автора воно завжди явне. Для реципієнтів художнього продукту його сприймання також є активним процесом, і, як зазначив Гадамер, тут кожен є співучасником. Як здійснення, так і сприймання твору – це духовна робота, зміст якої безпосередньо переживається, тому її результат є відчувано суб'єктивним. Відтак суб'єктивний бік образотворчості завжди є неприхованим, очевидним, і тому він принципово не може бути сплутаний з об'єктивністю. Лише втрата відчуття чудесного і можливості насолоджуватися прекрасним у міфі ламає його ігрову співучасть, а отже, і активну співпричетність до його діяння. Це передумова для перетворення живого міфу на мертвий.

Якщо в побутовій свідомості є місце для живого міфу, то в науковій свідомості, як не дивно, знаходиться місце для міфу мертвого. Тут ідеться не про науку як певну методологію, оскільки вона якраз є альтернативою для міфологічних інтерпретацій, а про науку як суспільний інститут, який має свою історію, свої традиції і, звісно, свої помилки. І тут, як і в побутовій свідомості, подекуди суб'єктивні відчуття, які прикрашають індивідуальний досвід, або окремі присутні в цьому досвіді закономірності поширюються на багато просторіше предметне поле. З одного боку, це є цілком нормальним, оскільки гіпотези і теорії завжди розповсюджуються від

окремого до загального, від часткових підстав – до тотальних тлумачень. У протилежному випадку це вже не гіпотеза або теорія, а обґрунтоване судження. Інша справа, коли суспільне визнання або традиція перетворюють твердження, отримані суто індуктивним шляхом, на усталену парадигму. Наприклад, у психології більшість основних теоретичних і особливо психотерапевтичних шкіл функціонують саме в такий спосіб і абсолютно звичною є практика трактування одного й того самого феномена крізь призму різних підходів. І, незважаючи на те, що вони можуть суперечити один одному, кожен із них вважають по-своєму “правильним”, оскільки він належить до визнаної парадигми. Відповідно, одна й та сама симптоматика може набувати різних інтерпретацій і потребуватиме різних методів лікування залежно від “бачення” психотерапевта. Тобто тут також виявляється надлишок означувальних для одного і того самого предмета. І якщо Леві-Строс і Тернер вказували на подібність магічної практики до психотерапевтичної, то цілком правомірним буде і зворотне порівняння (що, звісно, не означає неефективності як першої, так і другої практики).

Значно рідше наукова діяльність породжує живі міфи. Але креативна уява і зачарованість предметом, які є важливою передумовою не лише міфотворчості, а й наукового пошуку, іноді стають підставою для побудови своєрідних фантастичних світів, котрі не так пояснюють дійсність, як будують власний її вимір, який є по-своєму цілком самодостатнім. Прикладом може бути, скажімо так, неакадемічна історія, яка відтворює золоті часи старовини, знаходить глибинні смисли стародавньої символіки, трактує на свій розсуд будь-які знахідки й топоніми і т. ін. Такі теорії не стільки раціонально пояснюють, скільки надихають своїх adeptів і зачаровують їх викладеним у них предметом. При цьому вони не забувають створювати ігрове поле, яке дає змогу безпосередньо прилучатися до розбудованого ними, власне, казкового світу. Скажімо, сьогодні молодь із задоволенням грає в стародавніх слов'ян (до яких чомусь потрапляє і трипільська культура) – тобто виїжджає на природу, одягається у ткани вбрання, ліпить обереги, одним словом, прилучається до втраченого життя у гармонії із Всесвітом. Це чудова забава і прилучення до нових смислів, доки казкове поле не підміняє реальний світ і не перетворюється на псевдонауку, тобто на мертвий міф. Якщо ж такі міфологічні трак-

тування починають розглядатися серйозно, вони можуть ставати потужним маніпулятивним зряддям, особливо коли давні смисл-цінності ставляться на службу зовнішнім цілям. Наприклад, міф про великих арійців став для Третього рейху художньо-смысловим підґрунтям для поширення і виправдання фашистської ідеології.

Внутрішній розвиток класичного міфу було розглянуто крізь призму смыслових трансформацій смисл-цінність – смисл-оцінка – значення. У результаті цих трансформацій живий міф перетворюється на мертвий, а художній образ вихолощується до знака. Якщо звернутися до розвитку суб'єктивних репрезентацій взагалі, то тут немає підстав говорити, що він обов'язково має відбуватися саме таким чином. Теоретичний аналіз дає змогу лише констатувати, що смисл може втілюватися в художньому образі, невідрефлексованому значенні або ж у понятті. Відповідно суб'єктивна репрезентація може набувати таких форм, як живий міф, мистецтво та релігія (якщо смисл утілено в образі), мертвий міф (якщо смисл утілено в значенні) і логічно обґрунтоване знання (якщо смисл утілено в понятті). Тобто в загальному вигляді мертвий міф не обов'язково є наслідком розвитку міфу живого. Значення, що не стало поняттям, – це втілений у знаці оцінний смисл, який не пройшов рефлексію, а цей останній не обов'язково є результатом перетворень (чи спотворень) смислу-цінності. Насправді в обох випадках ідеться фактично про один і той же смисл, пов'язаний із безпосереднім, невідрефлексованим сприйняттям реальності, який може розгортатися або в площині буттєвої взаємодії зі світом як смисл-цінність, або в площині потребового ставлення до цього світу як смисл-оцінка. Характер розвитку репрезентацій залежить від того, в якому модусі реалізується людське життя – як самоцінність процесу чи як виживання. Відтак становлення мертвого міфу, як це не дивно звучить, може оминати стадію живого міфу: суб'єктивно орієнтоване відображення дійсності ще не означає попереднє художнє її відображення. Та й в архаїчну добу мертвий міф не обов'язково приходить на зміну живому міфу і художня самодостатність епосу там часто-густо мирно співіснує з практичною магією. Але, скажімо, уже протягом елліністичної доби проглядається, як усе більш формальною стає ритуальна практика і як усе більше свого ціннісного змісту втрачає живий міф, переходячи в мистецтво, науку чи релігію. Інший при-

клад умирання міфу – переведення містичного одкровення в догмат як шлях розвитку багатьох релігійних течій та вірувань.

За сучасних умов, коли мистецтво, наука, релігія існують як готові інституціалізовані форми вираження смислів, для живого розгорнутого міфу залишається мало місця. І річ не лише в тім, що у своєму історіогенезі він перетворився на інші системи репрезентацій, а і в тому, що у своєму актуалгенезі смисл розвивається через культурно опосередковані засоби. Адже творча діяльність не лише дає йому змогу виразитися, а й сама його розвиває, використовуючи, зокрема, ті надбання, які вже є в культурі. Складні форми втілення смислу, які раніше вкладалися в розгорнуту міфологічну розповідь, сьогодні найчастіше знаходять своє вираження в мистецькому чи науковому творі або в релігійному служінні. Тобто якщо міф не застигає одразу як мертвий міф, а розвивається й далі, то цей розвиток швидше за все набуватиме вищеназваних інституціалізованих форм. Але живий міф, хоча й переходить у здебільшого редуковані форми, усе ж не щезає, адже спроможність встановлювати непрагматичні відносини з реальністю не втратили й раціональні сучасники. І хоча та самоцінність світу або його невеликої частини, яка відкривається людині в безпосередньому спогляданні, може стати основою мистецтва, науки, філософії або ж релігійного переживання, цей же спосіб світобачення наскрізь пронизує і побутову культуру.

Ціннісно-сміслові інтерпретації дійсності, що стосуються власного життя або зовнішніх подій, індивідуальна життєтворчість, народний фольклор, вписаний у повсякденну діяльність, – усе це різні аспекти сучасного міфу. Але як тільки побутова філософія переходить із ціннісно-сміслового рівня на оцінно-повчальний або як тільки проекти життєтворчості стають застиглими сценаріями, живий міф перетворюється на мертвий. Особливо тонкою є грань між цими явищами, коли йдеться про побутові інтерпретації дійсності. З одного боку, будучи витворами фантазії, вони можуть набувати самоцінності як окраса повсякденності, а з другого – легко перетворюються на міфологеми і, зрештою, стереотипи. Ознаки живого міфу можна знайти також у просторі між грою і забобонами, наприклад у новорічних прикметах і звичаях, які є не просто обрядом, а інструментом створення атмосфери казки й віри в магію свята навіть серед дорослих. Те ж можна сказати і про різні

ворожіння, котрі є здебільшого напівгрою, за допомогою яких ми намагаємось уявний світ майбутнього перенести в реальну ситуацію, доторкнутися до нього в речовому, хоча й умовному, втіленні картярських розкладів, а може, ще й трішки повзаємодіяти з ним, повпливати на нього. Це досить містичний живий міф, який, правда, легко перетворюється на забобон, якщо тільки його сприймати просто як техніку віщування майбутнього.

Відмітною рисою сьогоднішнього міфу є те, що він здебільшого перемістився зі світу природи у світ штучний, що й не дивно, оскільки сучасна людина переважно взаємодіє і встановлює відносини саме з предметами виробництва. Така специфіка життя, звісно, накладає відбиток і на смислове відтворення реальності. Можливо, саме тому найбільш поширеною формою міфу в сучасному світі став дизайн. Цей вид естетичного самовираження цікавий тим, що об'єднує мистецтво з речовим світом: дизайнерська річ є і художнім образом, і об'єктом водночас. Вона, з одного боку, є самоцінним предметом, який несе свій естетський смисл у собі, а з другого боку, включена в сам процес побутового життя, тобто є справжнісіньким міфом.

Іншим різновидом сучасного міфу, до речі, теж пов'язаним з дизайном, є мода. З погляду внутрішніх смислових трансформацій це настільки цікавий феномен, що про нього варто говорити окремо. Зараз же я хочу лише зауважити, що в межах моди людина в одязі чи в макіяжі чи взагалі якось прикрашена, "оформлена" людина є і естетичним образом, і водночас реальним об'єктом. Мода покликана підносити і прикрашати прагматику життя, тому вона також є справжнім міфом.

Мода не єдиний приклад того, як художній образ накладається на реальну людину. Іншим взірцем такого поєднання може бути театральна роль. Але реальна особистість у межах часопростору спектаклю вже підпорядкована художньому образу – умовний план тут переважає над дійсним, тому це вже не чистий міф, а мистецтво. І хоч об'єкт, тобто актор, тілесно і є реальним, його справжня особистість відокремлена від умовного дійства. Та й саме дійство, що відбувається на сцені, матеріальними і смисловими рамками відмежоване від реального життя. Але побутова свідомість не завжди відділяє актора від його ролі, і, мабуть, саме театральна постановка є найближчим до міфу різновидом мистец-

тва. Недарма історія зберегла перехід від міфологічного дійства до театру, закарбувавши його в назвах комедії, трагедії та драми.

Прикладом живого міфу, дуже близького до мистецтва, є танок. Як і в театральній виставі, художній образ тут нерозривно пов'язаний з реальним носієм – людиною, причому на відміну від спектаклю її особистість не залишається за рамками дійства – умовний і реальний плани в даному випадку перебувають у повній гармонії. У танці людина виражає себе, залишаючись собою, тобто образ нерозривно поєднується з об'єктом. Оскільки своїм історичним корінням танець сягає стародавніх ритуальних практик, цей різновид мистецтва-у-житті також пов'язаний з класичним міфом. Перехідною формою, що виражає цей зв'язок, є, наприклад, індійський храмовий танець, котрий являє собою не просто художню форму, а й символічну розповідь про індуїстських богів і героїв. Більш пізні за походженням його варіанти вже набувають світського характеру і повідомляють про особистісні почуття, стосунки тощо. Причому через танець здійснюється водночас і безпосереднє вираження почуттів, і – невідривно від нього – розповідь про ці почуття, тобто символізм індійського танцю має відчутне знакове навантаження.

Формою символічних репрезентацій, яка втілює перехід від образного до суто знакового відображення дійсності, є ієрогліф. З одного боку, він являє собою абсолютно умовне позначення, включене до парадигматичних відносин у межах існуючого мовного тезауруса. З другого боку, він зберігає в собі стилізований образ конкретних об'єктів, що відкривають шлях до розуміння його значеннєвого наповнення. Тобто він водночас може бути і живою метафорою, що репрезентує денотат через конкретику дійсності, і мертвим образом – знаком. Написаний від руки ієрогліф видається справжнім мистецьким витвором, споглядання якого може давати естетичну насолоду. Він містить у собі і відбиток руки майстра, і зображення, що нагадує про конкретику сюжету, і смислове навантаження, яке він відкриває як символ. Це і відокремлений від дійсності самоцінний художній образ, але водночас і прив'язана до цієї дійсності інтерпретація, тобто живий міф. Утім, уніфікований друкований ієрогліф уже повністю втрачає власну самоцінність, перетворюючись лише на умовну абстракцію. У цьому, власне, немає нічого поганого, просто абстрактний знак покликаний слу-

жити іншим цілям – передавати інформацію через узагальнені категорії. Проблеми з'являються лише тоді, коли значеннєве узагальнення повністю не відокремлене від конкретики сприймання ситуативного.

Ієрогліф якраз і показує, що історичний шлях формування значення проходить через відтворення конкретної ситуації. Саме зображення конкретної події чи об'єкта дає можливість здогадатися, що містить у собі зміст знака. Актуалгенез сприйняття значення також прив'язаний до ситуації, до контексту, який і допомагає доопредметити зміст знакового виразу (див. перший розділ). Ідеться про гіпотези, які підтверджуються або спростовуються в процесі спілкування чи отримання інформації. Так само і в онтогенезі індивіда формування його тезауруса відпочатково пов'язане з конкретними об'єктами, представленими в суб'єктивному досвіді. Вище зазначалося, що спочатку для дитини значенням слова слугує суб'єктивна пов'язаність окремих речей, об'єднаних на основі спільного враження. Згодом окремі предмети зв'язуються дитиною вже на основі об'єктивних особливостей, але ці особливості є ще не системними, а конкретно-речовими. І лише при формуванні справжнього поняття для людини відкривається сутнісний зв'язок між об'єктами, на основі якого і виділяється значення.

Але яким чином виділяються ті сутнісні зв'язки, на основі яких формується значеннєва категоризація об'єктів дійсності? Адже якщо значення вводиться не аналітичним шляхом, тобто через строге визначення, а на основі емпіричного досвіду, то дитині (або дорослій людині) потрібно з'ясувати самій, які саме ознаки покладено в основу виділення цього значення. При цьому вона може послуговуватися лише методом індукції: можна виділити спільні ознаки для масиву з n об'єктів, що належать до певної категорії, і потім переносити ці ознаки на інші об'єкти. Але тоді залучення об'єктів до даної категорії завжди матиме лише гіпотетичний характер, і ніколи не буде гарантії, що правило, яке спрацювало для n об'єктів, спрацює на $n+1$ -му об'єкті.

Тобто виділення емпіричних значень завжди спиратиметься на латентну гіпотезу щодо ознак категоризації, яка формується на основі досвіду взаємодії з рядом об'єктів. Фактично це та сама об'єкт-гіпотеза, яка вище ототожнювалася зі смыслом і яка передуює значеннєвій визначеності того чи іншого явища дійсності. Якщо ця

гіпотеза не рефлексується, наприклад унаслідок її постійного емпіричного підтвердження, то смисл, закладений в її основу, перестає відрізнятися від значення як результату ідентифікації та категоризації. А оскільки смисл формується на підґрунті попереднього досвіду взаємодії з певними об'єктами, то елементи цього досвіду стануть складовими значення, тобто суб'єктивно сприймаються як необхідні властивості об'єкта, що належить до певної категорії. Тут ми знову повертаємося до онтологізації феномена як механізму формування мертвого міфу. Тобто наш власний суб'єктивний досвід починає “транлюватися” на зовнішній об'єкт і стає для нас уже невіддільним від нього. І тут справа навіть не в тім, чи є гіпотеза щодо значеннєвої визначеності об'єкта правильною чи неправильною, а в тім, що спосіб виділення об'єкта перестає рефлексуватися і тим самим відрізнятися від самого об'єкта.

Таке “злипання” суб'єктивного смислу, що став значенням, і об'єкта дійсності характерне для побутових репрезентацій. Наукове ж поняття обов'язково передбачає наявність рефлексії щодо способів його імплементації, тобто базується на попередньому визначенні. У цьому випадку об'єкт і предмет – той ракурс дослідження, який виділяється в об'єкті, – ґносеологічно розрізняються.

Вважають, що в понятті фіксуються так звані сутнісні властивості об'єкта чи явища на противагу тому ж емпірично виведеному значенню, до якого може “прилипнути” будь-яка ознака об'єкта, що в цьому досвіді трапляється регулярно [Вьготский, 1982; Давыдов, 1972]. Адже регулярність може бути випадковою, пов'язаною із суб'єктивним фактором, а не справді онтологічною властивістю речі. Наука ж претендує на онтологію. Відтак у межах суто наукового мислення з'являється думка, що наукове поняття, яке базується на не випадкових властивостях речей, вказує на справжнє, тобто дійсне визначення речі. І якщо наука як методологія відокремлює предмет від об'єкта, то як інститут вона представляє відкрите нею як реальність, тобто знову змішує предмет і об'єкт.

Але аналітичним, тобто дедуктивно виведеним, може бути лише теоретичне поняття. Емпіричне ж поняття, навіть і наукове, завжди буде синтетичним, оскільки, окрім визначення, завжди міститиме явну чи неявну апеляцію до досвіду. Наприклад, звичайна домашня кішка в ліннеївській класифікації буде називатися *Felis*

catus. За формою це класичний дедуктивний спосіб визначення об'єкта, який розглядається як такий, що належить до певної категорії: рід – Felis, вид – catus. Але насправді для того, щоб ідентифікувати catus серед цілої родини кошачих, слід наперед мати як взірець хоча б одну кішку, на основі якої можна виділити суттєві з погляду науки відмітні риси – морфологію або ж генетичний код, тобто спочатку треба мати досвід взаємодії з кішками.

Навіть для розуміння абстрактно побудованих теоретичних концептів, визначення яких задається через родову належність і відмітні риси, ми маємо принаймні точно уявляти, що являє собою загальний клас об'єктів. Звісно, цей клас також може бути заданий дедуктивним способом, але, йдучи від конкретного до все більш загального, ми рано чи пізно упрёмось у якийсь далі невитлумачуваний предмет, як, наприклад, пряма чи простір у математиці. Тобто будь-яка логічна побудова закінчиться просто інтуїтивною очевидністю щодо певних зрізів реальності. І в першу чергу це стосується самого предмета, який досліджує та чи інша наука. Так, біологія вивчає живе, не зважаючи на те, наскільки вичерпним і адекватним є наукове визначення того, що є власне живим. Та й адекватність визначень буде перевірятися їхньою спроможністю описати досвід, тобто є вторинною щодо нього.

Таким чином, наукове визначення передбачає наявність попередніх уявлень про предметну сферу, щодо якої воно висловлюється. Воно спроможне строго класифікувати реальність, але ніколи не вичерпує її у своїх дефініціях. Просто понятійна сітка накидається на емпіричне поле, але тотальність останнього не є співмірною з її можливостями. Адже коли ми визначаємо об'єкт на основі відмітних рис, зокрема за тим же дедуктивним методом, це буде в певному сенсі негативне визначення як відсікання від загального класу об'єктів даного виду за деяким критерієм. Але представити об'єкт у всій множині його властивостей, тобто дати його вичерпне позитивне визначення, у такий спосіб неможливо. Тому об'єкт не вичерпується тією ідентифікацією, що фіксована в понятті, і не дорівнює науковому предмету.

Стосовно амбіцій науки, що вона визначає *сутнісні* характеристики об'єкта, здійснюючи на їх основі понятійну категоризацію, то вони є доволі проблематичними з огляду на цілковиту умовність того, що, власне, є “сутнісним”. Наскільки сутнісним для вас є те,

чи ваша кицька – *Felis catus* чи *Felis silvestris catus*? А що є сутнісним для ідентифікації людини – її генетичний код чи її характер? Ідеться про зовсім різні площини визначення, і залежно від тієї точки зору, з якої робиться запит, буде змінюватися і “сутнісність”. І тут справа не в гуманітарній чи природничій парадигмі. Навіть у межах суто фізикалістського дослідження сутнісність наукового визначення виявляється доволі проблемною. Звернімося до відомої фізичної задачі: “Як за допомогою вольтметра та секундоміра обчислити висоту будинку?”. Якщо звернутися до дефініції вольтметра, то можна дізнатися, що це прилад для визначення напруги електричного струму. Застосування вольтметра для вимірювання кількості вольтів є з погляду фізики справді його не випадковою, ситуативною ознакою, а визначальною, тобто “сутнісною” рисою. Однак замірювання напруги мало годяться для обчислення висоти. Утім, задача вирішується досить легко – треба лише скинути вольтметр з будинку і заміряти час його падіння на поверхню землі за допомогою секундоміра, далі відстань обчислюється однією дією. Для вирішення цієї задачі сутнісним щодо вольтметра виявляється те, що він є матеріальним об’єктом з розмірами, значно меншими від висоти будинку. Просто це задача “не за правилами”. Але правило – це якраз і є те, що виражає умовність. Як тільки це забувається, певне визначення об’єкта починає претендувати на вираження сутності, природи об’єкта. Тоді виникає ілюзія, що об’єкт нібито повністю виражається своєю дефініцією.

Отже, для знаково опосередкованих репрезентацій дійсності чи то у вигляді побутового значення, чи то у вигляді наукового поняття спостерігається тенденція до змішування предмета – того, що виражається, – і об’єкта – елемента дійсності. Просто у випадку наукового визначення предмет виділяється на основі об’єктивних властивостей дійсності. Але навіть об’єктивний спосіб категоризації не є абсолютним – це лише один з можливих об’єктивних способів тлумачення реальності. Те визначення, яке ми вкладаємо в об’єкт, відносячи його до того чи іншого поняття, детермінується тими зв’язками, у які ми даний об’єкт включаємо і щодо яких він наділяється (можливо, цілком об’єктивно) тими чи іншими характеристиками. Це значить, що категоризація передбачає наявність певної парадигми – того зрізу реальності, у межах

якого здійснюється понятійна дефініція. І вибір парадигми вже не детермінується об'єктивними властивостями дійсності, тобто є довільним. Ми можемо розглядати різні зрізи, різні аспекти реальності й отримувати різні предмети для одного й того самого об'єкта. Поняття є об'єктивним у сенсі виділення ознак для категоризації того чи іншого явища дійсності, але водночас суб'єктивним у сенсі довільного вибору парадигми для здійснення цієї категоризації. І дуже важливо пам'ятати про цей суб'єктивний аспект існування поняття, який означає, що це не дійсність видає на-гора систему категорій, що ця система є нашим власним інструментом для витлумачення дійсності і не лежить десь поза суб'єктом.

Сказане ще не означає переходу до суб'єктивного іdealізму, оскільки тут не йдеться про те, що категорії взагалі не мають стосунку до дійсності чи не відображають справді реальних зв'язків між об'єктами. Для мене лише важливо підкреслити, що предмет, відображений у понятті, не тотожний об'єкту, але має тенденцію до ототожнення з ним у нашій свідомості. Цьому ототожненню сприяє сам дефінітивний характер інтерпретації дійсності, тобто визначення речі через категорію. “Це стіл – за ним їдять, це стілець – на ньому сидять” – знайомство з цією чи іншою річчю відбувається через її віднесення до того чи іншого значення, тобто відпочатково для дитини річ уже є значенням. Побутова свідомість категоризує об'єкти відповідно до практичної логіки організації взаємодії з дійсністю. Потім індивідуальний досвід зазвичай підтверджує цю логіку, оскільки взаємодія з об'єктом будується саме на її основі. Таким чином досвід підтверджує ту понятійну організацію, що мала його обслуговувати, і в індивідуальній свідомості з'являється не так багато нагод для відлучення об'єкта від предмета, тобто значення. Але не менше спокус для їх ототожнення має і наука, оскільки саме вона в нашій культурі задає “правильне” тлумачення речей і саме її категоризація відтворює “справжню” реальність. Відтак і в побутових, і навіть у наукових інтерпретаціях дійсності предмет і об'єкт, або, іншими словами, значення і денотат часто не розрізняються.

Тут ми повертаємося до теорії Фреге і його семантичного трикутника, але трохи з іншого боку – не через аналіз змісту знака, тобто семантику, а через аналіз суб'єктивної категоризації дійсності, тобто когнітивну психологію. Та суть залишається тією

самою – спосіб значеннєво-понятійного визначення об'єкта не тожний самому об'єкту. І як тільки суб'єктивний аспект цього визначення (який ідентифікувався як смисл) перестає рефлексуватися, значення починає сприйматися як дещо об'єктивно існуюче і зливається з об'єктом. Так з'являється мертвий міф – продукт отожднення суб'єктивних інтерпретацій дійсності і самої дійсності.

Уже зазначалося, що суб'єктивний спосіб виділення об'єкта, фіксований у значенні, – його смисл – зазвичай відповідає соціальному способу взаємодії з цим об'єктом, адже значення є соціальним продуктом. Тому цілком зрозуміло, що значення фіксує місце об'єкта в суспільній свідомості як узагальнених стосунках цього соціуму зі світом, опосередкованих системою знаків. Тому, якщо, за висловом Леонтьєва, “смисл є значенням для мене”, то саме значення – це “об'єкт для соціуму”, тобто воно містить у собі “соціальну суб'єктивність”. Це особливо добре видно в тому випадку, коли об'єкт займає помітне місце в структурі соціальних відносин, наприклад належить до списку видатних постатей даної культури. Тоді ціннісний аспект, закладений у смислі (а у випадку з мертвим міфом це буде оцінний аспект) набуває особливої значущості, денотативні ж риси відходять на другий план: об'єкт відтепер бачиться крізь призму певного ставлення і його справжні, об'єктні риси стають лише блідим тлом для демонстрації типізованих якостей. Наголос на суб'єктивному аспекті у функціонуванні значення послаблює фіксацію уваги на необхідності об'єктивації. Так, Че Гевара сприймається лише як самовідданий безкомпромісний герой революції (а заодно і красень-мужчина); Мерилін Монро – як утілення сексапільної жіночності; Олександр Сергійович Пушкін, за висловом відомого російського журналіста, – узагалі “наше все”; в Україні ж таким аналогом є не менш міфологізована постать Тараса Григоровича Шевченка. Перелічені особи (як і багато інших) перетворюються на заручників тих властивостей, через які вони традиційно розглядаються в культурі. Ставлення до цих людей у межах соціуму стає важливішим, ніж їхні справжні особистісні риси. Вони важливі не як люди, а як приклади, інциденти; феномен тут повністю замінює онтичну, справжню природу явища. Такі люди більше не належать собі: так, товариш Че – це назавжди обличчя з плаката, Тарас Григорович традиційно похмуро поглядає на нащадків, а Ленін з

уцілілих монументів усе ще “дороговказує” у світле майбутнє. Справа їхніх рук також відходить на другий план. Небагато сучасних прихильників вічно модного Гевари вболівають за справу кубинської революції, а для того щоб бути зарахованим до інтелігентних людей, не обов’язково насолоджуватися музикою Моцарта чи перейматися поезією Шевченка – достатньо лише знати ставлення до цих людей у культурі.

Таке завчене ставлення без інтересу до самого об’єкта призводить до появи таких феноменів, як симулякри, чи симуляції, які, на думку Ж. Бодріяра, захоплюють усе більше місця серед сучасних репрезентацій [Бодріяр, 2004]. Об’єкт може залишатися невідомим або взагалі не існувати, а проте займати певне місце в суспільній свідомості, якщо лише ілюзія в якомусь плані виявиться ціннішою за дійсність. Ілюзія, що видає себе за дійсність, дублюючи її, і є симуляцією, а мертвий міф, який не відрізняє суб’єктивне від об’єктивного, а відтак часто підмінює одне іншим, є безпребійним її постачальником.

Але міфологізована постать не обов’язково стає мертвим міфом; іноді художня цінність її історії в народній або авторській обробці вивищує її до справжнього живого міфу (хоча грань між цими явищами є неабсолютною і часто доволі рухливою). Так, драма про Моцарта і Сальєрі, уже незважаючи на справжні факти, стає самоцінним художнім відтворенням теми генія і посередності; повстання Спартака, будучи, здавалося б, заялженим прикладом, усе ще може сколихнути живі цінності боротьби за свободу, а подвиг Олександра Матросова попри заідеологізованість подачі й досі спроможний запалювати серця прикладом самопожертви.

До речі, розтиражованість прикладу прискорює вмирання міфу, так само як заялженість убиває метафору. Тоді художня сила образу може не впоратися з типізацією певної історії або персони. У цьому випадку можливі два варіанти розвитку процесів смислових трансформацій. Якщо ціннісно-культурне навантаження, що стоїть за даною особою, порівняно невелике, то вона стає символом або алегорією певної ситуації. Так, Герострат став персоніфікованим символом руйнівного самоствердження і вандалізму. Ім’я героя в такому випадку найчастіше вживають у переносному значенні, і дійсність, тобто конкретна особистість, тут не сплутується з образом (який звужується майже до умовного зна-

ка), а залишається ніби за кадром. Згодом ця особа взагалі губиться в нетрях історії, довіривши їй лише своє ім'я (як це, наприклад, зробив афінський ремісник Керамік), яке надалі із власного перетворюється на загальне.

Менше пощастило тим постатям, яким належить чільне місце в культурній спадщині. Адже завчити готове ставлення до таких особистостей набагато легше, ніж освоїти плоди їхньої діяльності. Відтак оцінна позиція щодо них дуже часто заступає собою реальне переживання подій чи творів, і мертвий міф тут розгортається в усіх своїх виявах. Цьому сприяє і той факт, що ознайомлення дитини з культовими посталями відбувається зазвичай у тому віці, коли вона ще неспроможна по-справжньому осягнути плоди їхньої діяльності і творчості. Тому спочатку засвоюється загальне ставлення як до видатних особистостей, так і до їхньої діяльності, а вже потім (можливо) відбувається справжнє, повнокровне заглиблення у творчий доробок чи історичну спадщину. Але жива, індивідуальна оцінка твору чи події може не збігатися із загальним настановленням. Тому значно простіше, у тому числі під кутом зору соціального схвалення, завчити вже готове “правильне” ставлення до людей чи речей, ніж напрацьовувати власне, і тому дуже часто саме так і трапляється.

Це стосується не лише процесу ознайомлення з видатними історичними посталями. Адже більшість природних об'єктів, соціальних явищ, історичних подій для нас відкриваються не завдяки безпосередньому досвіду, а соціально опосередковано, через залучення до культурної традиції. Дитина ж ознайомлюється з нею лише поступово. Що менш складними є когнітивна сфера та індивідуальний досвід того, хто сприймає, то меншою категоріальною складністю буде характеризуватися образ сприйнятого об'єкта чи явища. Тому цілком зрозуміло, що початкове бачення складних феноменів може бути доволі спрощеним, іноді воно взагалі зводиться до узагальненого оцінного ставлення. Адже репрезентації різних явищ, що існують у соціальному досвіді, дуже часто насичені такими ставленнями. Більше того, суб'єктивне сприйняття дійсності тут часто не відрефлексоване щодо об'єктивних даних, та й можливість об'єктивації, особливо в гуманітарній сфері, іноді є методологічно проблемною процедурою. Тому цілком зрозуміло, що дитина в процесі соціалізації часто

засвоює спрощену і суб'єктивно-оцінну репрезентацію об'єктів та явищ і навіть не відчуває потреби в об'єктивації отриманих знань, оскільки вони йдуть від “значущого Іншого” і є загальноприйнятими в певному середовищі. Для того щоб здійснювати об'єктивацію, треба напрацювати рефлексивні механізми і зокрема критичність у сприйманні інформації, а крім того, зберегти природну цікавість до навколишньої дійсності. Оскільки це вдається не завжди, дуже багато чого в суб'єктивних репрезентаціях існує на рівні спрощеного, почасти оцінного сприйняття дійсності, тобто стереотипів. У їх закріпленні значну роль відіграє та ж соціальна конформність, яка вимагає від дитини засвоєння суспільно прийнятного уніфікованого ставлення до суспільно значущих подій, явищ, особистостей, коли для вироблення власної позиції у неї немає ані повного обсягу потрібних даних, ані когнітивних можливостей їх проаналізувати. Таким чином людина може навчитися оперувати поняттями та категоріями, що не пройшли об'єктивації, але є прийнятними з погляду соціальної взаємодії. У цій позиції “перемоги комунікації над об'єктивацією” суспільний дискурс відбувається ніби поза об'єктивним полем. Таку парадоксальну незалежність дискурсу від об'єкта вперше зафіксували (і частково абсолютизували) структуралісти [Фуко, 1996].

Не лише конформність, а й комунікативна конвенціональність сприяє переходу від живого міфу до мертвого. Живий міф – це зовнішнє вираження суб'єктивного осягнення дійсності. Незважаючи на важливість індивідуальної складової цього осягнення та її інтимної сутності, воно може бути цінним не лише для суб'єкта – свого автора, а й для соціуму. Найбільш адекватним засобом передачі таких індивідуальних суб'єктивних смислів іншим є образ. Але образні засоби не завжди сприймаються адекватно – замість безпосереднього переживання смислової реальності вони можуть розумітися буквально – як бездушна інформація. Крім того, інтерпретація образу не є уніфікованою, тому спричиняє явні труднощі, якщо соціум намагається створити спільну позицію стосовно щойно відкритого знання. Прикладом може бути створення єдиного віровчення на основі істин, трансльованих Учителями та Пророками. Адже трансцендентне знання не вкладається в понятійні схеми [Кант, 2007б], а саме вони слугують у соціумі для передавання досвіду і знань. Тут комунікація заради конвенціо-

нальності підпорядковує собі ту безпосередність переживання, яку спроможний дати образ. Згадаймо в цьому контексті теорію С. Московічі [Московичи, 1995]. На його думку, соціальні репрезентації, які за допомогою символічного опосередкування закарбовуються в побутовій свідомості, спрямовані передусім на те, щоб зробити дивне звичним, соціально доступним і тим самим ввести його в спільне комунікативне поле.

Крім того, вироблення соціумом єдиної позиції сприяє його консолідації, а часто-густо є для нього і питанням виживання, особливо у ворожому середовищі. Та й для існування суспільства навіть за безпечних умов потрібне вироблення єдиної соціальної системи цінностей, яка регламентувала б співіснування громадян і служила базою як для формально, так і для неформально впорядкованих відносин. Тому засвоєння індивідом готового ставлення до тих чи інших речей видається необхідною складовою існування суспільства як цілого, а відтак підтримується і заохочується соціумом. Тут передусім ідеться про те, що вважається поганим, а що – хорошим, що є значущим, а що – ні, яка реакція на ті чи інші явища розглядається як позитивна, а яка – як негативна тощо.

Уявіть собі, що у мене в руках глиняний виріб. Мені відомо, що це антична ваза. Знання про античність можуть допомогти мені побачити красу і майстерність, утілені в цьому предметі. А можливо, я буду сприймати його лише як артефакт двохтисячолітньої давності, і саме в цьому ракурсі він становитиме для мене цінність: не сам по собі, а як утілення певної історії. Більшість соціалізованих об'єктів (не обов'язково штучно виготовлених) сприймаються нами крізь призму зафіксованих до них підходів – це об'єкт плюс певна культурна традиція. Ми сприймаємо не просто об'єкти, а об'єкти-в-контексті, об'єкти-в-історії. Історія задає той смисл, яким ми навантажуюмо об'єкт, і якщо смисл не пов'язаний з об'єктом самим по собі, а є зовнішнім щодо нього, як додаткова вартість, то він перетворює об'єкт на мертвий міф. Розгорнута історія створює цей міф, формуючи “належне” ставлення до об'єкта, яке потім, уже у згорнутому вигляді, стає частиною його образу, смисловим навантаженням значення. Культура, як соціальне надбання, вчить нас і відкривати справжні смисли об'єктів, і водночас готує до наперед заданого фіксованого ставлення до них, будучи і джерелом розвитку, і джерелом маніпуляцій одночасно.

Типовим прикладом формування суспільством оцінного ставлення до різних об'єктів є дитячі історії – казки, мультфільми, художнє кіно тощо. Герой, який має подавати правильний приклад, завжди гарний собою, завжди викликає в глядачів симпатію та співчуття; це образ, який створює непереборне бажання ідентифікуватися з ним. Наприклад, у радянському кіно герої революції здебільшого були красенями або добряками, а поганці білі, ясна річ, викликали відразу. Тобто різні параметри характеристики героїв “злипалися” в один, максимально спрощуючи ситуацію. Та і в незаідеологізованому суспільстві дитячі казки завжди дають уявлення про добро і зло, про соціальні норми та очікування на конкретних прикладах, які легко сприймаються і засвоюються. Згодом у свідомості дитини конкретика прикладу зникає, а сформоване до певної категорії об'єктів ставлення залишається.

Свого часу в роботі, що стосувалася не педагогічної, а рекламної діяльності, було показано, як викликане художнім образом враження може некритично транслюватися на реальний об'єкт [Жовтянська, 2000; Жовтянская, 2002]. Тут має місце так званий механізм смислового перенесення. Художній образ створює певне переживання, складне оцінне ставлення, яке входить до змісту суб'єктивних смислів, пов'язаних із цим образом. Це фіксоване у вигляді смислу враження може бути самостійним елементом індивідуального досвіду, поза зверненням до того матеріалу, на якому воно було сформоване. Потім таке враження транслюється на інший об'єкт, стаючи елементом його суб'єктивного образу. Тобто тут смисл становить основу для формування суб'єктивних репрезентацій, причому без рефлексії щодо їх походження. Це і є, як уже зазначалося, механізмом формування мертвого міфу.

Може виникнути запитання, чи можна розглядати дію повчальної дитячої казки в різних формах її втілення як своєрідну пропаганду чи навіть маніпуляцію, яка обов'язково породжує мертвий міф – уявлення про дійсність, сформоване на основі нерефлексованого досвіду і суб'єктивних вражень? Вище йшлося про дуже хитку і майже прозору грань, яка відділяє художній витвір від соціального замовлення в “дорослому” мистецтві. І той, й інший зразок може справляти на глядача враження та викликати емоції, але один спроможний породжувати справжній катарсис, другий же не змінює ані глядача, ані його цінності, а лише його оцінки, наго-

роджуючи відповідними емоціями “хороше” і “погане” (або “хороших” і “поганих”). Ще менш тонкою є грань, що відділяє розвивальний вплив дитячої казки від впливу соціально-конформістського. Але все-таки одна справа, коли твір навчає дитину широко співпереживати іншому, інша – коли він формує готове ставлення до певних речей. Зрозуміло, що останнє посідає значуще місце у вихованні як необхідна умова суспільно адекватної (в сенсі суспільно очікуваної) поведінки індивіда, оскільки є передумовою формування в нього соціальних норм. Просто розглянутий метод їх упровадження передбачає засвоєння дитиною оцінних суджень без рефлексії того, чому саме певні об’єкти чи певна поведінка їх заслуговують. Сформовані в такий спосіб уявлення надалі входять у суб’єктивний образ світу людини як деяка самоочевидність, безумовність, тобто стають тим, що було названо мертвим міфом.

Описаний вище механізм дуже нагадує процес формування соціальних стереотипів. Ідеться про те, що без належної рефлексії певний частковий суб’єктивний досвід взаємодії з об’єктом не відокремлюється у свідомості індивіда від самого об’єкта. Будь-які ситуативні чи поверхові властивості, емоційні враження та оцінки сприймаються при цьому як характеристики того пласта дійсності, з яким стикається індивід. Якщо отриманий суб’єктивний образ відповідає соціальним очікуванням (наприклад, суб’єктивне відображення представників іншого етносу узгоджується з актуальним на той час для суспільства “образом ворога”), сприяє консолідації суспільства або просто час від часу підтверджується досвідом, то він закріплюється в масовій свідомості. Зрозуміло, що сформований у такий спосіб образ лише частково відповідає об’єктивним реаліям; він може бути упередженим, навантаженим оцінними характеристиками, тобто хибує на всі вади, притаманні соціальному стереотипові. Але, стаючи елементом суспільної свідомості, такий образ набуває додаткових систем захисту від критичності, оскільки загально визнане часто сприймається як об’єктивне, тобто тут протиставлення соціальне-суб’єктивне підміняє протиставлення соціальне-індивідуальне. Наприклад, радянська психологія, базуючись на марксистській методології, розглядала значення як елемент об’єктивної репрезентації дійсності саме з огляду на їх соціальну загальноживаність [А. Н. Леонтьев, 1975; 1981].

Не так складно помітити, що психологічний механізм формування стереотипу повністю повторює психологічний механізм формування мертвого міфу в тій частині, яка стосується становлення системи інтерпретації дійсності (див. вище). В обох випадках ідеться про те, що без належної рефлексії процес тлумачення дійсності не відокремлюється від його результату, суб'єктивний досвід при цьому не відмежовується від об'єктивної реальності. Простіше кажучи, соціальний стереотип є частковим випадком мертвого міфу.

Якщо соціальний стереотип стосується тих феноменів, що пов'язані з процесами когнітивної інтерпретації, то інший прояв мертвого міфу – значення як невідрефлексований смисл – пов'язаний з процесами категоризації дійсності. Вище зазначалося, що і ті, й інші процеси тісно пов'язані одні з одними. Зауважувалося і те, що значення перетворюється на мертвий міф тоді, коли суб'єктивний процес виділення об'єкта не відокремлюється від самого об'єкта. Тоді в суб'єктивному сприйнятті об'єкт зводиться до тих особливостей, на основі яких він стає предметом категоризації, – це вже об'єкт-у-властивостях, а не об'єкт-сам-по-собі. Те, яке місце він займає у світі і на яке ставлення заслуговує, уже зафіксовано в його значенні; відтепер він має лише інструментальну, опосередковану значущість і не викликає інтересу як самостійна цінність. Власне, це й передбачає процес категоризації, коли “рішення вже фактично підготовлене віднесенням стимульного об'єкта до певної категорії” [Шмелев, 1983, с. 19]. Відтак значення визначеність об'єкта вже таїть у собі в згорнутому вигляді інструкцію щодо способу взаємодії з ним: “за столом їдять, на стільці сидять”, – кажуть нам дитячі приклади, – а інакше, вони пояснюють, що таке стілець і стіл. “У розвиненій мові, яка є системою кодів, слово не лише виокремлює ознаку і не тільки узагальнює річ, відносячи її до певної категорії, воно виконує автоматичну і непомітну для людини роботу з аналізу предмета, передаючи їй досвід поколінь, який склався щодо цього предмета в історії суспільства” [Лурия, 1998, с. 48].

Це є той самий комплекс “влада – знання”, про який писав Фуко [Фуко, 1999]. Значення репрезентація дійсності вже є приписом і передумовою до певної поведінки, а також способом її підкорення та впорядкування. Така латентна влада над поведінкою,

прихована у значенні, має просте психологічне підґрунтя, пов'язане з поняттям настановлення, або атитюда. Вона стала цілком наочною після досліджень із використанням методу семантичного диференціала. Спочатку Осгуд показав, що в змісті значення завжди містяться параметри оцінювання об'єкта, пов'язані не з його об'єктивними властивостями, а із суб'єктивним баченням цього об'єкта [Osgood, 1953]. Ці шкали є майже інваріантними для різних денотатів, тобто вони не залежать від предметної сфери – специфіки об'єкта, залишаючись до нього байдужими. Неспецифічні параметри оцінювання, отримані на основі семантичного диференціала, були зіставлені з поняттям атитюда, під яким в американській психології розуміли, зокрема, ставлення, наявне в існуючій думці про певний об'єкт (власне, “атитюд” і перекладається як “ставлення”) [The Handbook of Social Psychology, 1969]. Відкрита Осгудом неявна оцінка, що міститься в значенні, – це фактично верифіковане “значення для мене” в розумінні Леонтьєва, тобто усе той же смисл, який, відповідно, також може бути розглянутий крізь призму поняття атитюда.

За іншою традицією, що йде від Г. Оллпорта, вважають, що атитюд, по-перше, сформований на основі попереднього досвіду, а по-друге, спроможний організувати майбутню поведінку відповідно до цього досвіду, будучи латентною передумовою для суджень та вчинків [там само]. Цілком у межах цього підходу М. Шеріф та Х. Кентріл визначають даний феномен як “фрейм відсилок”, що забезпечує сприймання нових стимулів на основі шкали, сформованої вже наявним досвідом взаємодії з такими або інакшими стимулами [Sherif, Cantril, 1945; 1946]. Це трактування атитюда дуже нагадує зміст поняття настановлення, як воно було впроваджене Д. Узнадзе [Узнадзе, 1966]. Відомий грузинський психолог також акцентував увагу на важливості попереднього досвіду, який, власне, і формує настановлення як таке; сформоване ж настановлення проявляється в налаштованості на сприйняття певних стимулів або здійсненні певної поведінки. При цьому Узнадзе експериментально доводив, що вплив настановлення здійснюється поза межами об'єктивації, тобто є неусвідомлюваним.

Та чи можуть виконувати цю функцію атитюдів, а саме підготовку до сприймання нових об'єктів на основі актуалізованого досвіду, згадувані вище латентні семантичні оцінки? Для нас це

важливо, оскільки останні можна розглядати як емпіричний корелят смислової репрезентації дійсності. Дані експерименту з “беззмістовними” рекламними повідомленнями, який побіжно згадувався вище, доводять, що осгудівські конотативні характеристики і справді можуть виконувати функцію настановлень. Щоб зробити це наочним, розгляньмо стисло процедуру експерименту.

Випробуваням пропонувалося розглянути роздані зображення (картинки), які містили рекламу різних парфумів, цигарок і лікерів, та визначити, які властивості, на їхню думку, повинні мати рекламовані об’єкти. Специфіка полягала в тому, що запропоновані зображення містили лише відсторонені художні образи і не мали жодної змістової інформації про згадані в них товари. В експерименті брали участь лише особи, у яких не було досвіду контактування з рекламованими об’єктами. А проте після ознайомлення з беззмістовною рекламою випробувані з легкістю атрибутували невідомим для них товарам ті чи інші характеристики, а потім оцінювали ступінь їх вираженості. Яким же чином вони це робили?

Після проведення процедури семантичного диференціала і виділення конотативних шкал було виявлено, що оцінки саме за цими шкалами переносяться з реклами на рекламований товар, а вже потім розгортаються через набір характеристик, специфічний для кожного виду товарів. Тобто спочатку з реклами на товар переноситься загальне неспецифічне враження, яке далі стає підґрунтям для атрибутування товарів тих чи інших специфічних якостей (наприклад, рекламований одеколон на основі вдалого рекламного образу сприймається як сексуальний, дорогий, ароматний тощо).

Отримані результати доводять, що конотативні оцінки стають елементом суб’єктивного досвіду і підґрунтям для формування очікувань щодо тих чи інших властивостей ще невідомих об’єктів, а отже, вони справді виконують функцію атитюдів. Більше того, формування очікувань у межах даного експерименту відбувалося без опертя на об’єктивні дані (реклама, що слугувала базою для формування очікувань, таких даних не містила), тобто поза межами об’єктивації. Це дає підстави, аби до певної міри ототожнити конотативні оцінки, – а отже, і смисли, – не лише з атитюдом, а й з настановленням у розумінні Узнадзе.

Тоді приховану владу значень над індивідами можна пояснити через базові психологічні конструкти, адже настановлення

традиційно розглядаються як незримий чинник впливу на поведінку та організацію взаємодії індивіда з навколишніми об'єктами. Крім того, ототожнення нерефлексованих суб'єктивних смислів у структурі значення з цими конструктами дозволяє говорити про мертвий міф як зовнішній прояв і відтворення у системі знакових репрезентацій дійсності атитюдів та настановлень.

Проведений теоретичний аналіз свідчить про наявність внутрішнього зв'язку між поняттями міфу і стереотипу, а також міфу і атитюда. Умовно можна сказати, що зв'язок міфу і стереотипу проявляється у сфері інтерпретацій дійсності, а зв'язок міфу і атитюда – у сфері її значеннєвої категоризації, хоча ці процеси є тісно пов'язаними і взаємообумовленими. Так, стереотипна інтерпретація об'єктів та явищ визначає віднесення об'єктів дійсності до тієї чи іншої категорії, а створена на основі атитюда значеннєва категорія містить згорнуту інтерпретацію того денотату, що стоїть за значенням. Та, в кінцевому підсумку, глибинна близькість стереотипу, атитюда і міфу зумовлена тим, що смисл як суб'єктивний аспект сприймання дійсності може являти собою вмістилище індивідуального, а завдяки знаковому опосередкуванню – і соціального досвіду та бути основою для формування на основі цього досвіду репрезентацій, у яких без опосередкування рефлексією суб'єктивне не відокремлюється від об'єктивної дійсності.

У видаванні суб'єктивного за об'єктивне криється головна підкорювальна і маніпулятивна сила значеннєвих репрезентацій, і це є узагальнений варіант імітації історії під природу, на що вказував Барт. Але в основі такої підміни лежать не перипетії між значенням і знаком у первинній чи вторинній семіологічних системах, а перипетії між значенням і смислом. Усі приклади міфів у Барта ґрунтуються на протиріччях між тим, про що людина думає, сприймаючи повідомлення, і тим, що це повідомлення формально містить. Те, про що ми можемо думати, зчитуючи повідомлення, – не первісна семіологічна система, що складається з образів та інших псевдознаків, як її представляв відомий лінгвіст, а смисл – суб'єктивний аспект репрезентацій. Просто Барт у своїх поясненнях виходив з наявності “об'єктивної”, тобто зовнішньої щодо суб'єкта, структури, для чого і був змушений розширити межі семіології до зовсім не знакових за свою природою об'єктів,

замість того щоб побачити причини інтерпретативних маніпуляцій у психологічних механізмах. Саме діалектичне протиставлення та єдність між суб'єктивним смислом і зовні "об'єктивним" значенням дають можливість підмінити природу історією, тобто суб'єктивною інтерпретацією речей. Ця можливість криється в самій природі значення, яке без відповідної рефлексії має тенденцію заміщати собою денотат, приховуючи при цьому своє суб'єктивне смислове навантаження. Будь-яке значення, що не стало поняттям, уже є своєрідною маніпуляцією. Та, залишивши осторонь дріб'язкові причіпки до Барта, хочу зауважити, що саме структуралісти як ніхто інший ясно побачили цю приховану силу дискурсу – неформальний аспект функціонування знака, що утверджує свою владу над суб'єктом.

Утім, те, що значення містить у собі суб'єктивний смисл, який емпірично виражається через конотативні характеристики об'єкта, ще не значить, що саме ці характеристики обов'язково стають основою для категоризації цього об'єкта в межах значення. Категоризація може здійснюватися і на основі об'єктивних властивостей, як це, наприклад, відбувається у випадку формування наукового поняття. Але як би там не було, характеристики об'єкта, що лежать в основі категоризації, – це завжди його особливості серед деяких інших об'єктів, тобто серед певної парадигми. Вони є не абсолютними, а умовними. Саме парадигма визначає, які властивості об'єкта значущі, а які – ні. Тому включення об'єкта до тієї чи іншої парадигмальної схеми, тобто різні його семантичні інтерпретації, задають і різні схеми взаємодії з цим об'єктом, а відтак є типовим засобом маніпуляції.

Поки парадигмальне поле, до якого включений об'єкт, усвідомлюється, усвідомлюються і ті риси, завдяки яким він був категоризованим саме таким чином. У цьому випадку предмет не зливається з об'єктом, а значення функціонує на рівні поняття. Але іноді значеннєве поле парадигми втрачає свою умовність. Тут можна пригадати приклад, наведений Виготським [Выготский, 1982]: коли двоє спілкуються про заздалегідь відомий предмет і коли має місце спільність їхньої апперцепції щодо цього предмета, то його назва проговорюється рідко. Це випадок так званої предикативної мови: предмет є чимось "само-собойним" і увага зміщується на предикат. Так само, якщо парадигма є наперед зада-

ною, то для визначення об'єкта достатньо вказати на його відмітні риси в межах цієї парадигми. Але якщо парадигма втрачає умовність і стає “само-собойною”, абсолютною, тобто інваріантною, то відмітні риси об'єкта абсолютизуються і сприймаються вже не як відносні, а як безумовні його характеристики. Вони тепер повністю визначають об'єкт, і значення таким чином зливається з денотатом.

Парадигмальне поле – та предметна сфера, у межах якої категоризується, тобто означається, деякий об'єкт, – може бути порівняне з полем гри. Визначення об'єкта в межах ігрового поля є принципово умовними, принаймні допоки ми пам'ятаємо, що це гра, але чітко визначеними, безумовними в межах самої гри. Наприклад, значення і старшинство карт можуть бути різними в різних іграх і є повністю умовними. Але якщо ми вже визначилися, у яку саме гру граємо, ці значення будуть жорстко фіксованими. Порушити умовні ідентичності – значить зламати гру. Якщо ми заграємось і поле гри видається нам тотальним, а сама гра – безальтернативною, то ігрові визначення об'єкта починають видаватися безумовними, “справжніми”. Гра в такому випадку перетворюється на серйозну діяльність, а її мета – на “реально” потрібний результат. Він також втрачає свою умовність, довільність. Адже його початкове навантаження – організувати поле гри і запускати її процес, поза яким цей результат не має жодної значущості; але якщо ми вже не осягаємо цілісного поля гри, то цей початковий смисл цільового об'єкта втрачається і він ніби вже містить цей смисл у собі самому, тобто перестає відокремлюватися від нього. Так само, якщо втрачається усвідомлення парадигмального поля, у якому здійснюється визначення об'єкта, він також перестає суб'єктивно відокремлюватися від цього визначення, тобто зливається зі своїм значенням.

Це дуже нагадує феномен зсуву мотиву діяльності на її мету, описаний Леонтьєвим. Ідеться про те, що деякий результат (мета), що спочатку був значущим для індивіда лише як засіб досягнення якогось важливого для нього предмета (мотиву), згодом може перетворитися на самостійну значущість для цього індивіда. Сам Леонтьєв розглядав цей феномен як приклад розвитку потребової сфери людини і, зрештою, її життєвого світу. Скажімо, якщо спочатку дитина молодшого шкільного віку виконує домашнє завдан-

ня, аби її відпустили погратися, то згодом усвідомлює важливість самого процесу навчання і виконує домашнє завдання, щоб зробити його якнайкраще [А. Н. Леонтьєв, 1981]. Але можна навести й інший приклад, коли гроші, які спочатку були для дорослої людини лише засобом утілення бажань, згодом і дуже часто самі можуть ставати предметом бажань, підпорядковуючи собі життєвий світ індивіда. Отож цілком може бути так, що в процесі діяльності результат-засіб перетворюється на результат-мотив, набуваючи самостійної значущості. При цьому, якщо його цінність раніше була умовною, то тепер вона стає безумовною. І дуже добре, якщо в процесі діяльності індивід зміг відкрити нові смисли в тому предметі, який раніше для нього був лише засобом; тоді ця діяльність справді буде розвивальною. Але може статися і так, що результат просто став самоціллю, повністю втративши зв'язок із тими цінностями чи потребами, що початково стимулювали спрямовану на нього діяльність. Тоді це випадок діяльності з неусвідомлюваним мотивом, який було розглянуто вище: результат є суб'єктивно потрібним, але невідомо, у чому саме його реальна користь. Він стає значущим уже ніби сам по собі, але насправді це не так, оскільки ця його суб'єктивна значущість пов'язана не з ним самим, не з відкритим у ньому самому смыслом, а з неусвідомлюваним мотивом. Смысл, який відповідає цьому мотиву, також є неусвідомлюваним, латентним: він приписується об'єктові, надаючи йому суб'єктивної цінності, але з чим вона пов'язується, залишається прихованим. Справді, цей смысл не походить від об'єкта, а обумовлений зовнішніми щодо нього причинами, а ті залишаються поза усвідомленням. Така діяльність стає для індивіда вже не розвивальною, а, навпаки, підпорядковувальною, а результат – не новим смыслом-цінністю, а смыслом-оцінкою.

Загравання (від дієслова заграватися) є окремим випадком у переліку описаних вище процесів, пов'язаних зі зсувом мотиву на мету, коли остання набуває самостійної значущості внаслідок втрати усвідомлення її довільного характеру. І, як уже зазначалося, при цьому ігрові визначення цільового об'єкта починають здаватися безумовними, справжніми, тобто будь-які умовні смисли, що були вкладені в результат, для колишнього гравця відтепер стають реальними значеннями. Це цілком узгоджується з теорією Леонтьєва, оскільки, як відомо, смысл об'єкта в ній відповідає мотиву

діяльності, а значення – її меті. У розглянутому процесі загравання зсув мотиву на мету якраз і виявляється пов'язаним із перетворенням (зсувом) смислу на значення. Але в даному випадку це означає не розвиток нових смислів, як це бачив сам Леонтьєв, а втрату рефлексії щодо їх суб'єктивності. Умовний результат перетворюється на безумовний, і значення вбирає в себе той суб'єктивний аспект репрезентацій, що був представлений у смислі, без його рефлексії, а відтак видаючи його за об'єктивний. Та суб'єктивна оцінка цільового об'єкта як умовного результату, що була пов'язана з його роллю, тепер приписується самому об'єкту, перетворюючись на його характеристику і стаючи частиною його образу. Власне, саме такі смислові трансформації спостерігалися при перетворенні живого міфу на мертвий.

Тобто тут ідеться про внутрішній зв'язок смислових трансформацій, що відбуваються в інтерпретаціях об'єктів дійсності, із характером взаємодії з цією дійсністю: чи ця взаємодія є вільною і усвідомлюваною, а чи вона підпорядковувальна щодо суб'єкта. Такий паралелізм між цариною відображення і цариною діяльності пов'язаний із логікою стосунків людини з дійсністю – чи ідеться про логіку необхідності, що завжди має на увазі гомеостатичну парадигму задоволення потреб, чи про логіку творчого самоздійнення, у якій первинною цінністю є сам процес буття.

Смішне і гумор

До сутнісних людських проявів, що не пояснюються прагматичною діяльністю, виживанням, пристосуванням, а відтак і не вкладаються в пояснювальні схеми позитивістських та функціоналістських парадигм, окрім метафори, мистецтва та живого міфу, можна віднести також і феномен смішного. І це не менш прикметне надбання, ніж свідомість, свобода чи естетичне сприйняття дійсності, адже вислів “людина – це тварина, яка вміє сміятися” має свою неспростовну правоту.

Внутрішня парадоксальність смішного не менша, ніж парадоксальність гри, у якій усе і насправду, і не насправду, чи парадоксальність метафори з її нелогічною логікою, чи, зрештою, парадоксальність міфу, який відкриває і водночас викривлює дійсність. Уміння сміятися і почуття гумору пов'язані, з одного боку, з емоційною сферою людини, а з її другого – з гострим розумом; з одного боку, вони зумовлені недоліками життя, а з другого – дають безпосереднє задоволення. Та головна загадка смішного – як воно виникає і в чому його внутрішня природа. Як і для метафори та інших розглянутих феноменів, парадоксальність сміху, з одного боку, є викликом, червоною ганчіркою, що провокує увагу дослідників і змушує їх невтомно шукати розгадку, а з другого – майже нездоланною умовою для логічного розв'язання. І справді, якщо вміння сміятися настільки близьке природі людини, то чи можна відтак отримати цілісну теорію смішного? Оскільки ми вже давно заглибилися в нетрі нерационалістичних феноменів і втрачати нам нема чого, спробуємо визначити природу смішного в контексті уже виявлених закономірностей.

Проблему смішного об'єднує з тією ж проблемою гри або міфу також і те, що воно розкривається через цілий ряд проявів, які, можливо, зовні і не завжди схожі між собою. Причиною сміху може стати комедія Мольєра, сучасний анекдот або просто людина, що послизнулася на банановій лущайці. Смішними можуть здатися об'єкти, ситуації, вислови, природні та соціальні явища, і завдання цілісної теорії – знайти те спільне в цій різноманітності, або, точніше, у сприйнятті цієї різноманітності, що здатне викликати в людини таку чудову реакцію, як сміх. Але первинним дослідним матеріалом для постановки гіпотез надалі нам слугуватимуть передусім вербальні жарти і анекдоти, а вже потім спробуємо поширити виявлені закономірності й на інші феномени. Вибір саме такої точки відліку пов'язаний з тим, що, по-перше, анекдоти як продукт масової свідомості і народної творчості дають дуже широкий спектр прикладів того, що може бути смішним, а по-друге, анекдот є дуже лаконічним текстовим матеріалом, що робить зручним його використання як прикладу.

Оскільки найчастіше проблема смішного поставала в естетиках, то, як правило, її розглядали у зв'язку з проблемою комічного. Тут же вивчали і такі феномени, як гумор, дотепність, іронію, які

також можуть бути віднесені до нашої теми. Усі ці явища для нас цікаві, оскільки відображають різні грані та аспекти смішного.

Аналіз цієї проблеми розпочинається принаймні з Платона, який бачив причини смішного в необізнаності людей щодо своїх справжніх достоїнств, а точніше – щодо їх браку. Він розглядав передусім ті ілюзії, які не завдають оточенню прямої шкоди: “насправді необізнаність сильних небезпечна і ганебна, оскільки і сама вона, і всі можливі її личини згубні для ближніх, необізнаність же слабких ми відносимо до розряду смішних за своєю природою речей” [Платон, 1971, с. 63]. Відповідно, причиною сміху стає той, хто, не пізнавши себе, вважає, що він багатший, красивіший або ж добродісний, ніж це є насправді.

Природа комічного, за Платоном, складніша; у ній поєднуються страждання і задоволення. Давньогрецький філософ стверджує, що будь-яке задоволення в “трагедії і комедії життя”, якщо тільки воно не пов’язане з досягненням вищого знання (тобто з філософією), неминуче нестиме на собі також і тягар печалі. Скажімо, ми можемо посміятися, якщо наші друзі сплехували, а сміючись, будемо відчувати задоволення. Але задоволення, викликане нещастям друзів, – це заздрість, яка також є злом, а відтак і стражданням. Отже, сміючись зі своїх друзів, ми одночасно переживаємо і задоволення, і страждання [там само].

Арістотель дає менш детальну, але більше узагальнену інтерпретацію смішного: це не обов’язково якась помилка людини щодо власних рис, яка при цьому не завдає шкоди ближнім, а взагалі “будь-яка помилка або неподобство, тільки не шкідливі і не згубні” [Арістотель, 1967, с. 46]. Так греки заклали традицію розглядати природу смішного у зв’язку з недосконалостями і помилками, які не становлять загрози для інших.

Схожої точки зору дотримувався і Р. Декарт, який подібно до Платона пов’язував сміх зі складними емоціями і вважав, що він виникає, коли до помірної радості домішується ще й трохи злості, а також і здивування [Декарт, 2006]. Особливо яскраво це проявляється в кепкуванні. “Висміювання, або кепкування, є різновидом радості, що поєднується з ненавистю; воно виникає тоді, коли в якійсь людині помічають невелике зло і цю людину вважають гідною цього зла. Ненавидячи це зло, радіють тому, що знаходять його в тому, кого вважають гідним цього зла. І якщо це

відбувається раптово, то раптовість здивування стає причиною вибухлого сміху” [там само, с. 624-625]. Тому, зауважує Декарт, найбільш схильні до кепкування люди неповноцінні, оскільки вони хочуть побачити інших у тому ж приниженому стані, в якому перебувають самі. Натомість у дотепності, яка полягає в умінні надавати приємної форми тому, що висміюється, і не містить злорадності, на його думку, немає нічого осудливого.

Але відомий дуаліст не був би собою, якби при цьому не запропонував також і фізіологічну інтерпретацію смішного: “Сміх полягає в тому, що кров, яка виходить з правої порожнини серця через артеріальну вену, несподівано наповнює легені і примушує повітря, що міститься в них, кілька разів стискатися; це повітря нестримно виходить через горло, де утворюється нерозбірливий сильний звук” [там само, с. 604]. Отже, Декарт збагатив уявлення про природу смішного (окрім представленого фізіологічного механізму) ще одним важливим його чинником – раптовістю, яка викликає здивування.

Дж. Локк приділив увагу природі дотепності, яку він протиставляв здатності судження, віддаючи при цьому перевагу останній: “Бо дотепність полягає головним чином у добиранні ідей і швидкому й різноманітному поєднанні тих із них, у яких можна знайти якусь схожість або відповідність, щоб тим самим намалювати в уяві привабливі картини і приємні видіння. Здатність судження, навпаки, полягає в абсолютно іншому – в ретельному виокремлюванні ідей, у яких можна помітити хоча б найменшу відмінність, щоб тим самим не бути введеним в оману схожістю речей і через наявність спільних рис не прийняти одну річ за іншу” [Локк, 1985, с. 265].

Кант дещо модифікував теорію сміху як реакції на несподіване. У його витонченому формулюванні сміх є афектом, що виникає внаслідок раптового перетворення напруженого очікування в ніщо [Кант, www.philosophy.ru]. Мається на увазі не просто зражене очікування, коли ми, сподіваючись на один результат, отримуємо протилежний, а, радше, дискредитація самого очікування, пов’язана з тим, що в жарті відпочатку прихована певна ілюзія. Коли ж ця ілюзія розсіюється, настає душевна і тілесна розрядка. Кант демонструє своє пояснення таким прикладом. Якщо хтось розповідає про людей, які пережили велике горе і за ніч

посивіли, а ми при цьому розуміємо, що це зовсім не так, що нічого такого не було і що викликані цією розповіддю очікування не відповідають істині, то ніякої радісної реакції в нас це не викличе. Але якщо хтось у відповідь розповість про горе купця, який втратив увесь свій статок і в якого за ніч посивів парик, то це всіх розвеселить. Якщо перша розповідь просто обманює наші очікування, то друга відкидає саму ідею, яка викликала ці очікування.

А проте Кант вважає причини сміху не інтелектуальними, а фізіологічними і пов'язаними з грою життєвих сил як реакцією на зміну відчуттів: "...Музика і привід для сміху є двома типами гри естетичними ідеями або уявленнями розуму, за допомогою яких нічого не мислиться і які виключно завдяки тому, що змінюють одне одного, можуть усе-таки давати живе задоволення; цим вони досить ясно показують, що пожвавлення в обох випадках має тільки тілесний характер, хоча воно й створюється ідеями душі, і що все, проголошене таким тонким і натхненним, задоволення суспільства, яке розважається, є просто почуттям здоров'я, досягнутим завдяки відповідному цій грі рухові внутрішніх органів" [там само, с. 19]. Конкретний же фізіологічний механізм появи сміху, за Кантом, можна порівняти з декартівським: "Бо якщо допустити, що з усіма нашими думками гармонійно пов'язаний певний рух тілесних органів, то неважко зрозуміти, як раптовому прийняттю то однієї, то іншої точки зору для розгляду свого предмета може відповідати почергове напруження і розслаблення еластичних частин наших внутрішніх органів, які передаються діафрагмі (подібно до того, що відчують люди, які бояться лоскоту); при цьому легені виштовхують повітря видихами, що швидко йдуть один за одним, і таким чином створюють корисний для здоров'я рух; саме він, а не те, що відбувається в душі, стає справжньою причиною задоволення від думки, яка, власне, нічого не представляє" [там само, с. 21]. Безумовну користь від сміху Кант убачає в тому, що той сприяє гарному травленню більше, ніж мудрість будь-якого лікаря.

Якщо в поясненнях смішного Кант близький до декартівського фізіологізму, то його трактування дотепності близьке до точки зору Локка. На відміну від сміху німецький філософ розглядає її як свого роду розкіш розуму, яка, утім, є радше його витонченою грою, яскравими шатами, ніж засобом досягнення точ-

ного і надійного результату [Кант, 2007a]. У цьому плані дотепність протиставляється здатності судження, причому перевага знову ж таки надається останній. Дотепність полягає в спроможності знаходити схожість між неоднорідними речами, або, іншими словами, придумувати для особливого загальне. Уміння ж знаходити для загального особливе, тобто правильно застосовувати абстрактне поняття, належить до здатності судження.

Кант спеціально не розглядає іронію, хоча остання не чужа його стилю і нерідко трапляється в його творах. І коли він пише про роль контрасту в комічному і в гуморі, то значною мірою описує саме іронію. Так, комічне, за Кантом, з'являється тоді, коли очевидне протиріччя викладається кимсь у формі істини або коли про щось, явно гідне презирства, розповідається у хвалебному тоні. Тоді контраст робить безглуздість ще більш очевидною. Так само і гумор за допомогою контрасту робить ганебне ще ганебнішим, але відмітною рисою гумористичного висловлювання є його внутрішня близькість до парадоксів [там само].

Жан-Поль, відштовхуючись від класичного аристотелівського розуміння смішного, дає власну оригінальну інтерпретацію цього явища [Жан-Поль, 1981]. В його основі, на думку дослідника, лежить певна ситуація або дія комічного героя, яка видається йому цілком нормальною і логічною, але яка починає виглядати абсурдною, як тільки ми переносимо на цього персонажа власне бачення і розуміння цієї ситуації або дії. Тобто не самі по собі людські помилки є смішними – такими їх робить підстановка нашого знання і нашого “Я” на місце інших людей, тобто смішне є певною “роботою” самоомани. Тому, за Жан-Полем, воно ніколи не укорінене в об'єкті, а завжди має своє першоджерело в суб'єкті.

Об'єктивні ідеалісти, прагнучи створити цілісну класифікацію мистецтв і таким чином показати розвиток кожного естетичного феномена з єдиної ідеї, тобто обґрунтувати об'єктивну необхідність цього феномена як віхи на шляху розвитку духу, не обійшли своєю увагою і такі явища, як комічне, гумор, дотепність та іронію.

Ключем до розуміння цих явищ в естетиці Зольгера є діалектичне протиріччя між тимчасовим явищем і вічною суттю, безпосереднє споглядання якої постає як прекрасне [Зольгер, 1978]. Коли це прекрасне збігається з тією сферою, де повністю панують

буденні, тимчасові явища, воно перетворюється на комічне. Що ж до первинної суті, то воно постає як предмет печалі – як трагічне.

Для втілення прекрасного у сфері явищ, за Зольгером, потрібна творча діяльність фантазії, яка здатна зняти внутрішні протиріччя між реальним і ідеальним. Ця діяльність фантазії може розвиватися, зокрема, суто у сфері відчуття і сприймання (“чуттєвість фантазії”), і в той же час усе сприйняте при цьому залишається значущим тільки у світлі божественної суті – тоді виникає гумор.

Та все ж повністю усунути протиріччя спроможна лише діяльність художнього розуму (“розум фантазії”). Звичайний розум завжди має справу зі сферою явищ, які він порівнює і розрізняє. Художній розум, зіштовхуючи протиріччя між собою, відкриває реальність споглядання, тобто справжню реальність, і це є діяльність дотепності.

Але фінальним акордом у відносному подоланні протиріччя між вічним і швидкоплинним стає діяльність художньої іронії, і саме вона є справжнім осердям мистецтва. Суть полягає в тому, що, коли божественна ідея за допомогою художнього розуму стає чимось безпосередньо наочним, вона неминуче сама стає тимчасовою і тлінною. Але саме цей момент переходу дає змогу духові художника відкрити реальність ідеального та ідеальну суть реального і подолати протиріччя між ними. При цьому, помираючи разом зі скінченням і швидкоплинним, ідея здатна відродитися в новому і чистому вигляді, тобто ідея знімається ідеєю.

Діалектика протиріччя лежить в основі розуміння дотепності і в Гегеля, оскільки закладена вже в саму суть розвитку (логічного і онтологічного) [Гегель, 1974]. Звичайне уявлення здатне зіставляти речі і тим самим знаходити відмінності і протиріччя, але не перехід між ними. Дотепність же схоплює протиріччя і висловлює його, але ще не виражає поняття речей і їх відношень. Надалі вже мислячий розум загострює відмінність уявлень про речі до істотної відмінності, тобто до протилежностей.

Естетичні категорії, пов’язані з проблемою смішного, Лосєв виводить не просто з діалектики суті і явища, а з діалектики художньої форми, тобто діалектики ідеї, яка виражається, і образу, що її виражає [Лосєв, 1995]. При цьому ідея і образ можуть як перебувати в рівновазі, так і бути неврівноваженими. В останньому

випадку ідея або більша, або менша за образ. “Ідея більша за образ – це означає, що ідея є діючим чинником, від якого залежить визначення образу, але який визначає і себе, і образ ідейними ж, тобто смисловими, розумно-змістовими способами. Ідея менша за образ – це означає, що діючим чинником є образ і від нього залежить визначення ідеї, так що ідея визначається вже не ідейними, а образними, речовими, фактними засобами” [там само, с. 146]. Така нерівновага, за Лосєвим, обов’язково має бути вирішена всередині самої художньої форми, і вирішується вона або засобами ідеї, або засобами образу.

Якщо якась ідея, утілена як вираження, менша за виражальний образ і протиріччя долається за допомогою ідеї, то ми отримуємо комічне. Це означає, що образ вираження не вміщується в ідею вираження, – вираженого надто багато для закладеної в нього ідеї. Лосєв наводить як приклад клоуна, який робить величезний розгін, щоб подолати бар’єр, а потім раптом зупиняється, щоб розглянути на ньому якусь дрібницю. Тут представлений образ, який задає очікування, більший від задуманої мети – розглядання дрібниці. Виражене протиріччя вирішується в умовному плані ідеї і тому не є серйозним.

Якщо ідея, але вже втілена як особистість, так само менша за виражальний образ і протиріччя долається в ідеї, то йдеться про гумор. Він живе і живиться особистісною недосконалістю, але вміє переводити її у сферу ідеї, і тому при цьому тільки смішно. Лосєв вважає, що гумор набагато глибший за комічне: останнє працює тільки з планом вираження, гумор же може виділяти й виправляти недоліки і дисгармонію особистості.

Іронія, як і комічне, проявляє себе в плані вираження, але тут втілена у вираженні ідея вже більша за образ. Це означає, що смисл, який мається на увазі, тут глибший і більший, ніж дано в явному його втіленні. При цьому протиріччя долається силами образу, на який тільки і покладається ідея, щоб бути вираженою.

Шопенгавер виводить поняття смішного не з невідповідності ідеї та образу, а з невідповідності поняття та об’єкта. Цій оригінальній теорії відведено в книзі “Світ як воля і уявлення” фактично один абзац, але він видається настільки значущим, що я дозволю собі навести його тут майже повністю: “Сміх завжди виникає з несподіваного усвідомлення незбіжності між відомим поняттям і

реальними об'єктами, які в якомусь відношенні мислилися в цьому понятті, і сам є лише вираженням цієї незбіжності. Останнє часто відбувається через те, що два або декілька реальних об'єкти мисляться в одному понятті і тотожність його переноситься на них; і ось тоді повна несхожість їх в усьому іншому виявляє, що це поняття підходило для них лише з якогось одного боку. Так само часто несподівано відчувається і незбіжність унікального реального об'єкта з тим поняттям, під яке він в одному відношенні підводиться правильно. Тому чим правильніше підводяться такі реальності під відоме поняття в якомусь одному відношенні і чим більша й очевидніша їх невідповідність щодо нього в інших відношеннях, тим сильніший ефект смішного впливає з цієї протилежності. Усякий сміх, таким чином, виникає через парадоксальне і тому несподіване підведення – не має значення, виражається воно в словах або у вчинках. Загалом, таке правильне пояснення смішного” [Шопенгауэр, 1999, с. 100].

Цей короткий виклад Шопенгавер доповнює деякими зауваженнями. Він виділяє два роди смішного – дотепність і дурість. Причина першої полягає в тому, що два свідомо різних об'єкти кимось навмисно підводяться під одне поняття, – так виникає дотеп. У другому випадку, навпаки, у чийсь свідомості два різних об'єкти співіснують в одному понятті, поки при зіткненні з реальністю раптом не виявиться їхня відмінність. Дотепність, за Шопенгавером, завжди виражатиметься в словах, а дурість – у конкретних діях або принаймні в намірі їх здійснити.

Але чому, власне, виникає незбіжність поняття і об'єкта, що підводиться під нього? Шопенгавер порівнює понятійне знання з камінчиками мозаїчної картини, які, як би ми не намагалися, ніколи не збігаються з плавним образом реальності з усіма його тонкими відтінками. Так само, незважаючи на всю точність визначень, поняття не зможуть представити цей образ в усіх його складних модифікаціях. Крім того, жива сфера застосування понять, за Шопенгавером, далеко не завжди ґрунтується на строгих висновках і мистецтво красномовства частенько спирається на одностороннє підведення поняття під ту або іншу категорію.

А. Бергсона, як і Шопенгавера, часто зараховують до представників “філософії життя”, але принаймні в поглядах на природу смішного їхні концепції кардинально різняться. Причини

виникнення смішного Бергсон бачить у певних проявах живої, передусім людської, природи, а саме в тих випадках, коли остання проявляє автоматизм і зашкарублість [Бергсон, 1992]. Тому сміх виконує важливу соціальну функцію, стимулюючи членів суспільства до гнучкої поведінки, орієнтації на зовнішні чинники, а не до замкнутості на власних ілюзіях і звичках, бо над кожним висить загроза бути висміяним. В основі комічного, за Бергсоном, завжди лежить спроба персонажа пристосувати об'єктивні речі до своєї суб'єктивної ідеї, а не навпаки: “комічна безглуздість має таку ж природу, як і з безглуздість марень” [там само, с. 116]. Власне, це спроба йти за своїми ідеями автоматично, свого роду лінощі розуму.

Ригідність розуму в духовному плані, за Бергсоном, проявляється в нав'язуванні механічного природі, коли тіло, фізика беруть гору над душею. Живе за своєю суттю безперервно мінливе, воно не дає повторень, тому автоматизація чужа його природі. У соціальному плані це проявляється в спробах автоматичної регламентації суспільного життя, коли форма прагне панувати над змістом, а буква суперечить духу.

Зашкарублістю розуму і, як наслідок, поведінки Бергсон пояснює різні прояви смішного. Наприклад, якщо чиясь зовнішність здається нам смішною, то це зумовлено тим, що будь-яку форму ми сприймаємо як нарис руху. Спотворення форми для глядача – це застигла гримаса, яка фіксує якусь ригідну людську рису або звичку, а значить є проявом автоматизму. А для того щоб зрозуміти природу дотепності та гри слів, згідно з цією концепцією треба уявити сказане як інсценівку в особах. Тобто комічне слів тут зводиться до комічного дій і положень. Останнє ж, за Бергсоном, завжди так чи інакше ґрунтується на трьох прийомах: повторенні, інверсії та інтерференції серій.

Якщо Бергсон вважає, що смішне у фізичному плані має місце в тому випадку, коли тіло вивищується над душею, то радянський дослідник В. Пропп для цього феномена пропонує більш матеріалістичне формулювання – коли фізичне начало заступає начало духовне [Пропп, 2006]. Водночас він вважає, що сміх виникає в той момент, коли чиясь приховане нещастя раптом стає очевидним для всіх, набуває наочних форм. Ці два загалом різні пояснення він об'єднує в такому положенні: “Загальну форму теорії комічного

можна виразити так: ми сміємося, коли в нашій свідомості позитивні начала людини застуються раптовим відкриттям прихованих недоліків, що раптом проступають крізь оболонку зовнішніх, фізичних даних” [там само, с. 167].

Вербальні форми смішного Пропп пояснює за аналогією зі смішним у процесі зовнішнього сприймання: “Подібно до того як комічне враження в інших випадках з’являється при перенесенні уваги з духовного боку людської діяльності на зовнішні форми її прояву, так і у випадку каламбуру сміх виникає тоді, коли в нашій свідомості більш загальне значення слова замінюється його зовнішнім, “буквальним” значенням” [там само, с.110].

Як і Пропп, Рубінштейн пов’язує природу комічного з людською недосконалістю, а проявляється воно “в результаті невідповідності, що несподівано виявляється між уявною значущістю дійової особи і нікчемністю, незграбністю, взагалі неадекватністю її поведінки, між поведінкою, розрахованою на більш-менш значну ситуацію, і дріб’язковим характером ситуації, в якій воно здійснюється” [Рубінштейн, 1999, с. 526-527]. Комічне, як і гумор, іронію, сарказм, Рубінштейн називає світоглядними почуттями, і всі вони в його розумінні є різновидами смішного. При цьому гумор проявляється тоді, коли за висміюваними недоліками не втрачається бачення і позитивних сторін, що означає реалістичне прийняття світу, з усіма його плюсами і мінусами. Іронія ж розщеплює цю світову єдність і різко протиставляє позитивне негативному, ідеал – дійсності і т. ін. Якщо висміюваний об’єкт є безумовною силою, іронія з відстороненої позиції переходить “у наступ”, стаючи гнівною і обуреною, перетворюючись таким чином на сарказм [там само].

Ще одну спробу психологічного пояснення смішного, точніше – дотепності, робить А. Лук [Лук, 1977]. Дотепність, під якою розуміється здатність створювати жарти, тут умовно протиставляється комічному, яке виявляється в речах завдяки почуттю гумору. Не претендуючи на остаточне рішення, Лук припускає, що в основі продукування дотепу лежить, по-перше, вихід за межі формальної логіки, а по-друге – “перехід думки на новий смисловий рівень, що відображає глибші закономірності і взаємовідношення явищ” [там само, с. 125]. Водночас дослідник вважає, що теорія смішного має бути виведена на підставі аналізу

якомога повнішого набору прийомів дотепності, що надалі дало б змогу виявити в них те загальне, що становить ядро цього феномена, і сам наводить цілий ряд таких прийомів.

Розглянуті вище теорії смішного схиляють нас до думки, що різні концепції акцентують свою увагу і спроби пояснення на різних аспектах цього складного феномена і що найпроблематичніше – це знайти спільну позицію для всіх аспектів, яка не вимагала б якихось теоретичних надзусиль для їх пояснення. Крім того, більшість теорій задають у найкращому випадку необхідні ознаки явища, що сприймається як смішне, але зовсім не достатні ознаки. Це означає, що фіксуються супутні зовнішні особливості, які супроводжують смішне як феномен, але не ті сутнісні характеристики, які, власне, зумовлюють його. Більше того, наведені в теоріях ознаки часто навіть не є обов'язковими для смішного і майже завжди можна знайти контр-приклад, який показує, що в окремих випадках вони взагалі не виявляються. І навпаки, ці ознаки можуть бути властивими явищам, що лежать зовсім в іншій сфері. Спробуймо навести такі контр-приклади для основних теорій, коротко викладених вище.

Так, якщо розглядати смішне як висміювання, тобто бачити його корінь і живильне джерело в людській недосконалості, то такий спосіб пояснення явно пробуксовує там, де є приклади дотепної інтерпретації, не пов'язаної з людською природою. Жарт фізика про те, що чорні діри утворилися там, де Бог поділив на нуль, не має нічого особистого. Навряд чи тут може йтися про безневинні людські промахи і вади. Узагалі, логіка парадоксу, яка руч-обруч іде з природою смішного, явно не вкладається в інтерпретації, прив'язані до виправлення помилок і недосконалості. Парадокс схильний виправляти не помилки і неправильність, а частіше саме правильності.

Утім, особистісний, точніше – міжособистісний, аспект у функціонуванні смішного теж не варто скидати з рахунків, і навряд чи можна розглядати його як абсолютно випадковий. Адже феномен висміювання й жартування проявляється в онтогенезі людської особистості і людських взаємин досить рано, принаймні в порівнянні з умінням свідомо оперувати справжніми парадоксами. Але в усякому випадку життя рясніє прикладами людської недосконалості, які, навіть будучи загалом нешкідливими, зовсім

не обов'язково мають викликати в їх спостерігача сміх або посмішку. Можна припустити, що людські помилки і промахи здатні стати плідним ґрунтом для смішного тільки в певному своєму аспекті, у певному ракурсі.

Те ж можна сказати і про можливий зв'язок смішного з несподіваним і дивним. Цілком очевидно, що далеко не завжди невинуваті очікування викликають сміх, та й узагалі сміх і подив є різними емоційними станами. Цікавішою в даному випадку видається кантівська інтерпретація перетворення очікування в ніщо. Нагадаю, що йшлося про несправджені очікування в результаті розвіювання первинної ілюзії, закладеної в жарті. Але ж розвіювання ілюзій і викликаних ними очікувань не завжди є смішним. Скажімо, подорожньому, що сподівався втамувати спрагу, буде зовсім не до сміху, коли він зрозуміє, що довгоочікуваний оазис у пустелі виявився усього лише міражем. І справа тут не в тому, чи надумана ця історія, чи справжня, – навіть будучи переведеною в умовний вербальний план, смішною вона не стає. Мабуть, якщо в жарті і має місце дискредитація ілюзорних очікувань, то відбувається це якимось особливим способом, а яким саме – слід уточнити.

Як ми пам'ятаємо, головна інтрига смішного (що існує у формі комічного, або ж гумору, або ж іронії) в рамках об'єктивного ідеалізму вбачалась у протиріччі між обмеженим, тимчасовим явищем і нетлінною ідеєю. Певну обережність щодо прийняття такого погляду може викликати той факт, що гумор часто схильний глумитися саме над ідеєю, опускаючи і приземлюючи високе. При цьому він нібито глухий до етичних норм і цінностей – ми можемо сміятися із жарту, навіть внутрішньо здригаючись від його буквального змісту (так званий чорний гумор). Більше того, досить часто гумор якраз спеціально протиставляє зміст послання існуючим цінностям – тут можна згадати знаменитий цикл дитячих страхочок “маленький мальчик нашел кулетет...”.

Власне, сам Зольгер зазначав, що слід відрізнити низький побутовий гумор від справжнього гумору, освітленого причетністю до нетлінної ідеї. Звісно, така позиція є досить уразливою, оскільки вона вводить ще один феномен незрозумілої природи – побутовий гумор, який потребує окремого пояснення. Більш плідним видається погляд Зольгера на іронію. Дослідник вважає, що ідея,

яка утілена в реальність і вмирає разом із цією реальністю, здатна очищатися і відроджуватися вже в новому вигляді.

Позиція об'єктивного ідеалізму видається вразливою ще з однієї причини. Адже якщо ключ до проблеми смішного міститься в протиріччі між об'єктивною ідеєю і відносно об'єктивною реальністю, то і смішне само по собі мало б бути заданим об'єктивно. Але щоб переконатися, наскільки суб'єктивним є цей феномен, навряд чи треба наводити багато аргументів: що є смішним для одного, може сприйматися як дешевий жарт іншим і бути незрозумілим для третього. Візьмімо приклад комічного, який наводить Лосев (клоун, котрий бере величезний розгін, щоб розглянути якусь дрібницю на бар'єрі). Тут задані образом очікування є суто суб'єктивними, утім як і втілена в цьому образі ідея. Та й саме взаємовідношення ідеї і образу в лосевському тлумаченні навряд чи є об'єктивно визначеним. І справді, як розуміти, що "ідея є діючим чинником, від якого залежить визначення образу", або що "діючим чинником є образ, і від нього залежить визначення ідеї"? Що є значущим у цілісному художньому образі – це питання суб'єктивного сприйняття, і обійти це сприйняття в поясненні сили дії цього твору не видається можливим. Інакше кажучи, у поясненні феномена смішного Лосев спирається на передумову, що образ і ідея вже явно розділені і цей розподіл нібито є очевидним. Але насправді такий розподіл сам по собі вимагає внутрішньої, суб'єктивної роботи. Крім того, суб'єктивний аспект їх розподілу сам цілком може бути причетний до механізму дії смішного, і коло тим самим замикається.

Теорія смішного Шопенгавера фактично базується якраз на такому суб'єктивному чиннику: невідповідності умоглядного поняття своєму зовнішньому об'єкту. Цю теорію детальніше буде розглянуто нижче, а тут хотілося б тільки артикулювати одне запитання: яким чином з такої позиції можна було б пояснити зв'язок сприйняття смішного з актуальними мотивами та інтересами індивіда? Наявність такого зв'язку давно відома в психології і використовується в проєктивних тестах, що визначають мотивацію. Сам Шопенгавер, як ми пам'ятаємо, називає тільки один чинник, що визначає силу ефекту смішного: якою мірою точно підводиться реальність під деяке поняття в якомусь одному відношенні і якою мірою очевидним при цьому є її невідповідність щодо нього в

інших відношеннях. І це цілком зрозуміло, адже його теорія є суто когнітивною і пов'язана з інтелектуальною здатністю категоризувати дійсність за допомогою тих або інших концептів.

Якщо теорія Шопенгавера уважніша до понятійної форми існування смішного, то в теорії Бергсона саме цей аспект викликає запитання. Справді, чи правомірно пояснювати вербальний дотеп його зведенням до комедії дій і положень? Нагадаємо, що суть останньої Бергсон пояснював наявністю трьох прийомів – повторення, інверсії та інтерференції серій, які є способами прояву і виявлення автоматизмів у живій поведінці. Наприклад, невідомо, чи можливо в принципі поставити інсценівку про чорні діри і ділення на нуль, але це абсолютно нічого не змінює в змісті самого жарту. У ньому просто йдеться про зміну інтерпретації одного і того самого предмета, коли фізичне поняття несподівано набуває дивного, хоча і формально правильного, теолого-математичного пояснення, або принаймні бачення.

При цьому потрібно зауважити, що певне перебільшення у випадку зведення вербального жарту до комедії дій і положень зовсім не обов'язково проявляється в якихось складних абстрактно-парадоксальних формах смішного. Можна згадати простенький дитячий анекдот про Штірліца:

Робінзон (задумливо): Щось не подобається мені цей Штірліц...

П'ятниця: Не подобається – не їж!

Тут просто відбувається зрив того способу думати, який був спровокований запитанням. Така зміна ракурсу – способу думати і бачити предмет – навряд чи зводиться до комедійного акту, де має місце якась повторюваність або серійність. Але цю зміну можна пояснити тими лінощами розуму, про які пише Бергсон, коли ми, піддавшись на провокації жарту, йдемо на повіді у своїх ілюзій.

Пояснення феномена смішного зашкарублістю і автоматизмом у проявах живої природи викликає певні запитання не лише стосовно пояснення вербального гумору. Передусім – чому в нас не викликають сміху мурашки або бджоли, які інстинктивно й автоматично виконують свою роботу, або ж просто людина, що працює на конвеєрі? Та і взагалі, жива, утім як і нежива природа регулярно демонструє як постійну несхожість, так і постійну схожість своїх творінь, наприклад подібність особин усередині одного виду.

Звісно, така подібність є відносною – усі живі істоти, як і всі об'єкти, чимось та й відрізняються один від одного. Водночас ми навряд чи відрізнимо одну від одної серед тих тварин, з якими безпосередньо не маємо справи, – наприклад, горобці у дворі для нас, швидше за все, будуть “на одне обличчя”, і це буде не смішним, а абсолютно нормальним. Те ж можна сказати і про поведінку живих істот – з одного боку, вона завжди унікальна, а з другого – типова, адже саме регулярність, а не хаотичність поведінки є важливим чинником виживання.

Що стосується браку формальної логіки і переходу на новий смисловий рівень, які, на думку Лука, покладені в основу жарту, то це швидше опис дії мистецтва, а не дотепності. Крім того, більшість жартів бездоганно, хоча і несподівано логічні. Наприклад, той же анекдот про Штірліца цілком відповідає принципам формальної логіки, а ось щодо переходу думки на новий смисловий рівень, що відображає глибші закономірності і взаємовідношення явищ, то в даному випадку виникають неабиякі сумніви.

Тому якщо розглянуті теорії і вказують на деякі цікаві характеристики, властиві смішному як його неординарні прояви, усе-таки слід розуміти, якою мірою вони специфічні для цього феномена, у чому полягає і як проявляється ця специфіка. Простіше кажучи, перед нами первинне питання: що саме робить смішне смішним?

Усупереч очікуванням і дотримуючись парадоксальної логіки смішного, спробуємо виявити його відмітні властивості, звернувшись спочатку до прикладів вербального гумору, і тільки згодом перейдемо до грубіших і, ймовірно, більш ранніх прикладів “комедії поз і положень”. Слово “гумор” тут і надалі я вживаю у його широкому значенні – як створений кимось приклад смішного, незалежно від того, чи має він у своєму змісті звернення до особистісних недоліків, чи добрий він а чи злий за своїм характером і т. ін. Адже і в повсякденному вжитку це поняття охоплює найрізноманітніші приклади смішного авторського походження, а під “почуттям гумору” мається на увазі здатність сприймати смішне взагалі.

Найбільш простим і поширеним прийомом мовного дотепу є жонгливання омонімами, тобто вживання одного і того самого слова (іноді – вислову) в різних значеннях. Наприклад:

Упіймав мужик золоту рибку. Стала благодати його рибка: “Відпусти мене, чоловіче, а я за це виконаю будь-яке твоє бажання, але тільки одне”. Мужик думав-думав... І те йому хочеться, і це. Нарешті придумав: “Рибко, хочу, щоб у мене все було!”. – “Добре, чоловіче, у тебе все було!”.

Уводячи вислів до іншого контексту, тобто змінюючи синтагму, автор жарту тим самим змінює значення слова або вислову. Але, звісно, не сама по собі багатозначність слова є смішною. Просто багатозначність вербальних конструктів відкриває можливість отримання різного смислового навантаження всередині деякої символічно окресленої ситуації. Зіткнення таких неочікуваних смислових просторів багато в чому визначає змістову красу жарту або анекдоту. Тут можна згадати епізод з “Нашої Раші”, коли два бомжі знайомляться з модним стилістом:

– І чим ти займаєшся?

– Ну, я підбираю речі.

– О, так і ми робимо те саме!

У цій символічній схожості стикаються два світи і два способи життя, зі своїми правдами і нормами, що в рамках свого життєвого устрою начебто абсолютно несумісні. І тут носії цих життєвих стилів завдяки означуванню, маркуванню ситуації раптом виявляються “колегами”. Звісно, таке маркування є умовним, але саме ця умовність дає змогу побачити в ньому те, що для кожної із сторін є очевидним – свій закладений смисл. І цей смисл для кожного із суб’єктів виявляється ясним і “само-собойним”, принаймні до зіткнення з іншою смисловою конструкцією. Адже один життєвий світ постає загалом абсолютно повним, поки не буде потіснений іншим таким же начебто повним і вичерпним життєвим світом.

Важливо зауважити, що гумор не зіставляє два життєві світи, а швидше підриває їх, принаймні в точці зіткнення. Адже для індивіда його життєвий світ – це власне і є світ взагалі. Тому вихід за межі цієї суб’єктивної реальності стає логічно немислимою операцією – дивом. Прочиняючи двері завершеного і замкнутого простору і роблячи неможливе можливим, гумор якраз і здійснює таке маленьке диво. Тут яскраво проступає така його риса, як парадоксальність: розкриваючи простір життєвого світу індивіда, він тим самим робить можливим неможливе, а підриваючи

життєвий світ через усунення його абсолютності, він знищує незбутне.

У цьому й полягатиме наш найперший і загальний підхід на підступах до визначення природи гумору, а саме: його сутність – у підриванні життєвого світу суб'єкта, а предметом його диверсій є відмежування цього життєвого світу від світу як такого. Одним із його способів, як можна було вже побачити, є накладання двох суб'єктивних точок зору, причому абсолютних у своїй суб'єктивності. Суб'єктивність ця відкривається, природно, у її зверненні до об'єкта або ситуації, тобто в певному зовнішньому виявленні. Зіткнення в одній ситуації двох суб'єктивностей якраз і позбавляє їх статусу абсолютності. Інтерпретація ситуації, що здавалася вичерпною, раптом виявляється тільки однією з можливих. При цьому з'ясовується, що смисловий контекст, який задає рамки цієї ситуації, не природний, не об'єктивний, а суто суб'єктивний. Розгляньмо, наприклад, байку про молодого актора, якому на сцені треба було зіграти п'яного.

Переживаючи з приводу своєї ролі, актор звертається за порадою до старшого побратима. Той відповідає, що немає нічого легшого, треба тільки перед початком дії одним духом випити склянку горілки, а далі все піде як по маслу, мовляв, сам неодноразово перевіряв. “Так, – згоджується молодий актор, – але ж у другому акті я вже маю виглядати тверезим!”. – “А ось тут уже треба грати!”.

Пресупозиція очевидностей, що формують зміст проблеми, тут обертається на протилежність: що природно для одного, те неможливе для іншого. Адже саме розуміння проблеми неявно спирається на те, що є її відсутністю, тобто що є нормою. Але для когось тверезість – норма життя, а для когось – зовсім навпаки. Таким чином, уже саме формулювання проблеми виявляється не абсолютним, а суб'єктивним, не природним, а умовним. Анекдот задає можливість іншого логічного вирішення проблеми, і ця принципово інша можливість підриває безпосередність первинного бачення. При цьому в самій постановці проблеми виявляються деякі фонові суб'єктивні пресупозиції. Парадоксальна логіка гумору суперечить їм і тим самим робить їх явними.

Але що, власне, являють собою ці суб'єктивні пресупозиції? Це передусім ті суб'єктивні настановлення, цінності та інтенції, що

передують самому означенню ситуації індивідом. Це передумова створення репрезентацій, яка, з одного боку, обумовлює визначення ситуації, а з другого – виражає зв'язок цієї ситуації із життєвим світом індивіда. Я наразі намагаюся показати, що за зовнішньо представленою репрезентацією стоїть її суб'єктивна складова, тобто те, що було названо смыслом, і що при зіткненні двох суб'єктивних інтерпретацій об'єкта або ситуації відкриваються ті смыслові пласти, які лежать за цією репрезентацією. У межах одного життєвого світу, однієї цілісності або просто суб'єктивного підходу ці смысли не усвідомлюються. Для бомжів смысл “підбирати одяг” не є проблемним: він самоочевидний і визначається їхнім способом життя. Але зіткнення з деякою інакшістю, з простором альтернативних можливостей позбавляє ці нібито апіорні смысли обов'язкової загальності, і неявний смысловий зміст, що привноситься до ситуації або об'єкта, раптом стає явним і усвідомлюваним.

Це не обов'язково означає, що завдяки гумору відкриваються загальні смысложиттєві орієнтири. Це може бути і просто суб'єктивний погляд на те, що відбувається. Розгляньмо приклад так званого одеського гумору, або, краще сказати, одеського способу мислення:

– Скажіть, будь ласка, якщо ми підемо прямо, то чи буде там оперний театр?

– Молоді люди, там буде оперний театр, навіть якщо ви туди не підете.

Саме суб'єктивність сприйняття ситуації раптом проявилася в запитанні гостей Одеси. Сама фраза “якщо ми підемо прямо...” примушує звернутися саме до їхнього суб'єктивного бачення, їхньої суб'єктивної проблеми. Одесит своєю відповіддю примушує вийти із заданих запитанням смыслових пресупозицій. Безальтернативні з точки зору тих, хто запитує, смысли виявилися знятими нестандартним мисленням того, хто відповідає. Те ж саме відбувається в історії із золотою рибкою. Смысл, що стоїть за висловом “усе було”, окреслюється для жадібного чоловіка тією проблемою, в яку він безпосередньо занурений. Золота рибка вийшла за межі тих інтерпретацій, які передбачалися, і тим самим смыслові пресупозиції було виявлено.

Таким чином, гумор виводить з безпосередності суб'єктивних передумов і водночас розкриває їх. Натрапляючи одна на одну, приховані смислові настановлення стають явними, а виключаючи одна одну, вони перестають бути “само-собойними”, природними. Смысл із самоочевидного і тому безальтернативного перетворюється на питання інтерпретації. При цьому він перестає бути тотальним, а стає чиймсь смыслом, лише одним із можливих. Він виявляє точку зору суб'єкта щодо того, що відбувається. Стаючи на цю точку зору, а потім сходячи з неї, ми раптом виявляємо відмінність суб'єктивного світу – суб'єктивної реальності і реальності взагалі. І, звісно, річ тут не в тому, що ламаються смислові настановлення в когось із персонажів смішної історії. Передусім вони ламаються у самого слухача, який виявляє себе таким, що стоїть на одній з можливих смислових пресупозицій. Якби ми не стали на точку зору гостей міста-героя Одеси, то нам і не здалася б смішною відповідь місцевого мешканця. Тут можна згадати зауваження Канта про те, що слухач ловиться на ту приманку, яка вже міститься анекдоті, і тільки потім усвідомлює її ефемерність, при цьому приймаючи то одну, то іншу точку зору.

З усього сказаного зовсім не впливає, що гумор здійснює рефлексію щодо змісту суб'єктивних смислів, норм або життєвого устрою. Це не аналіз способу думати, а безпосередня робота з реальностями, а точніше – підривна діяльність. Розгляньмо детальніше тезу про те, що гумор здатний вносити розкол між життєвим світом і зовнішнім світом, між суб'єктивною реальністю і реальністю як такою.

Глобальна причина криється в тому, що сам образ світу – це і процес, і результат специфічної діяльності відображення. Як процес, він завжди містить психічну, або навіть психофізіологічну, складову, але як результат – це образ світу, який для його носія невід'ємний від самого світу. У процесі взаємодії з реальністю і з іншими людьми ми, як правило, думаємо не про образи дійсності, а про саму дійсність – це те саме природне настановлення свідомості, про яке говорив Гуссерль. Із змістового погляду ми мислимо об'єктами, а з процесуального – образами. Як правило, образ світу і сам світ для нас є одне і те ж. Але іноді трапляється так, що процесуальний характер світосприймання раптом виявляє себе, і тоді образ реальності відділяється від свого об'єкта.

Як відомо, образ світу в людській свідомості репрезентується значеннями. Наша взаємодія з об'єктами, як правило, опосередкована соціальним і культурним досвідом, який зафіксовано в системі семантичних категорій. Мовні значення відображають і задають не лише характер взаємовідносин між індивідом і об'єктом, а й характер взаємовідносин об'єктів між собою, їхнє місце в картині світу. Але значення як репрезентація об'єкта – це не його копія. Це психічний процес, який відображає спосіб виділення певного денотату. Для характеристики цього суб'єктивного аспекту функціонування значення і було введено термін “смысл”.

Разом з тим смысл як суб'єктивний спосіб визначення об'єкта виявляє тенденцію до зрощення з останнім у людській свідомості, так що спосіб репрезентації дійсності і сама дійсність зливаються. Це відбувається там, де наявність пошукової гіпотези, що передуює виділенню значення, перестає усвідомлюватися, а критерії виділення понятійної категорії – рефлексуватися. Але якщо підстави виділення деякого об'єкта і віднесення його до категорії не визначаються, то це означає передусім, що вони зовсім не обов'язково будуть об'єктивними і в їх ролі може виступати випадковий, ситуативно зумовлений набір ознак. Тоді суто досвідний спосіб сприймання починає здаватися об'єктивною репрезентацією дійсності, а зміст цього сприймання – самим об'єктом, який більше не відокремлюється від значення. Крім того, з втратою рефлексії щодо способу виділення денотату перестають усвідомлюватися і парадигмальні пресупозиції, що передують цьому виділенню, – те визначення предметної сфери, до якої належить об'єкт.

Але казуси, пов'язані з нетотожністю об'єкта суб'єктивно заданому значенню, усе-таки дають про себе знати. Тут можна згадати теорію Шопенгавера, згідно з якою природа смішного визначається саме такою незбіжністю. І річ тут не лише в тому, що понятійна сітка ніколи не вичерпає всю різноманітність явищ дійсності. Істотно важливим моментом є те, що при використанні значення не усвідомлюється суб'єктивний спосіб виділення предметної сфери, що відповідає цьому значенню. Кінець кінцем, саме відсутність такої усвідомленості і приводить до злиття значення і денотату, розмежування яких гумором визначає парадоксальний характер останнього. Ця парадоксальність пов'язана з відділенням образу від свого змісту і проявляється як локальний

вибух життєвого світу, тобто руйнування не просто елемента реальності, а елемента реальності, навантаженого суб'єктивним смислом. І що більше начиненим смислом був цей елемент, то більшою буде сила вибуху, або, якщо йти від метафор, то більш яскравим і особистісно насиченим буде сприйняття смішного. Тобто, що більше смислу вкладено в інтерпретацію певного явища, то більш смішним для індивіда буде жарт або дотеп, присвячений цьому явищу. Звідси зрозуміла і залежність смішного від зв'язку його предмета з мотиваційною сферою індивіда, бо смисл – це завжди упереджений аспект сприймання дійсності, безпосередньо пов'язаний з мотивами й інтересами. Представлена теорія гумору проявляється в безлічі його прикладів і цілому ряді феноменів.

Розгляньмо не позбавлений повчального психотерапевтичного змісту анекдот про дівчинку і літо:

Батьки приводять дівчинку до психіатра зі скаргою на те, що вона не розуміє, яка пора року надворі. Психіатр ставить дівчинці навідні запитання:

– Скажи, будь ласка, що ти бачиш на вулиці?

– Замети, бурульки.

– То яка зараз пора року?

– Літо.

– Гм... Ну, подивися ще у віконце, у що там дітки бавляться?

– Сніжками жбурляються, на саночках катаються.

– То яка зараз пора року?

– Літо.

– Ну а подивися, дівчинко, що на тобі зараз ?

– Шапочка, шалик, шубка.

– То яка зараз пора року?

– Літо.

– Ну, як же так? Замети, сніжки, шубка... Яке ж це літо?!

– Отаке фігове літо!

Спосіб визначення пори року, що задається психіатром, тут явно феноменологічний – він апелює до тих ознак зими, які представлені в його або його оточення суб'єктивному досвіді. Але якщо піднятися над побутовим планом і спробувати визначити пору року об'єктивно, то виявиться, що це певна частина періоду обертання Землі навколо Сонця. Конкретні ж погодні умови, що супроводжують цю пору року, визначаються множиною факторів і

загалом не можуть вважатися однозначним її показником. Таким чином, дівчинці вдалося піднятися над очевидностями, що панують у свідомості лікаря, і відокремити їх від об'єктивної реальності. У результаті значення, що у своєму функціональному плані задавалося феноменологічними ознаками, раптом “відліпилося” від свого денотату – пори року. І справа тут уже не в тому, правильно або неправильно ця пора року була визначена, тобто яка пора року була “насправді”, а в самому способі цього визначення.

Розгляньмо механізм дії ще одного анекдоту:

Султан збирає свій гарем у внутрішньому дворі палацу: “Мій гарем! Ми Вас розлюбили! Ми йдемо від Вас до іншого гарему!”.

Анекдот зобов'язаний своїм існуванням системі пресупозицій, пов'язаних із концептом шлюбу. Шлюб у нашій культурі тісно асоційований з поняттям любові. Бути одруженим і жити з кимось за власним вибором, як правило, означає любити когось. Тоді жити з гаремом – означає любити гарем. А значить, його можна розлюбити і піти до іншого гарему. Така логіка кінець кінцем привносить до ситуації елемент абсурду, оскільки навряд чи можна когось полюбити і розлюбити оптом. Послідовна логіка є абсурдною, тому що вона висвітлює наявність смислових неузгодженостей, закладених у концепт шлюбу. З одного боку – трепетне почуття, з другого боку – соціально оформлена система стосунків, що передбачає, в одному зі своїх різновидів, багатоженство. Абсурд виявляє приховані смислові навантаження, вкладені в концепт шлюбу і пов'язані з феноменологічним способом його визначення, та підкріплює їх самоочевидність.

Іноді різні смисли, що співіснують в одному понятті, стають чіткішими; тоді вони перетворюються на конотації слова – різні аспекти його значення. Але значення сприймається як щось об'єктивно задане, природне і ніби “само-собойне”, тому суб'єктивні смисли, що стоять за ним, не рефлексуються. Гумор зіштовхує їх і тим самим робить явними. Наприклад, в епоху суперечок про штучний інтелект надається вирішення: “Я завжди говорив: машина мислити не може! Машина мусить їхати”! (КВК, “Одеські джентльмени”). Тут стикається узагальнено-наукове і конкретно-побутове розуміння слова “машина”, що дає змогу розкрити систему пресупозицій, суб'єктивних “передрозумінь”, які довізначають для індивіда, яке з можливих значень слова він

актуалізує у свідомості. Той або інший вибраний смисл показує, в якому проблемному полі перебуває цей індивід, і таким чином здатний дати його приховану характеристику.

Різні конотації слова з часом можуть перетворитися на самостійні значення, тобто окремі концепти. Тут можна згадати спосіб використання омонімів у гуморі, з якого і розпочинався аналіз смішного.

Але проблемне поле, в якому перебуває індивід, – це не лише суб'єктивні характеристики цього індивіда. Це певний символічно окреслений контекст, який неявно сприяє тому або іншому розумінню ситуації, стаючи прихованою програмою для її інтерпретації. Згадаймо анекдот про Шерлока Холмса і доктора Ватсона, яких сильним вітром, коли вони подорожували на повітряній кулі, занесло в невідомому напрямку. Коли, нарешті, вітер стих і куля почала опускатися, Холмс і Ватсон побачили людину, що стояла внизу:

– Де це ми, сер?

– На повітряній кулі!

Тут знову піднявся вітер, і кулю понесло:

– Ви знаєте, хто це був, Ватсоне?

– Хто ж, Холмсе?

– Однозначно, це був математик.

– Але чому Ви так вирішили?

– Тільки математик міг дати таку точну і таку марну відповідь!

Виявляється, тлумачення поняття про місцезнаходження і питання де? може бути різним. Можливо, найбільш точним і, так би мовити, науковим способом було б визначення координат (до речі, напевно, саме такий спосіб локалізації був би більш природним для математика). Але і визначення координат передбачає загальне передзнання про точку відліку і спосіб вимірювання, тобто наявність загальних пресупозицій. Утім, така точна відповідь навряд чи цікавила Холмса. Звісно, формально місцевий житель відповів сищиківі. Але для того, щоб Холмс *отримав* відповідь на своє запитання, тубільцеві треба було довизначити ситуацію, виходячи з проблеми тих, хто летить на повітряній кулі. Однак ця проблема не була задана явно, вона усього лише малася на увазі в запитанні. У цьому сенсі той, хто відповідав, звісно, міркував як

математик – він вирішив завдання, виходячи з тих даних, які були явно представлені у формулюванні. Таким чином, тлумачення ситуації визначається проблемним полем, у якому перебуває індивід; це інтерпретація, яка завжди існує в межах певного контексту і правомірна тільки в ньому. Символічна дія припускає вже існуючу актуальність, уготовленість певної парадигми та ідентифікує об'єкти і ситуації виключно всередині неї.

Це, зокрема, те предметне поле, всередині якого тільки й може існувати визначеність значення. Так, в одному дитячому анекдоті Василь Іванович невідомо довізначав поняття “білі” – то як “гриби”, то як “білогвардійці”, постійно не потрапляючи в потрібну парадигму.

Змінюючи парадигму, гумор ніби знущається із суб'єктивного смислу, що підготовлює розуміння, при цьому зберігаючи цілим формальне значення слова або вислову:

У футбол грають 22 людини, а виграють німці.

Але саме висвітлюючи суб'єктивний смисл і відділяючи його від значення, гумор методом від супротивного показує зав'язаність нібито об'єктивних визначень реальності на суб'єктивних пресупозиціях.

Вище зазначалося, що смисл здатний слугувати так званою об'єкт-гіпотезою, яка передуює оформленості значення на основі даних попереднього досвіду. Гумор показує, що смислові пресупозиції виступають свого роду гіпотезою для ідентифікації ситуації в цілому. Протиставляючи ці гіпотези дійсному ходу подій, він робить їх явними. Це положення корелює з представленим вище кантівським розумінням смішного, згідно з яким останнє зводить наші очікування нанівець. Але річ у тім, що гумор руйнує не очікування взагалі, а експектації, що ідентифікують ситуацію, тобто припущення-пресупозиції. При цьому відмінюється не те, що думалося про предмет, а те, що розумілося під самим предметом. Тому жарт завжди містить у собі неявну рефлексію над ситуацією, він завжди перебуває нібито над нею, завдяки чому і здатний виявити в ній новий ракурс, що відмінює, здавалося б, природний і тому однозначний хід подій. Гумор – прекрасний методолог: він займається не вирішенням проблеми, а тим, що, власне, складає проблему, представляючи метапозицію щодо дискурсу і метамову щодо значення. Кант абсолютно правий, коли зауважує, що тут

важливо не те, підтвердилися чи не підтвердилися наші очікування, а важлива правоможність самих очікувань. Саме їх гумор руйнує, обертає на ніщо. А проте пояснення Канта не є вичерпним, оскільки очікування зовсім не обов'язково відмінюються або анулюються, а швидше трансформуються. Адже жарт або анекдот, як правило, робить ситуацію, що формує очікування, не безглуздою, а такою, що виявляє інші, несподівані смисли і ракурси (тут можна пригадати точку зору Лука). Наприклад, фраза про те, що чорні діри з'явилися там, де Бог поділив на нуль, відкриває якийсь свій, специфічний спосіб розгляду Всесвіту.

Роль смислотвірної гіпотези стає особливо виразною, коли жарт починається з відомої фрази або стійкого словосполучення, яким він несподівано надає нового значення. Наприклад:

Служить бы рад, прислуживаться тоже.

Або:

Ничто человеческое мне не нужно.

Тут початок вербальної форми вже актуалізує стійкий смисл, пов'язаний зі знайомим висловом, який потім виявляється насправді нереалізованим. У результаті підсумкове формальне значення і первинний суб'єктивний смисл розділяються. Кінець кінцем тут розпадається весь семантичний трикутник: знак відділяється і від звичного значення, і від відповідного референта. Щось схоже вже спостерігалось, коли гумор для цих же цілей використовував омоніми. Але, як виявилось, для того щоб відірвати знак від значення і протиставити смисл денотату, можна використовувати не ідентичні, а просто схожі знаки, оскільки актуалізація смислу відбувається вже на рівні гіпотез – ще до повного пізнання словосполучення або фрази.

Узагалі, вихід за межі поставленої суб'єктивної гіпотези – улюблений прийом гумору. Згадаймо веселу компанію з “Дванадцяти стільців” – Галкіна, Палкіна, Малкіна, Чалкіна і Залкінда [Ильф, Петров, 1974]. Так легко вгадувана закономірність раптом нібито недоречно псується, і те, як це робиться, не може не викликати посмішку. Але річ у тім, що “закономірність” ми вгадували самі, так що вона завжди умовна і тому належить суб'єктивному образу. Реальність же незалежна від умовностей – ну, хто, справді, сказав, що представники творчого колективу зобов'язані носити прізвища, що римуються? Гумор, зіштовхуючи вгадуване і реальне,

знову-таки відділяє суб'єктивне від об'єктивного. І неважливо, що “реальність” в даному випадку є художнім вимислом письменника. Важливо те, що за допомогою рукотворних прийомів авторові гумористичного твору вдається утворити люфт між тим, що таке реальність, і тим, як ми її реконструюємо. І те, що в основі таких реконструкцій лежать первинні гіпотези, є для цих цілей благодатним ґрунтом. Адже гіпотеза формується якраз там, де немає вичерпної повноти даних, а значить вона цілком може виявитися неадекватною. Тоді, здавалося б, у провалі гіпотези не може бути нічого смішного – це цілком зрозумілий і навіть очікуваний процес. Але вся річ у тім, що гумор має справу не просто з гіпотезами, а з експектаціями, що реконструюють реальність. Це не місце для проб і помилок, а твірні вектори простору, в якому здійснюються проби. Така гіпотеза завжди лежить “за”, по той бік від сприйняття самого предмета, і її рефлексія є окремою роботою, оскільки усвідомлення її перебуває в іншому плані – за межами безпосередньо сприйнятого змісту. Тому, як зазначалося вище, сміх не спростовує положення, а підриває реальність.

Якість таких умовно існуючих (і співіснуючих) реальностей можна порівняти з ігровим простором. Це смислове поле, яке організовано за певними правилами, і правила ці начебто очевидні і належать до сфери взаємних домовленостей. Але все-таки гумор примудряється їх порушувати. Наприклад, після “Галкін”, “Палкін”, “Малкін”, “Чалкін” за ідеєю ніяк не повинно було б іти “Залкінд”. Так само, якщо у футбол грають 22 людини, то вигравати повинен хтось із них, а не німці. Тобто німці, звісно, теж можуть до них належати, але такий спосіб визначення буде “не за правилами”. Так само, якщо віднесені вітром люди цікавляться, де вони опинились, то “за правилами” відповідь повинна містити назву місцевості, а не вказівку на повітряну кулю. Якщо ж ми собі уявляємо героїв громадянської війни, то визначення “білі” може означати тільки білогвардійців, а не сорт грибів. Останній приклад показує, що гумор здатний зламувати самодостатність і повноту певного світу, що існує в нашій свідомості і організований за цілим рядом правил, як, наприклад, героїка громадянської війни. Прикладів таких зламів багато – це, зокрема, анекдоти про Штірліца або героїв сучасних блокбастерів. Одним з найбільш показових може бути історія про хоббіта Фродо з “Володаря кілець”,

який після важкого поранення опритомнює в ельфійському замку, де добрий і мудрий чарівник Гендальф говорить йому: “Ласкаво просимо до реального світу!”. Злам цілісного простору казки тут відбувається з “подвійною жорстокістю”: по-перше, казковий світ і реальний світ за визначенням – антоніми, але всередині самої казки така рефлексія є забороненим прийомом; по-друге, фразу “Ласкаво просимо до реального світу!” запозичено з “Матриці” – іншого культового фантастичного сюжету, зі своїми правилами і міфологемами. Таким чином, анекдот являє собою неприпустиму операцію, примушуючи одночасно бути і всередині, і поза умовним простором. Можливим це стає тільки після зламу цілісності світу або, по-іншому, порушення правил ігрового поля.

Чому ж тоді за терористичними діями гумору настає така радісна і весела реакція, як сміх? Адже жарт руйнує цілісність іноді дуже складного і тонко організованого умовного світу, виступаючи при цьому правопорушником, що використовує заборонені всередині цього світу прийоми.

Річ у тім, що з формальної точки зору гумор зазвичай не порушує ніяких правил, навпаки, він строго дотримується своєї вихолощеної логіки. Так, візаві Шерлока Холмса мав цілковите право відповісти, що той перебуває на повітряній кулі; відповідь Гендальфа також цілком закономірна, адже Фродо довгий час пробув у непритомному стані і дійсно повернувся до реальності; Чапаєв не зобов'язаний знати, які саме “білі” мають на увазі, і т. ін. На рівні значень логіка сюжету постійно зберігає свою змістовність; вона втрачає її тільки на рівні смислу. Таким чином, тут знову відбувається протиставлення й розподіл смислу і значення, завдяки чому презентація реальності втрачає свою натуральність, а ясно постає суб'єктивно заданою і в цьому сенсі штучною. Гумор невпинно вбиває псевдоприродність умовних світів. Його можна порівняти з логікою інопланетянина, тобто розумної істоти, здатної будувати висновки з посилок, але досвід якої абсолютно далекий від звичного земного способу життя, тобто абсолютно позбавленого системи самоочевидних пресупозицій. Тому він дає можливість подивитися на “цей світ” збоку.

Під прицілом гумору постійно перебувають будь-які ідентичності і презентації. Як тільки межі ігрового або взагалі умовного простору окреслені і правила задані, ми всередині цих

рамок вже маємо систему усталених ідентифікацій. Умовності – це і є негласні домовленості, що лежать в основі позначення, або, ширше, ідентифікації об'єктів і ситуацій. Але повна ідентичність – це результат мимовільного зрощення способу позначення (і розуміння) об'єкта і самого об'єкта. Як тільки втрачається рефлексія суб'єктивного в цьому процесі, предмет і об'єкт перестають розділятися. Цей процес якраз і відбувається при зануренні в умовний простір, і саме він перебуває під прицілом гумору.

Це те, що називається заграванням, коли гра як процес, що оформився, набуває деякої самозначущості. Недарма кажуть, що гра – це дуже серйозна справа. І як тільки в ній з'являється елемент серйозності, вона одразу ж дає і потенційну їжу для смішного.

Вище вже зазначалося, що процес загравання пов'язаний зі зміщенням мотиву гри на її мету. Це відбувається, коли той умовний орієнтир, який підбирався заради реалізації внутрішніх буттєвих інтенцій, у процесі гри стає значущим сам по собі. Так, для професійного футболіста не має значення, що м'яч у воротах супротивника – це умовна мета, яка навряд чи має якесь об'єктивне значення. Для нього це реальне і важливе завдання. Рефлексія того, чи має кількість забитих голів об'єктивне або суто умовне значення, лежить вже за межами ігрового процесу.

Те ж саме стосується будь-якої діяльності – не лише ігрової. Її мотиви і цілі, як відомо, переважно розділені. При цьому мотив може витіснятися, забуватися або змінюватися. Мета при цьому цілком може зберігати свою суб'єктивну значущість. І тут питання про смисл набуває особливої актуальності: після того як мотив змістився на мету, остання вже не співвідноситься з більш широким контекстом – діяльність здійснюється вже заради неї самої (що іще не значить, що вона сама по собі дає задоволення). Відсутність актуалізації мотиву у свідомості сприяє цьому процесові. Досягнення мети стає значущим само по собі без рефлексії того, для чого ця мета була потрібна. При цьому втрачається і весь контекст – той комплекс умов, за яких ця мета є виправданою.

Уже йшлося також і про відкриту Леонтьєвим концептуальну кореляцію між парами “мотив – мета” і “смісл – значення”. Дія цієї кореляції явно проявляється в смішному, а саме в тих його прикладах, де діалектика смислу і значення обертається діалектикою мотиву і мети, наприклад:

У НДІ цитології і генетики був виведений новий, досконаліший директор НДІ цитології і генетики (КВК, “Уездный город”).

У цьому жарті реалізується та сама “логіка інопланетянина”, за якої формально логічний сюжет виноситься у відриві від загального смислового поля з усіма його умовами й умовностями. На рівні значень (і цілей) тут немає суперечностей: забезпечення максимальної ефективності є важливим елементом будь-якої серйозної діяльності, у тому числі й наукової. Послідовна логіка розгортання цієї діяльності поза врахуванням смислового контексту виявляє суперечність з тими соціальними умовами, які до того здавалися цілком природними. У цьому прикладі здійснення наукової діяльності як процесу пізнання не стикається з принципами здійснення цієї діяльності як соціальної практики, яка сприймається як безумовна складова наукового пізнання. Гумор, виявляючи суперечність, показує різнорівневість цільової складової діяльності і правил-умов, за яких вона здійснюється, відокремлюючи зовнішні мотиви від внутрішніх.

В останньому жарті розкривалася неоднорідність мотиваційної і цільової складових діяльності. Жорсткіше протиставлення мотивів і цілей представлено в анекдоті про згвалтовану прибиральницю, яка в найбільш невідходящий момент не змогла “пройти по вимитому”. Зміщення мотивів на мету в рамках професійної діяльності – справа звичайна. При цьому цільовий об’єкт – у даному випадку вимита підлога – набуває особливого мотиваційного навантаження і стає цінним уже наче як сам по собі. Образ об’єкта у свідомості індивіда набуває деякої ціннісної складової, яка зазвичай не рефлексується і не відділяється ним від самого об’єкта.

Але те ж саме відбувається в будь-якій постійній, передусім культурно регламентованій і регулярно відтворюваній діяльності. Будь-який об’єкт, включений у соціокультурне середовище, так чи інакше супроводжується набором явних або неявних приписів за способом взаємодії з ним. Ці приписи відображають як культурний досвід, так і соціальні очікування й виражаються в безлічі категоріальних настановлень, у тому числі і символічно закріплених. Тому значення – це не просто категоризація об’єктів і явищ дійсності, а й неявний спосіб взаємодії з ними. Воно відображає не просто місце об’єкта у світі через зв’язок з іншими

об'єктами, але передусім його місце в соціокультурному світі. Це точка зору, представлена на основі суспільно-історичного досвіду. Місце об'єкта у світі визначається, виходячи з парадигмальних зв'язків, якими навантажене відповідне значення. Причому це місце і, відповідно, спосіб взаємодії з об'єктом будуть щоразу іншими залежно від залучення об'єкта до різних парадигм, тобто ідентифікації його з різними значеннями.

У межах тієї або іншої парадигмальної залученості змінюватиметься і система конотацій, що асоціюються із цим об'єктом. Конотації здатні виражати фіксовані соціальні настановлення щодо об'єкта – те, як прийнято про нього говорити і думати. Вибираючи спосіб ідентифікації об'єкта, можна формувати різне до нього ставлення. Так, одну й ту саму країну можна назвати батьківщиною Гете і Шіллера, а можна назвати країною, що принесла світові жахи фашизму. У першому випадку виникають асоціації з великою німецькою культурою, у другому – з Другою світовою війною, концтаборами, мільйонами жертв тощо. Ці дві ідентифікації задаватимуть два абсолютно різних плани дискурсу, два способи сприймання та обговорення об'єкта, причому що та, що та ідентичності будуть істинними. Саме ця істинність провокує злиття в індивідуальній і громадській свідомості денотату і способу його мислити, тобто значення. Тому, назвавши об'єкт, ми вже провокуємо на певне його бачення і певний спосіб взаємодії з ним, і в цьому сенсі дефініція є маніпуляцією. Точніше, маніпуляцією вона стає, коли суб'єктивний аспект значення перестає усвідомлюватися і відбувається зрощення об'єкта і способу його визначення. У результаті суб'єктивний спосіб бачення об'єкта, у тому числі й оцінне ставлення до нього, зливається із зовні об'єктивною визначеністю значення і таким чином стає начебто природною характеристикою об'єкта. Кінець кінцем, будь-яке значення навантажене своїми асоціативними рядами і своїм оцінним змістом.

Такі суб'єктивні оцінки гумор часто протиставляє позначеним ситуаціям, відділяючи суб'єктивний аспект значення від денотату. Наприклад, дитячі анекдоти про Вовочку або про “маленького хлопчика”, де саме позначення головних персонажів є пестливим, як правило, насичені дуже брутальним змістом. При цьому діти нібито самі з великим задоволенням зривають систему конотацій –

блакитних або рожевих стрічечок, якими прикрашено поняття дитинства.

“Дорослішим” прикладом може служити історія про гордість російського автопрому машину “Лада-Калина” ручного складання. При цьому деталі “хенд-мейд” є унікальними і не можуть підходити до різних авто. Лагодження машини в результаті стає безглуздом (“Прожектор Перисхилтон”). Відповідним жартом радянського періоду було гасло: “Радянські комп’ютери – найбільші комп’ютери у світі!”. Тут гумор користується тим, що поняття “найбільший” або “ручне складання” містять у собі конотації типу “досягнення” і “якість”, та вдосталь іронізує з приводу недоліків, що їм суперечать.

Улюбленим прийомом гумору, який часто розглядається як його засаднича риса, є опускання високих ідеалів до конкретно-побутового рівня: те, що прийнято вважати безумовно значущим, піддається зухвалому висміюванню. При цьому урочисті події можуть подаватися в простацькому стилі викладу або, навпаки, високий стиль навантажується нарочитою примітивністю змісту, прославлені герої потрапляють у непристойні ситуації і т. ін. Але це не значить, що метою гумору є висміювання цінностей як таких, та він би і не впорався із цим завданням. Поле його діяльності – мімікрія суб’єктивного під об’єктивне, смисл, що злився зі значенням, коли належне ставлення вже наперед уписане в систему репрезентацій; об’єкт уже за визначенням є хорошим або поганим, і до нього вже заздалегідь треба переживати певні почуття. При цьому смисл уготований ще до сприймання об’єкта і незалежно від нього. Гумор же відділяє наперед уготований спосіб сприймання ситуації від самої ситуації.

Крім того, цінності, вписані в картину світу і символічно в ній закріплені, видаються первинними і само собою зрозумілими. Гумор зі своєю “логікою інопланетянина” часто спростовує таку псевдоприродність ціннісних настановлень, наприклад:

Убив бобра – врятував дерево.

Слід зазначити, що змішування різних стилів в одному творі використовується не лише для виходу за межі сталих ціннісних диспозицій. Узагалі, такий спосіб складання або озвучення розповіді, коли його тон суперечить змісту, є типовим гумористичним

прийомом. Тут може використовуватися і манера виконання, і стиль написання твору.

Одним із варіантів цього прийому є випадок, коли сучасний авторові персонаж переноситься в іншу епоху – наприклад, “Янки при дворі короля Артура”, або ж комедії, в яких сучасний спосіб мислити переноситься на шекспірівський світ. Тоді відбувається поєднання двох культурних просторів в одній реальності, яке виражається в зіткненні двох різних дискурсів, двох способів мислити в одному об’єкті. Причому для кожного способу мислити існує своя семантика, своя манера позначати дійсність, через яку просвічується культурний досвід епохи. Накладання двох традицій на один сюжет, на одну ситуацію показує, наскільки соціально опосередкованим є спосіб репрезентації дійсності, закладений у семантику. Іншими словами, простір значень відділяється від простору об’єктів.

Це вже не просто зіткнення двох конотацій або двох значень в одному денотаті, унаслідок чого, як можна було бачити, суб’єктивний смисл відділяється від об’єкта. Це зіткнення і накладання двох систем позначування, організованих за своїми правилами, а саме – як прийнято щось обговорювати за певних умов. Тут знову йдеться про ті умовні світи, які були названі ігровими полями.

Ці поля не обов’язково пов’язані з певним історико-культурним пластом (наприклад, лицарські легенди Середньовіччя). Це можуть бути і субкультурні дискурси в межах одного періоду, наприклад, побутовий, науковий, молодіжний і т. ін. Причому індивід може по черзі користуватися тим або іншим дискурсом, тим або іншим способом позначування ситуацій залежно від перебування в тій або іншій субкультурі з її системою правил. Накладання різних соціально обумовлених типів дискурсу в одній історії – також поширений гумористичний прийом.

Кожна субкультура має не лише свої особливості дискурсу, але і свій набір цінностей, свої поняття про те, що є правильним або неправильним, прийнятним або неприйнятним і навіть красивим або некрасивим. Як уже зазначалося, ці культурно опосередковані характеристики об’єктів у межах певного соціального середовища зі сформованим у ньому дискурсом приписуються самим об’єктам, постаючи в нерозривній єдності з ними як їхні природні властивості. Неусвідомлюваність ціннісних систем, що

функціонують у різних субкультурах або навіть просто соціальних рухах, прошарках, професійних колективах тощо, призводить до того, що не лише в масовій, а й в індивідуальній свідомості цілком уживаються різні, часом несумісні ціннісні орієнтації. Але така “ціннісна шизофренія” стає явною в разі застосування цих систем до однієї і тієї ж ситуації, аналогічно тому, як суб’єктивний аспект функціонування значення стає явним при зіткненні двох значень в одному денотаті, в одній точці прикладання:

Чому в Росії немає порядку? – Ленін у мавзолеї лежить не за фен-шуйем.

Оголошення на дверях аудиторії:

Екзамен з наукового атеїзму переноситься на час різдвяних свят.

Насправді йдеться не лише про якісь світоглядні цінності, а взагалі про різні оцінні орієнтири, що співіснують у нашій свідомості:

Запис у шкільному щоденнику:

Ваш син бився на перерві. – Нижче приписка: Але переміг.

Використання того або іншого типу дискурсу, актуалізація того або іншого ціннісного ряду тісно пов’язані з тією соціальною роллю, яку в даний момент “грає” індивід. Будучи залученим до різних діяльностей і соціальних відносин, він сприймає різні аспекти реальності – різні предмети – в одних і тих самих об’єктах і ситуаціях. Функція і цінність останніх змінюються залежно від тих відносин, до яких вони залучені. Тому одному об’єкту можуть відповідати різні значення з різними конотаціями. Парадокси виникають на підставі того, що предмет суб’єктивно не відділяється від об’єкта, і відбуваються тоді, коли різні “значенневі” (парадигмальні) пласти раптом поєднуються, накладаються один на одного. Так само при цьому накладаються одна на одну й “ігрові”, а точніше – діяльнісні, ролі. У результаті суб’єктивна реальність вибухає, ніби відшаровується від об’єктивної, а індивід відділяється від звичних ролей, стає не тотожним до них. Останнє для суб’єкта – такий самий парадокс, як відділення об’єкта від зрощеного з ним значення, оскільки соціальна роль, на відміну від справжніх ігрових ролей, сприймається абсолютно серйозно, є абсолютно справжньою і, як правило, не рефлексується. Адже і доросла діяльність, на відміну від дитячих ігор, є цілком серйозною і

відбувається “по-справжньому”. Парадокси починаються там, де трансформується статус такої “справжності”.

Щоб згадати про смислові трансформації, пов’язані з дорослою діяльністю, звернімося ще раз до основних постулатів Леонтьєва. По-перше, мотив і мета соціально опосередкованої людської діяльності звичайно розділені. По-друге, мотив діяльності, на відміну від її цілей, може бути неусвідомленим. По-третє, у процесі розвитку діяльності відбувається зсув мотиву на мету – остання перебирає на себе мотиваційні функції і стає значущою наче як сама по собі. Від себе додаю, що другий і третій пункти внутрішньо пов’язані: для того щоб діяльність була спрямована на мету за незрозумілого мотиву, ця мета повинна являти із себе не просто допоміжний об’єкт для чогось (невідомо чого), а мати самостійний статус, певний аспект зобов’язальності. Але мета – це завжди певний ідеальний об’єкт, бажаний стан справ, інакше кажучи – суб’єктивний образ елемента дійсності. У разі неусвідомлюваного мотиву цей елемент дійсності наділяється своєрідною внутрішньою значущістю. Більш узагальнено можна сказати, що будь-який елемент дійсності може бути наділений своєю значущістю різної вираженості і різної якості залежно від його відповідності тим або іншим мотиваційно-потребовим запитам, тим паче що четвертий постулат ставить цілі діяльності у відповідність до семантичних значень.

Отже, об’єкт, представлений крізь призму значення, завжди наділений деякою внутрішньою значущістю (суб’єктивним смислом) і розглядається з погляду своєї функціональності. У ньому вже у знятому вигляді зафіксовано ту систему соціальних і діяльнісних відносин, яка завдяки значенню опосередковує взаємодію індивіда із цим об’єктом (з чим цілком погодилася б марксистська психологія). Тобто ті трансформації смислів, які притаманні системі значень, внутрішньо пов’язані з трансформаціями в соціокультурній організації життя і діяльності. Але ця система відносин, будучи для індивіда деяким інваріантом, сприймається як щось обов’язкове і необхідне, тому і значення сприймається як щось природне, а не умовне.

Так само умовні правила поведінки, що постійно реалізуються, починають імітувати природність. Відтворювані в межах тих або інших соціальних ролей, вони закріплюються і стають певним

культурним стереотипом, соціальною типажністю (як той образ бомжа або дизайнера із жарту). Тоді культурне середовище диктує свої правила “гри”, які у відповідних ситуаціях стають чимось само собою зрозумілим.

Але, як уже зазначалося, свої ролі дорослі грають цілком серйозно. Саме серйозність діяльностей і соціальних відносин сприяє закріпленню значень у картині світу, що сприймається як реальність. Несерйозність гри за визначенням робить будь-який розподіл ролей між індивідами або предметами умовним. Гра й існує тільки доти, доки зберігається це умовне поле. Але в результаті загравання або соціально схвалюваного закріплення ролей така умовність стирається. У результаті значення разом із смисловими пресупозиціями входять до картини світу, а точніше – складають цю картину.

Втрата умовності в серйозних псевдоіграх становить благодатне підґрунтя для появи смішного. Тому логіку гумору можна ще назвати логікою дитини, яка не бачить за речами тих смислів, які бачить за ними дорослий. Іноді це наївність, що граничить з дурістю, яка розвінчує некомпетентність того або іншого типажу (анекдоти про чукчів, білявок тощо), іноді це дитяча простота, яка висвічує, що за дорослими настановленнями і ролями приховується голий король.

Тепер зрозуміло, яким чином гра і гумор (більш загально – смішне) протистоять серйозному. Гра – це несерйозне (але яке ще може таким стати). Сміх – це антисерйозне: він живиться серйозним і руйнує його. Він виникає там, де з’являються якісь ідентичності (і, відповідно, категоризації). Як тільки заявляється, що оце є тим-то, воно тим самим потенційно вже потрапляє під приціл гумору. Річ у тім, що будь-яка презентація речі містить у собі також і спосіб вказування на цю річ, тобто щось більше, ніж те, на що вона вказує. Цей указивний перст, суб’єктивний модус репрезентації, необхідний для того, щоб вона народилася, якраз і виловлюється гумором. Адже в самому презентованому (в денотаті) цієї вказівки немає – ми не можемо одночасно сприймати і зміст презентації, і модус, у якому вона існує, – у результаті ми й втрачаємо останній, переставши рефлексувати умовне. Смішне знаходить і висвічує цей модус, тим самим повертаючи нас до реальності – до справжньої реальності.

Тут я, випереджаючи подальший аналіз, дещо розширила категоріальні рамки цього теоретичного дослідження, перейшовши від поняття гумору до більш загального поняття смішного. Адже досі тут розглядалися тільки вербальні і тільки суб'єктно сконструйовані форми цього різнобічного явища. Чи можна поширити віднайдені вище механізми, характерні для гумору, і на інші феномени смішного?

Розгляньмо один із простих і водночас класичний комедійний приклад, який нерідко трапляється і в буденному житті, – людина, що посковзнулася на льоду або на банановій лушпайці. Облишмо питання естетичного смаку щодо того, наскільки це смішно для конкретного читача, а також питання природного етичного співчуття до людини, що впала. Спробуймо зрозуміти, чому все-таки ця ситуація виступає хай і дещо примітивним, але поширеним прикладом смішного, тобто чому цей травматогенний епізод викликає сміх у спостерігача такої пригоди .

Уявімо собі дві ситуації. Перша: людина, наприклад полярник, пробирається по засніженій слизькій кризі, докладає величезних зусиль, падає, але підводиться, знову продовжує шлях і так далі. Така картина викличе в спостерігача радше співпереживання щодо головної дійової особи, яка героїчно долає труднощі на своєму шляху. В усякому разі падіння тут виглядатиме не смішним, а, якщо так можна висловитися, природним. Друга ситуація: упевнений у собі громадянин пристойного вигляду, скажімо, діловито переглядаючи матеріали до майбутнього брифінгу, у своєму пальті від Армані раптом простягнувся на підступному льодку. Швидше за все саме ця картинка розсмішила б стороннього спостерігача. Спробуймо відповісти на запитання: чому?

Залишмо поки осторонь питання класової неприязні до процвітаючого хазяїна життя. Якби на його місці виявився, скажімо, модний і дуже крутий молодик з почуттям значущості на обличчі, картинка все одно була б не менш кумедною. Навряд чи первинним може бути і питання співчуття – урешті-решт, невідомо, хто більше постраждає в разі падіння: загартований полярник чи солідний громадянин.

Тоді можна припустити, що на відміну від людини, яка важко пробирається по льоду, ані діловий громадянин, ані модний молодик не чекали свого падіння і не були до нього готові.

Несподіваним це падіння виявилось і для зовнішнього спостерігача. Тобто, можливо, усе той же чинник здивування є визначальним для того, щоб ситуація сприймалася як смішна. А втім, у житті наших героїв могло статися безліч несподіваних ситуацій, які ані їм самим, ані випадковим глядачам не здалися б смішними.

Я пропоную пояснення абсолютно аналогічне тому, що розглядалося для вербальних форм смішного, коли значення раптом виявлялося відмінним від свого денотату. Так само і тут: суб'єктивна інтерпретація об'єкта раптом виявляється відмінною від самого об'єкта. Іншими словами, останній раптом відділяється від свого образу, який вже склався, що, звісно, теж є локальним підриванням суб'єктивного світу.

Просто, як і у випадку з вербальними значеннями, об'єкт інтерпретується в рамках певних категорій, заданих досвідом, – ми можемо відрізнити солідного громадянина від модника, не називаючи їх при цьому конкретними словами, тобто вербальними знаками. Але все одно бачення об'єкта пов'язане з певним способом його інтерпретації – у даному випадку із соціальною роллю. І подібно до будь-якого концепту ця роль має свої парадигмальні асоціації і свій набір правил поведінки. Але яким би складним і навіть розмитим не був такий набір правил для ділової людини або крутого модника, він точно не включає пункт “впасти на льоду” (що, однак, цілком узгоджується з образом полярника). Це не значить, звісно, що ці люди в принципі не можуть впасти, просто це ніяк не пов'язується з їхньою соціальною роллю, не виводиться з неї.

Я в жодному разі не хочу сказати, що все смішне зав'язане на понятті “соціальна роль”. Просто на цьому прикладі добре видно, що ми сприймаємо людину передусім як особистість разом з приписуваними їй соціальними або ж індивідуальними характеристиками і на основі нашого досвіду. Але ні соціальні, ні індивідуальні характеристики особистості в більшості випадків ніяк не корелюють з падінням тіла на тверду поверхню – це лежить уже в іншій площині інтерпретації. У цьому і вся справа: інтерпретуючи об'єкт у межах явно або неявно заданих категорій, ми вибудовуємо його образ у певній площині. Але об'єкт іноді випадає з площини своєї інтерпретації – з того предметного поля, в якому він розглядався.

Звернімося до прикладу не зі сфери соціальних відносин: чому нам здаються кумедними і смішними маленькі звірята? Наприк-

лад, іще незграбне цуценя вівчарки, що відважно охороняє свою територію, викличе якщо не сміх, то принаймні посмішку. Адже воно поводитьсь, як справжня вівчарка, – та, власне, воно і є справжньою вівчаркою; але воно абсолютно випадає з нашого уявлення про те, що таке “справжня вівчарка”.

І приклад з громадянами, що посковзнулися, і приклад з грізним цуценям показують, що велике значення для появи смішного мають не лише наші уявлення про об’єкт, а й самопрезентація цього об’єкта, точніше суб’єкта. І це цілком зрозуміло, оскільки самопрезентація – це вже явний або неявний натяк на певну категорію, певний образ, що представляється. Причому, якщо для цуценяти цей образ є природним (воно вже народилося вівчаркою), то для ділової людини або крутого модника цей образ буде сконструйованим (спеціально або неспеціально, усвідомлено або неусвідомлено). Саме штучно створені образи є улюбленою поживою для гумору, особливо пародій, адже під його приціл, як уже зазначалося, потрапляють будь-які заявлені ідентичності, а сконструйована самопрезентація – це і є окремий випадок заявленої ідентичності. Можливо, тому улюбленим об’єктом кепкувань часто стає той, хто собі “ціни не складе”.

Але є ще один важливий момент. Раніше ми абстрагувалися від положення, що класова неприязнь до “хазяїна життя” може бути стимулом і активізатором смішного. Але нескладно помітити, що будь-який можновладець частіше опиняється під прицілом до-тепу, ніж бідний і знедолений, і навряд чи це можна списати на заздрість. Річ у тім, що сміх спрямований проти будь-яких значущостей – значущості, закладеної в самопрезентації індивіда, або соціальної значущості наділених владою (природно, одне не виключає інше). Ця його функція поширюється навіть набагато ширше – він спрямований проти тих значущостей, які неявно вписані в картину світу і являють собою ту владу дискурсивних практик, про яку писав Фуко.

Дійсно, розглянуті приклади показують, що ми бачимо світ крізь призму категорій і значень. При цьому будь-яке значення має свій суб’єктивний аспект – спосіб вказування на реальність, яку воно репрезентує. Цей спосіб безпосередньо пов’язаний із системою соціальних і діяльнісних відносин, до яких включений цей елемент дійсності, і має певний суб’єктивно-оцінний зміст – те, як

потрібно ставитися до цього об'єкта і як з ним потрібно взаємодіяти. Фактично це згорнутий припис, програма. Крім того, це і емоційно-насичений зміст, що інтерпретує дійсність у категоріях “добре-погано” і одночасно відсилає до невідрефлексованих цінностей. У результаті об'єкти дійсності постають як певні відстрочені стимули, опосередковані системою значень.

Сміх відділяє сконструйовану в значеннях картину світу від дійсності. Одночасно відбувається і розпад зобов'язальностей, уписаних в образ цієї дійсності: об'єкти звільняються від тієї стимулювальної влади, яка в них (точніше в їхніх образах) містилася, але не рефлексувалася. Таким чином, гумор як цілеспрямоване створення смішного веде не просто підривну діяльність, висаджуючи в повітря суб'єктивну картину світу, а й революційну діяльність, знищуючи владу, фіксовану в цій картині світу сталою системою значень і категорій.

Революційна діяльність гумору проявляється ще і в тому, що він підриває соціально закріплені настановлення і стереотипи. Справді, як уже зазначалося, невідрефлексований смисл, включений у значення (власне, як і в будь-яку іншу репрезентацію), визначає настановче ставлення до об'єкта. Адже що, власне, являє собою категоризація, відтворена, зокрема, в системі значень? Це підведення окремого під загальну схему. Але якщо спосіб підведення до кінця не усвідомлений і оперування категорією не відрефлексовано, то ми отримуємо якраз прояв настановчого відображення. Крім того, як і будь-яка категорія, значення не бачить частковостей і тому типізує. Воно приховує індивідуальність, неповторність об'єкта і встановлює заготовлений погляд і спосіб дії. У межах категорії, що склалася, усе відомо і замовлено наперед, тому тут немає місця для захоплення або милування. Значення погано узгоджується з художнім сприйняттям, і хоча воно містить у собі суб'єктивний смисл, але це вже наперед установлений суб'єктивний смисл: він не відкривається в об'єкті, а передує йому. Тому індивідуальні смисли погано уживаються в соціально закріпленій картині світу. Урешті-решт, винесення інтимно-суб'єктивного на громадський суд припускає формальні критерії оцінювання, а його ж вихід у громадське, загальне користування призводить до тиражування і типізації.

Діалектику протиріч між індивідуальним і соціальним, сутнісним і формальним чудово відображено в епізоді з роману “Майстер і Маргарита”, коли Бегемот і Коров’єв намагаються потрапити в письменницький будинок [Булгаков, 1987]. Хто є письменником – у кого таланти чи офіційна, тобто об’єктивно правильна з формальної точки зору, “корочка”?

– *Так вот, чтобы убедиться в том, что Достоевский – писатель, неужели же нужно спрашивать у него удостоверение?*

– *Вы – не Достоевский, – сказала гражданка, сбиваемая с толку Коровьевым.*

– *Ну, почему знать, почему знать, – ответил тот.*

– *Достоевский умер, – сказала гражданка, но как-то не очень уверенно.*

– *Протестую! – горячо воскликнул Бегемот. – Достоевский бессмертен!* [там само, с. 710].

“Жив” чи “помер” Достоевський – тут гумор, балансує між метафорою і штампом, створює іронію з приводу живих і мертвих смислів. І, не зупиняючись на цьому, він навздогін ще встигає зруйнувати семантичний трикутник, відділяючи вербальну знакову систему від дійсності, відрізаючи ім’я від об’єкта, а заодно руйнуючи соціально схвалений порядок і соціально затвержені ідентичності: “Коров’єв проти фамилии «Панаев» написал “Скабичевский”, а Бегемот против Скабичевского написал «Панаев»” [там само, с. 711].

Тут цілком можна погодитися з Бергсоном, що смішне безпосередньо пов’язане з проявом зашкарублості й автоматизму, але тільки не в живій природі взагалі, а в людському сприйнятті, а саме – в системі репрезентацій, яка розбудовує картину світу в соціально закріплених категоріях. Саме тому суть цього феномена близька до парадоксу: він з’являється там, де образ дійсності не відповідає самій дійсності. Крім того, панування значень у картині світу, підпорядкування об’єкта значенню пояснює і появу смішного там, де “форма прагне панувати над змістом, а буква суперечить духу”. Це якраз і означає підпорядкування індивідуальності фіксованій категорії, а живого смислу – формальному знаку. Нарешті, ще один аспект прояву смішного, помічений Бергсоном, свідчить, що в основі цього феномена завжди лежить чиясь спроба

приспосувати об'єктивні речі до своєї суб'єктивної ідеї. Тут потрібно зазначити, що не всяке підпорядкування об'єктивного суб'єктивному є комічним. Воно може бути смішним тільки там, де суб'єктивне спочатку не відрізняється від об'єктивного і видає себе за це об'єктивне. Це і є значення (або категорія), що злилося з об'єктом і несе в собі невидиме й неусвідомлюване суб'єктивне – невідрефлексований спосіб виділення денотативної сфери.

Таким чином, сміх руйнує не просто штампи і стереотипи, а мертві міфи, тобто зафіксовані разом із суб'єктивними смислами уявлення про реальність. Тому не дивно, що той спектр використуваних гумором засобів і прийомів, який детально розглядався вище, безпосередньо пов'язаний з характерними рисами мертвого міфу. Це: протиставлення умовного і безумовного, штучного і природного в репрезентаціях дійсності; невідрефлексованість суб'єктивних пресупозицій, необхідних для інтерпретації ситуації; феноменологічний спосіб визначення об'єкта; зіштовхування суб'єктивного смислу і формального значення; неусвідомленість об'єкт-гіпотези, яка передусе ідентифікації значення; загравання як занурення в неререфлексований умовний простір; зсув мотиву на мету; наявність різних предметів, що відповідають одному об'єкту, але не відокремлюються від нього; нарешті, наявність емоційних оцінок у значенні та приписування об'єкту соціальної значущості.

Руйнуючи мертвий міф, сміх виконує кілька чудових справ. По-перше, це очищення картини світу від суб'єктивних пресупозицій і штампів. На якусь мить образ звільняється від затверджених категорій і схем сприймання, і об'єкт має щасливу нагоду з'явитися таким, який він є сам по собі. По-друге, це звільнення вже самого суб'єкта від неявних приписів, закладених у систему репрезентацій, від тієї стимулювальної ролі, яку вона нав'язує об'єктам. Ідеться, зокрема, про уникнення маніпулятивного впливу, пов'язаного з владою знаків. По-третє, це можливість для суб'єкта вийти за межі власних актуальних настановлень. Здійснення доцільної діяльності подібне до синтагми, що розгортається: воно припускає спочатку передзаданий смисл, який визначає спосіб побудови взаємовідносин із дійсністю та її інтерпретації, а об'єкт інтенції бачиться тільки як прагматичне значення, а не як об'єкт самособі. Займаючи властиву гумору метапозицію, індивід

завжди може відсторонено дивитися на будь-які розумові синтагми, що підкорюють одному певному задуму, і виходити за їхні межі. Таким чином, сміх запобігає зсуву мотиву на мету і залишає простір для появи різних смислів, різних способів бачення ситуації і, відповідно, взаємодії з нею.

Виведення індивіда за межі звичних настановлень і самопрезентацій має місце і в розіграшах (щоправда, без відома самого носія настановлень). При цьому, щоб викликати в людини збентеження, її ставлять у якусь незвичну або навіть лячну ситуацію.

У найпростішому варіанті розігрування зводиться до звичайного обману, який, правда, тут же розкривається. “У Вас спина біла!” – хто не чув цей першоквітневий жарт? Так само, як і в гуморі, ми ведемося на помилкову інтерпретацію ситуації, яка потім руйнується об’єктивним станом справ. У результаті ми виявляємо, що денотат не відповідає своєму значенню, або, простіше кажучи, нас обдурили. Але на відміну від гумору тут немає справжнього вибуху суб’єктивної реальності – це просто обдурені очікування, а не об’єкт-гіпотези, що не реалізувалися. Водночас і тут об’єкт жарту може посміятися над своїми невинуватими настановленнями, що автоматично сформувалися як відповідь на чужі інтерпретації ситуації.

Інша справа, якщо вдається когось, фігурально кажучи, посадити в калюжу, – це приблизно те саме, що змусити солідну людину посковзнутися на льоду. В цій своїй частині розіграш за своїми механізмами цілком відповідає гумору і взагалі комічному. Ідеться про те, щоб вивести людину з її звичної ролі та відділити її поведінку від нібито об’єктивної напередзаданості.

Неоднозначна за своїми механізмами реалізації й іронія. У її найпростішому варіанті суб’єктивний зміст вербального вислову спочатку суперечить його зовнішньому формальному значенню. Наприклад, якщо комусь, хто явно був не в ударі, кажуть “Молодець!”, то вкладений смисл тут явно протиставляється значенню вжитого слова. Така іронія є одним з видів тропів.

Якщо ж смисл, що мається на увазі, відразу не очевидний і висловлюване значення хоч би частково правдоподібне, то тоді йдеться про тонке, приховане кепкування. Саме такий варіант цю-

го феномена у підступних греків і називався іронією. У цьому випадку первинна вербальна інтерпретація ситуації розпадається і виявляє інші смисли, подібно до того, як це відбувається в анекдотах. Така іронія за своїми внутрішніми механізмами може розглядатися як різновид комічного. Тут можна згадати злий жарт Афіни, яка глузує з пораненої під стінами Трої Афродіти:

Знову намовила, видно, Кіпріда котрись з ахеянок

В стан перебігти троян, що страшенно їх так полюбила.

Пестячи ту ахеянку ошатну, напевно, дряпнула

Пряжкою з золота руку свою делікатну богиня [Гомер,

http://ae-lib.org.ua/texts/homer_iliad_ua.htm].

Тут початок тиради відсилає до цілком конкретних подій – до викрадення Єлени Парісом за намовою Афродіти. Кінець тиради – уже явна іронія з приводу поранення прекрасної богині. Така двозначність ситуації цілком укладається в механізми, що відповідають смішному, і, що цілком зрозуміло, викликає посмішки богів.

На прикладі іронії проглядається близькість смішного і тропів, зокрема й розглянутої вище метафори. Справді, і в тому, і в другому випадку йдеться про виведення об'єкта з наперед визначеної категорії, вивільнення його від дії усталеного значення і повернення останньому втраченої суб'єктивності. Водночас між цими феноменами існує суттєва різниця.

У випадку метафори значення, що використовується для образної характеристики об'єкта, у своєму прямому розумінні заздалегідь хибне і не може буквально застосовуватися до цього об'єкта (якщо навіть дуже злу людину назвати вовком, усе одно всі будуть розуміти, що вона *точно не вовк*). Саме тому для характеристики об'єкта в метафорі використовується не значення само по собі, а смисл. У результаті об'єкт сприймається крізь призму суб'єктивного бачення, що закладене в цей смисл, який виступає цінністю, оскільки відкриває дійсність, а не перетворює її на стимул.

У гуморі ж значення, що вживаються для інтерпретації дійсності, застосовуються щодо неї заздалегідь правильно. І коли виявляється, що вони суперечать дійсності за самою своєю можливістю означувати та ідентифікувати цю дійсність, то підривається сам факт правильності. Саме тоді, в результаті всієї операції, зна-

чення відривається від об'єкта. При цьому відкривається (і демістифікується) смисл, що латентно був закладений у значення і не відрізнявся від об'єктивної дійсності. Цей смисл не є знахідкою в даному випадку, більш цінним є звільнення сприйняття дійсності від закладених у ньому латентних настановлень щодо взаємодії з нею. Таким чином, метафора використовує значення, відкриваючи тим самим поетичний лад мови; натомість гумор значення підриває, протестуючи проти її застиглої прозаїчності.

Розділ 3

СМИСЛОВІ КОЛІЗІЇ В СУЧАСНОМУ СОЦІОКУЛЬТУРНОМУ ПРОСТОРІ

Розглядаючи в попередньому розділі гру, метафору, міф та смішне, я зазначала, що вони належать до внутрішньо суперечливих і онтологічно складних феноменів, доволі проблематичних для раціонального пізнання, що тим самим створює наукову інтригу і стимул для розкриття їхньої сутнісної природи. Тепер хотілося б зауважити, що їх дослідження становить не лише суто гностичну, а й практичну проблему. Справді, досліджуючи психологічні механізми, що стоять за цими явищами, можна з'ясувати загальні закономірності формування репрезентацій дійсності і ті різні модуси, в яких може здійснюватися це формування. Тобто йдеться не просто про дослідження якихось абстрактних феноменів з курсу естетики, а про конкретику формування суб'єктивного образу світу. Більше того, якщо пригадати характер формування репрезентацій у живо-му міфі, то можна акцентувати увагу на тому, що йдеться в тому числі про безпосереднє життєве відображення дійсності, включене до найінтимніших стосунків з цією дійсністю. Але міф буває не тільки живим, а й мертвим, який також вписаний у відносини інди-віда з дійсністю та містить значний маніпулятивний потенціал.

Аналіз механізмів формування репрезентацій дає змогу відсторонитися від його маніпулятивної дії і до певної міри переформатувати відносини зі світом.

Характерною рисою суб'єктивних репрезентацій є їхня опосередкованість – знаком, символом, образом – тими формами, в яких втілюється і через які відображається смисл. Ця їхня риса локалізує їх у соціальному комунікативному просторі і, власне, створює цей простір. Тому репрезентації дійсності завжди лежать на перетині відносин “індивід – суспільство” і значною мірою відображають драму цих відносин. Крім того, винесення смислів у зовнішнє опосередкування і користування, тобто в зовнішній простір, робить їх надбанням не тільки актуальних комунікацій, а й культурної традиції. Тому ті проблеми, до яких причетні розглянуті тут закономірності, стосуються не просто відносин індивіда зі світом, а й тих відносин зі світом, які мають місце в соціокультурному житті. Відтак дослідження психологічних закономірностей формування репрезентацій дають можливість проаналізувати феномени, які відбуваються в цьому житті і зі свого боку характеризують його. Якщо ж говорити про практичне застосування представленої тут теорії, то краще взяти для аналізу ті специфічні явища, які значною мірою є знаковими для сучасного соціуму і безпосередньо стосуються сфери репрезентацій дійсності.

Реклама

Реклама – постійний нав'язливий супутник сьогодення, з яким ми змушені миритися, бо пам'ятаємо, що це “рушійна сила торгівлі”. Це ніби місце комерційного компромісу: ми дивимося цікаві передачі або слухаємо улюблену музику, а на десерт отримуємо свою ложку дьогтю – рекламний ролик або джінгл. У переповненому інформаційному просторі реклама далека від ненав'язливого сервісу і поводить себе радше як справжній комунікативний агресор. Тому ми захищаємося від неї – ігноруємо її або втікаємо від неї, перемикнувшись на інший канал.

А проте реклама – корисна і необхідна річ, адже це з'єднувальна ланка між виробником і споживачем, неодмінна складова конкурентних відносин. Справді, як інакше покупець може дізнатися про переваги нового товару, як не з відповідного комерційного повідомлення?! Чекати, поки він обере цей товар випадково, методом проб і помилок, малоперспективно на перевантаженому пропозиціями ринку. Отже, реклама – це не в останню чергу і турбота про споживача та його можливості обирати краще, і виходить, що він сам має бути зацікавленим у сприйнятті такої інформації.

Усе це було б саме так, але є одне “але”. Якби у фокусі проблеми були конкурентні переваги товару, то тоді б якщо не вся, то принаймні більша частина сукупного рекламного змісту складалася б з інформації про ці переваги. Але ми бачимо, що більшість сучасної реклами, принаймні та, що призначена для масового споживача, значною мірою навантажена яскравими образами, різноманітними спецефектами, метафорами, грою слів, сексуальними приладами, епізодами з “красивого життя” тощо. За всією цією різнобарвністю не так багато місця залишається для опису конкретних принад товару. Чільне місце в сучасному рекламному бізнесі посідає посада крійтора – людини, яка знаходить яскраві, нетривіальні ходи для просування продукції. Якби йшлося просто про опис конкурентних переваг, то така робота не мала б особливо вагомого значення.

Навіщо ж витратити рекламні площі та час на образи і спецефекти, які не містять ніякої конкретної інформації про пропонований товар? Адже ефір або місце на бігборді коштують недешево. Тут можна зауважити, що справа знову-таки в тій же конкуренції, яка стосується не лише виробленої продукції, а й інформаційного простору. Останній містить безліч рекламних повідомлень, і для того, щоб бути в ньому поміченою, інформація має бути яскравою – як у прямому розумінні, тобто за допомогою кольору чи інших засобів, що привертають увагу, так і в переносному, тобто за допомогою креативних засобів подачі.

І справді, для реклами дуже важливо бути поміченою, викликати інтерес та запам'ятатися. І без додаткового забарвлення, образів або приємного звукоряду це зробити майже неможливо. Але знову є одне “але”. Якби справа була тільки в привертанні уваги,

інтересу чи запам'ятовуванні, то тоді численні рекламні художні засоби були б лише свого роду прелюдією чи обгорткою для суто інформаційного повідомлення. Але дуже часто саме рекламні образи та спецефекти концентрують на собі увагу глядача, залишаючи для інформації другорядне місце. Більше того, часто-густо вся інформація про товар зводиться до зазначення торгової марки товару – брэнда.

Рекламу, яка використовує лише художньо-образні засоби впливу на реципієнта, називають емоційною. Її протиставляють інформаційній рекламі, яка складається з конкретного повідомлення про споживчі якості товару. Зрозуміло, що більша частина рекламної продукції займає якесь проміжне становище, тобто містить у собі елементи й емоційної, й інформаційної реклами. Але в рекламі, розрахованій на масового споживача, тобто в лівій частині рекламного продукту, саме елементи емоційної реклами займають більшу частину загального обсягу повідомлення, іноді взагалі витісняючи інформацію про споживчі переваги товару. Отже, яке навантаження несе в собі рекламний образ? Яку силу він має, якщо саме йому віддають центральне місце в повідомленні, і яким чином він спроможний впливати, коли повністю заміняє собою увесь інформаційний зміст?

Переформулюємо запитання таким чином. Якщо рекламі варто довіряти принаймні в тому пункті, що вона справді спроможна впливати на споживача, а відтак акцентування уваги не на інформації, а на емоційно-образних засобах є доцільним з точки зору стимуляції купівлі, то чому такий ніби не логічний і не раціональний спосіб комунікативної подачі є ефективним? Яким чином нас спонукає до купівлі реклама, нічого або майже нічого не розповідаючи про властивості об'єкта придбання?

Це питання може бути цікавим принаймні з двох причин. Перша є суто дослідницькою. Вона стосується можливостей формування мотивації вибору товару без об'єктивних причин для цього, адже розглянута нами реклама не акцентує увагу на споживчих якостях. Друга причина полягає в тому, що це питання спонукає задуматися, чим для нас насправді є товар, якщо мотивація його придбання лежить поза прямими функціональними властивостями. Адже реклама не випадково вибудовує лінію впливу і переконання саме в такий спосіб. За допомогою маркетингових досліджень вона

дуже добре знає свого адресата і подає те, що він хоче, у той спосіб, який він сприйме. То ж чому товарові вже мало бути якісним, чому він не сприйматиметься без образотворчого десерту? Відповідь на це запитання дає можливість краще зрозуміти місце продукту в суспільстві споживання, а отже, і саме суспільство споживання. Є й інший епітет для сучасного суспільства – “інформаційне”. Зваба реклами полягає в тому, що вона безпосередньо стосується як споживання, так і інформації, об’єднуючи і масово-комунікативні, і споживчо-виробничі потоки. Тому дослідження тенденцій розвитку рекламних технологій можуть багато розповісти про внутрішній устрій сучасного суспільства і про ті передумови, на яких будуються відносини в соціумі перевиробництва і переспоживання.

Майже тавтологічно звучить теза про те, що споживання – це те, що забезпечує актуальні потреби. Саме на ній будується американська (маркетингова) стратегія побудови рекламної кампанії. Ідея дуже проста: спочатку визначається потреба, яка має бути задоволена, і далі показується, як ця потреба задовольняється певним товаром. Це нагадує апелювання до цілком раціональної поведінки споживача, коли людина приходить і обирає те, що їй потрібно. Здавалося б, що тоді реклама має зосередитися саме на ринкових перевагах товару і показувати, чому саме цей товар є найкращим для задоволення наявних потреб.

І такий спосіб рекламування справді має місце, але не він переважає в інформаційному просторі. Більше того, аналітик рекламної комунікації Х. Кафтанджияє вважає, що до об’єктивних властивостей товару вдаються лише недосвідчені рекламисти [Кафтанджияє, 2005].

Справді, вдаватися до простого переліку переваг – це надто скучно для перенасиченого розвагами простору ЗМІ. Тим більше, якщо це стосується складних технічних деталей, або хімічного складу, або особливостей використання товарів. А рекламні площі та ефірний час дуже дорогі. Тому реклама зазвичай не вдається в деталі, а йде прямо до результату – того бажаного ефекту, який не може не зачепити аудиторію. Акцент завжди ставиться саме на кінцевому задоволенні: “продавати не помаду, а красу” – відомий вислів професіонала. Головне завдання реклами – пов’язати це задоволення з рекламованою торговою маркою. Конкретика ж досяг-

нення результату дуже часто стирається або відходить на другий план (часто в буквальному розумінні, коли аналіз тестування продукції або обмеження щодо її використання даються внизу дрібним шрифтом).

Реклама створює образ, зовнішність, чистий феномен. При цьому вона практично ніколи не бреше, адже той образ, що створює реклама, завжди відповідає сам собі. Наприклад, обіцяний “екстракт орхідеї”, що навіює думки про вишуканість та екзотику, може бути в дійсності вичавкою з ванілі, яка справді належить до роду орхідеєвих. Обіцяна “аромотерапія” виявляється звичайною парфумованою добавкою, загадкові “сили океану” – блакитним барвником тощо. Рекламу можна порівняти з етикеткою (власне, теж маркетинговий інструмент), яка не так пояснює, як називає чи натякає. А натяки кожен може сприймати на свій власний розсуд.

Для того щоб відійти від феномена, від зовнішнього зображення, яке в межах рекламної естетики є бездоганним, і наблизитися до причинно-наслідкових зв’язків, що повинні зумовити цей бездоганий результат, глядач має володіти певним ресурсом критичного мислення і рефлексії. Але людина не завжди вдається до критичного мислення. А особливо – якщо їй дуже подобається результат.

Крім того, так звані евристики, тобто спосіб отримання знання як готового висновку поза аналізом, є дуже економними щодо використання особистісного часу та докладання зусиль. Люди просто неспроможні дошукуватись особливостей конструкції або хімічного складу тієї чи іншої продукції, враховуючи обмеження часу, темпи життя тощо. Усе більше зростання кількості і складності продуктів споживання, і взагалі артефактів, вимагає від людини все більше навичок орієнтації в цьому штучному світі. Про знання технологічних особливостей узагалі не йдеться. А як відомо, що менша компетентність щодо певного предмета, то більша довіра до зовнішнього джерела [Чалдини, 2000] і то більше можливостей для маніпулювання. Усе це сприяє безпосередньому, не критичному сприйманню обіцянок реклами. Використання товару при цьому дуже скидається на класичну магію: достатньо лише зовнішньої правдоподібності або асоціативного зв’язку для того, щоб повірити у можливість того чи того засобу. Типовим прикладом є апелювання до так званих сил природи або розвинених технологій (у першо-

му випадку зазвичай показуються чарівні пейзажі, а в другому – люди в білих халатах серед складного обладнання). У чому точно полягають ці сили або технології в кожному окремому випадку – невідомо. Вони діють як деяка метапричина, самі по собі забезпечуючи правильний результат. Фактично це форма сучасного магічного заклинання.

Отже, зв'язок між результатом – задоволенням потреби – і засобом – рекламованим товаром – стає досить хитким і туманним. І що більш неявним він стає, то більше посилюється навантаження на принадність рекламного образу, який має відобразити ідеальний світ, що ніби за помахом чарівної палички виникає навколо цього товару. Привабливість такого ходу полягає в тому, що він знаходить наочні, “речові”, а головне, доступні і зрозумілі засоби для вирішення складних проблем. Власне, реклама всіляко підтримує ілюзію, характерну для сучасного укладу життя в цілому, що, активізуючи споживання, ми тим самим стаємо спроможними змінювати і саме життя, або, простіше кажучи, що ми стаємо від цього щасливішими. У кінцевому підсумку реклама завжди натякає на щастя, але продає черговий телевізор або кухонний комбайн.

Принади рекламного образу забезпечують ще один козир рекламного впливу. Адже саме майстерність художньої творчості є тією підставою, яка спроможна нас повністю захопити й утримувати нашу увагу. Допоки ми залишаємося всередині рекламного дійства, ми не рефлексуємо, як саме воно зроблене, і не ставимося до нього критично. Але рефлексивні процеси особливо важливі для адекватної оцінки рекламного сюжету, який у своїй основі має постановочний характер. Ми часто бачимо, які дива трапляються завдяки використанню рекламованого товару і яке щастя він приносить своїм власникам. Але телевізійна зйомка може втілити будь-які перетворення, а щастя прописано героям ролика за сценарієм. Як дорослі люди, ми все це розуміємо. Але при сприйманні художнього твору зображення і зображуваність лежать у різних планах усвідомлення, причому безпосередньо сприймається сам сюжет, а факт його представленості відкриває саме рефлексія [А. Н. Леонт'єв, 1979]. Для реклами часто буває вигідно приховати, затушувати цей другий план, залишивши для уваги лише ігровий сюжет. Дійсно, тут ніколи прямо не стверджується, що, придбавши певний продукт, ви станете власником голлівудської

усмішки, французького шарму чи домашнього добробуту. Це просто відбувається з героєм ролика. А відрізнити чи не відрізнити реальну ситуацію від підлаштованої, проєкувати екранний образ на себе чи ні – це справа глядача. І що більше він захоплений сюжетом, то більше зусиль йому знадобиться для того, щоб відсторонитися від змісту сюжету і побачити за ним змонтовану постановочну роботу.

Тобто реклама ніби показує нам потенційні можливості товару, але цей показ розрахований лише на поверхове сприйняття. І, якщо ми не ставимося до побаченого критично, воно сприймається як справжній досвід. Тут реклама займає ніби проміжне положення між художнім і документальним твором. Як і художній твір, вона може втілювати будь-які задуми фантазії, створювати будь-які штучні сюжети і світи. Як твір документальний, вона не відривається від реальності, заземлюючись на конкретному речовому об'єкті – рекламованому товарі. Реклама веде подвійну гру умовного і реального: залишаючись чистою зовнішністю, вона претендує на справжність, але поза всякими доказами.

Щоб протистояти рефлексії, реклама зазвичай намагається мімікрувати під дійсність. Пригадаймо, наприклад, серію “живих” сюжетів з “Taid”, коли знімальна група ніби випадково заходить у пересічну квартиру до простої домогосподарки, або експерименти із зубною пастою, коли громадянам з вулиці пропонують пройти тест до і після використання товару, тощо.

Ще один традиційний прийом – звернення до авторитетів. Скажімо, ту ж таки зубну пасту рекомендуватимуть фахові стоматологи, принаймні вони будуть у білих халатах і біля бормашин. Ми не знаємо, наскільки їхня думка буде професійною і тим більше незаангажованою, але ж у нас і не завжди є час і бажання про це думати. Як авторитети часто виступають відомі діячі, просто популярні люди. Справді, якщо навіть такі особи рекомендують скористатися товаром, та ще й з таким щирим виглядом – як тут не прислухатися. А розуміння того, що будь-яка рекламна порада є проплаченою, знову-таки відходить на другий план.

Іноді реклама взагалі не намагається провести зв'язок між представленим товаром і метою його призначення, а зводиться до привабливого образу, який не несе ніякого конкретного змісту. Це якраз випадок емоційної реклами, про яку йшлося вище. Аналітики

часто пишуть, що рекламі достатньо лише викликати приємні або функціональні асоціації, для того щоб продати товар [Д. А. Леонтьев, 1999; Пирогова, 2000; Селиванова, 1999]. Тобто можна нічого не говорити про продукт, а просто помістити його в якийсь специфічний і бажано емоційно насичений антураж, тобто супроводжувати його певними образами, і тоді якості, з якими ці образи пов'язуються, якимось чином будуть згодом перенесені і на товар.

Можливо, така схема рекламування є дещо спрощеною і прямолінійною, але вона має під собою певне підґрунтя. Спробуймо розібратися, яким чином і за яких умов не пов'язаний з продуктом художній образ та викликані ним асоціації спроможні сприяти вибору певного товару.

Справді, якщо реклама є привабливою або нагадує щось приємне, то звернення до рекламованої торгової марки асоціативно може викликати ці ж приємні враження. Таке побічне, не пов'язане із самим продуктом задоволення і може розглядатися як підстава для придбання. Але якщо справді мають значення й так звані функціональні асоціації, то такого пояснення замало. Адже вони пов'язані не з безпосереднім задоволенням, а із специфічними властивостями об'єкта. Їх залучення буде виправданим лише в тому разі, коли вони якимось чином впливають на формування образу товару.

Цей приклад я наводила, коли аналізувала психологічні механізми формування мертвого міфу. Нагадаю лише, що при цьому загальне враження, отримане від художнього образу, пов'язувалося з рекламованою торговою маркою як її суб'єктивний смисл. Надалі очікування від товару формувалися вже на основі цього смислу. Він виступав як неспецифічний досвід, пов'язаний із рекламованою торговою маркою, і за відсутності іншої інформації про продукт ставав підставою для експектацій щодо його властивостей.

Таким чином, характеристики художнього образу сприймалися як досвід взаємодії з об'єктом на основі спільного позначення. Це стає можливим тому, що значення формується на основі об'єкт-гіпотез, пов'язаних із смисловим рівнем відображення дійсності. Якщо вони не рефлексуються і не відкидаються в ході перевірки, то формують наші суб'єктивні репрезентації. Емоційна реклама якраз і створює такий штучний досвід, до якого ми звертаємося тоді, коли не маємо справжньої інформації. При цьому товарові атрибутовуються ті властивості, про які в рекламі прямо не йдеться.

Нам просто здається, що цей товар має бути такий-то і такий-то. Це не раціональне обґрунтування, але іноді ми робимо й імпульсивний вибір. У такий спосіб емоційна реклама спроможна передати інформацію, насправді нічого не говорячи і, відповідно, ні за що не відповідаючи. Вона лише дає можливість зрозуміти, а не примушує до цього.

Правда, для того щоб такий механізм спрацьовував, потрібно, аби рекламний образ справді породжував враження і містив у собі неспецифічне смислове навантаження, тобто мав певну художньо-емоційну силу. І зовсім не обов'язково, що будь-яка беззмістовна маячня, яку реклама подекуди намагається асоціативно пов'язати з торговим брендом, справді стане його смисловою складовою. Тому дивні вербальні конструкти на кшталт “Подаруй своїй красі безмежну свободу! – новинка від “Samay” з реклами мила – або відвертості типу “Час минає, але в душі кожного живуть прості, вічні цінності...” з реклами горілки зовсім не обов'язково ввіб'ють у нашу свідомість якісь чарівні асоціації з тим же милом або горілкою. Зазвичай нерозбірливість реклами призводить до того, що, намагаючись утиснути максимум смислу в повідомлення, вона взагалі втрачає будь-який смисл. Зрештою, брак смаку та міри нищить естетичну складову, а відтак і художню силу реклами. За таких умов вона неспроможна продукувати той суб'єктивний смисл, який надалі міг би бути пов'язаний з брендом.

Але художній образ в емоційній рекламі в будь-якому разі має лише умовне естетичне значення. Це просто інструмент, який повинен створювати певне враження і викликати певні емоції, і він не має самоцінності. Тому він не є художнім твором у точному розумінні цього слова. Образ має велику перетворювальну силу, і він може впливати на дії і навіть на життя через внутрішнє переплавлення людини, через те, що називається катарсисом. Реклама використовує вплив образу на дії індивіда безпосередньо, не змушуючи його ні до якої внутрішньої роботи, що зрештою вихолощує естетичну складову образу. Позбавляючи враження самоцінності, емоційна реклама використовує його як смисл-оцінку, який входить до складу значення, пов'язаного з брендом. Цей механізм є ілюстрацією до формування мертвого міфу, яке ми розглядали в попередньому розділі: смисл, отриманий з умовного образу, вмонтовується в прагматичні репрезентації дійсності.

Як мімікрія реклами під дійсність є псевдодокументалістикою, так і експлуатація суто художнього образу для збільшення продажів є псевдоестетикою. В обох випадках реклама створює поверхове, але таке принадне враження, яке без додаткової рефлексії переводиться в інформацію про товар. Це використання відмінностей між імпульсивним і обґрунтованим висновком, між тим, що здається, і тим, що є, між феноменом і онтологією. Тобто реклама справді має на меті довести потрібність свого товару з точки зору можливості задоволення потреб покупця. Але сам спосіб задоволення в рекламній аргументації прив'язується не до специфічних властивостей самої продукції, не до об'єктної сфери, а до сфери суб'єктивної. Акценти переносяться на специфіку сприймання, а не на технічні можливості виробу: саме психологія, а не фізика покликана забезпечити маркетинговий результат, а високі технології зміщуються зі сфери виробництва товару на сферу виробництва його образу, який усе більше віддаляється від свого об'єкта.

Така схема є цілком логічною саме для суспільства перевиробництва і переспоживання. Складний шлях створення образу продукції пов'язаний з тим, що остання насправді не є особливо потрібною для потенційного покупця: вона може бути придбаною, а може бути і не придбаною серед маси інших штучних об'єктів, покликаних перетворювати життя на краще. Водночас людині справді потрібно багато чого, і це “багато” за матеріалістично-прагматичних ринкових відносин вона намагається задовольнити цілком конкретними матеріальними об'єктами. Іронія реклами полягає в тому, що, пропонуючи для задоволення потреб у тому, що взагалі не є матеріальним, суто об'єктні ресурси, обґрунтування способу цього задоволення вона виносить із об'єктивної сфери у сферу суб'єктивну. І справді, раціональними методами неможливо урівняти простір глибинних людських потреб, на які завжди націлені крійтори, і комерційний ресурс їх задоволення, тобто товар. Тому останньому нав'язується чуже йому смислове навантаження ірраціональними, художньо-образними засобами.

У принципі реклама може підводити глядача і до непрагматичних відносин із дійсністю. Це реклама як гра і фантазія, і ці її функції також закладено в можливостях художнього образу. Мабуть, усі неодноразово бачили на плакатах ковбоїв серед безкрайніх тєхаських прерій із закликєм “Come to the Marlboro country”.

Усім зрозуміло, що вживання нікотину жодним чином не пов'язано з пастушою справою, що, придбавши цигарки “Marlboro”, ви не навчитеся їздити верхи, поратися коло корів і навіть не отримаєте американську візу. Більше того, якщо говорити серйозно, то навряд чи це вам і потрібно. Але ж іноді приємно уявити себе вільним ковбоєм, не обтяженим обридлою буденщиною цивільного життя. Ми можемо перетворюватися на кого схочемо у своїй уяві, і це дуже нагадує дитячу рольову гру.

І все-таки між грою-фантазією, яку пропонує реклама, і дитячою забавою є певні відмінності. Справа тут не у віці – на щастя, дорослі люди також спроможні грати. Гра завжди включена в якусь конкретну речову ситуацію – це буття тут і зараз. Тому вона завжди має не лише уявний, а й реальний, об'єктний аспект. Можна сказати, що це реальне проживання уявного способу буття. Казковий світ реклами може спонукати нас до фантазій, але для того, щоб перетворити їх на гру, ми маємо ще включити їх у якісь предметні відносини або дійову ситуацію. Але реклама – не сфера розваг, вона не має на меті створювати такі відносини і ситуації. Її справа цілком конкретна – збут продукції, і всю ігрову предметну дію вона замикає на одному об'єкті – своєму товарі. Це різко звучує власне ігрові можливості, побудовані на просторі рекламної фантазії. Звісно, можна уявляти себе героєм і курити цигарки “Marlboro”, але, зрештою, це можна робити і без “Marlboro”, і без куріння взагалі.

Тому можна було б сказати, що реклама просто відкриває простір для уяви, але й це не зовсім так. Адже реклама – це не мистецтво і не художня література, і будь-який її художній образ буде заземлений до конкретного речового продукту. Якщо Вам більше ніж п'ятнадцять років, Ви не будете себе довго уявляти ковбоєм чи постійно звертатися до цього образу. Можливо, лише інколи, коли берете “Marlboro”... Тобто реклама має недостатньо художньої сили, чи, точніше, творчої свободи, для того щоб тренувати уяву, і водночас вузький предметний ресурс, щоб створити справжню діяльнісну гру.

Крім того, ігрова уява дитини дає змогу побачити у звичайних речах незвичайні образи. Те ж саме притаманне і живому міфу, який у художньому образі відкриває відчутий смисл речей. Але реклама рідко дозволяє розвинути новий погляд на звичайні речі

(хоча такі приклади також бувають). Частіше вона просто створює привабливий образ, який потім штучно намагається прив'язати до товару, – як у випадку з тими ж цигарками і преріями.

Типовий рекламний прийом – створення казкової чи романтичної історії про походження продукту. Так, пиво зазвичай робиться в якісь доісторичні часи, шоколадку “Milka” готують пухнасті звірятка у високогір'ях Альп, а ті “чарівні світи”, у яких створюються Пепсі з Колою, узагалі годі описувати. У результаті ми бачимо не просто об'єкт споживання, а об'єкт-в-історії, об'єкт-в-образі. Але ті смисли, які реклама таким чином намагається “відкрити” нам у продукті, до нього самого не мають жодного стосунку. Це не нові грані об'єкта, а заздалегідь створена точка зору на цей об'єкт – мертвий міф.

Але навіть якщо реклама й обіграє незвичайне розуміння звичайних об'єктів, як це, наприклад, зроблено в рекламі пралок “Aqualtis”, то потім вона намагається пов'язати це своє відкриття не із самою річчю (у даному випадку – пральною машиною), а з торговою маркою. Це дуже суттєво з двох причин. По-перше, це принципово важливо для реклами тому, що їй потрібно не сформулювати у глядача поетичний погляд на речі, а виділити даний бренд серед численних інших. По-друге, це суттєво з точки зору способу формування репрезентацій. Якщо художнє бачення і відкритий ним смисл стосуються не об'єкта самого по собі, а торгової марки і наповнюють її зміст поза об'єктними властивостями, притаманними даному товару, то це означає, що значення, яке відповідає цій торговій марці, формується на основі суб'єктивного смислу, заданого художнім образом. Тобто тут діє той же механізм, що і в емоційній рекламі, коли художній за походженням смисл перетворюється на смисл-оцінку, і це є процесом формування мертвого міфу. Отже, реклама намагається спілкуватися з глядачем не через відкриття нових змістів у речах, тобто через живий міф, а через усталення семантичних категорій (брендів), які наповнюються в нераціональний спосіб. Такий спосіб формування репрезентацій є міфом мертвим.

Псевдогра, організована рекламою, має ще одну характерну рису. Реклама дуже зацікавлена в заграванні – стиранні граней між придуманою і реальною ситуаціями: “У такі хвилини важко зрозуміти, де закінчується реальність і починається мрія. “Bounty” –

райська насолода”; “Ще мить – і справжнє кохання переповнить твоє серце. Ще мить – і справжнє мовчання розкриє зміст речей. “Roshen” – справжній чорний шоколад”. Можливо, що справжнє кохання і справжня істина не відкриються вам за мить і, вкусивши шоколадний батончик, ви не опинитеся на райському острові. Але принаймні цей шоколад дійсно справжній. Він є тут і зараз і може принести якщо не райське, то все одно цілком відчутне задоволення. Зрештою, треба ж із чогось починати. Таким чином, продукт утілює, уречевлює той казковий світ, який пропонується рекламою. Якщо ви приймаєте цю гру, то можете на мить стерти межу між буденністю, в якій перебуваєте, і святом, яке створює реклама. Але треба пам’ятати про різницю між грою та ілюзією. Адже ігрова річ – самоцінна, вона є чимось більшим, ніж замітник та імітатор вигаданих подій.

Типовий приклад із цієї серії – це коли річ подається як атрибут красивого або героїчного життя. Наприклад, мачо, який долає всі можливі перешкоди і поводитьсь так, як тільки можна мріяти, зранку обов’язково голиться бритвою “Gillette”. Якщо ви хочете бути схожим на нього, то можете переймати його поведінку і спосіб життя. Правда, героїчно долати перешкоди і звершувати подвиги дещо складніше, а от голитися станком “Gillette” – цілком реально. Можна щоденно під час ранкового вмивання уявляти себе героєм. Але є тонка грань між тим, щоб грати в героя, і вважати себе героєм. Перше – свого роду забавка, своєрідна, але справжність. Друге ж є ілюзією, чистою самооманою. Якщо дитина грає в героя, то зрештою вона колись зможе ним стати. Якщо доросла людина вважає себе схожою на героя, тому що копіює його звички, то це значить, що вона не хоче сказати собі правду або боїться щось змінювати у своєму житті. Гра – це самовираження, а імітація – утеча від правди. І ті псевдоігри, до яких спонукає реклама, стоять ближче до другого варіанта.

Що серйозніший антураж пропонується для гри, то більше вона перетворюється на імітацію, то вираженішими стають її компенсаторні функції. Самовираження при цьому перероджується в самопрезентацію. Водночас товар узагалі втрачає власну смислову цінність, перетворюючись на ознаку певних якостей – атрибут. Він відчужується від первинних функціональних якостей і починає задовольняти один мотив господаря – самоствердження. Саме до

нього апелюють численні рекламні заклики, які стверджують, що їхня торгова марка є ознакою впевненості в собі, репутабельності або успіху – кому чого не вистачає. Товар таким чином перетворюється на символ: з одного боку, він – самостійний об'єкт, з другого – ніби знак, що вказує на статус господаря.

Та все-таки статусний об'єкт не є повноцінним знаком. Знакове повідомлення має за собою, так би мовити, сферу відповідальності: воно може бути підтвержене або опротестоване в той чи інший спосіб. Вказівка, задана за допомогою об'єкта-символу, спростованою бути не може, адже її власник не обіцяв, що він є тим-то й тим-то, а просто купив собі якусь річ. Виходить, усю відповідальність за тлумачення вказівки несе той, хто робив інтерпретації.

Коли вище розглядався живий міф, то йшлося, зокрема, про те, що він може бути потрактований як символ. Товар, що набув знакових функцій, також є міфом, але мертвим. Він не відкриває власний смисл, а несе смисл, закладений у нього ззовні. Це не об'єкт як цінність, а об'єкт-у-категорії, об'єкт як інструмент, причому ця його інструментальність не є відрефлексованою – суб'єктивно вона не відокремлена від нього самого. Підстави його категоризації визначаються не його об'єктивними властивостями, а тими суб'єктивними характеристиками, через які він презентований рекламою і сприйнятий її адресатом.

Є й інший спосіб застосування художнього образу в рекламі, коли він використовується на додаток і водночас у контрасті з прямим інформаційним повідомленням, виступаючи своєрідною, іноді парадоксальною, ілюстрацією до того, про що говориться в рекламі. Простіше кажучи, це образне обігрування того, про що йдеться в повідомленні. Наприклад, реклама, яка пропонує “розкрутити свій бізнес”, вдається до зображення дзиги; запитання “не клеїться з грошима?” супроводжується зображенням половинок двох купюр, що були по-шпигунськи розірвані і тепер явно не підходять одна до одної і т. ін. На перший погляд це – метафора: поняття наче ілюструється якимось конкретним об'єктом. Але в даному разі це гумористичний прийом, коли одне слово подається крізь призму різних значень (див. попередній розділ). “Розкрутити” щодо бізнесу – це побічне, жаргонне використання слова, яке в даному випадку означає “розвинути”, “зробити успішним”. Це не те

саме, що розкрутити дзигу. Реклама тут грає словами, стикаючи різні парадигми їх вживання. Тут ми бачимо приклад деміфологізації, коли поняття відокремлюється від свого об'єкта, і це рідкісний взірець боротьби з міфом у рекламі. Таке повідомлення не вдається до серйозних трактувань, а забавляє нас своїм змістом. І це найширше зваблення, яке дає реклама. У такий спосіб вона привертає увагу до повідомлення, робить його упізнаваним та запам'ятовуваним, не нав'язуючи зовнішніх смислів презентованим товарам.

Але іноді реклама справді поводить, як метафора, ілюструючи в наочний спосіб властивості товару, на яких вона хоче зосередити увагу глядача. Наприклад, у рекламі суфле, для того щоб підкреслити надзвичайну легкість продукту, дійство переносять у космічний корабель, де все літає у невагомому стані. Метафору завершує слоган: “Bonjour Soufle – солодка невагомість”. У такому рекламному прийомі можна виділити дві стратегії впливу.

Перша пов'язана з тими неординарними можливостями метафори, які розглядалися в другому розділі. Ідеться про те, що ми не просто дізнаємося про якісь властивості об'єкта, а маємо змогу актуалізувати певні переживання, що стосуються цих властивостей. Якщо метафоричний (у нашому випадку – рекламний) образ достатньо яскравий, ми не долучимо цей об'єкт до когорти інших, адже метафора – не засіб категоризації. Її сфера – відчуття, тому це неперевершений спосіб, коли товар має не інструментальне значення, а повинен давати безпосереднє задоволення. Крім того, якщо властивості продукту пов'язані зі смаком чи запахом, які безпосередньо не описуються словами, то образна метафора буде найбільш вдалим прийомом для передачі цих його властивостей. Тому вона так часто застосовується в рекламі парфумів, шоколаду, напоїв тощо.

Друга стратегія впливу пов'язана з тим механізмом, який розглядався в ході аналізу емоційної реклами. Ідеться про те, що переживання не відкриває неординарні якості об'єкта і не робить їх чуттєвими, а виступає підставою для категоризації цього об'єкта на основі суб'єктивно даних властивостей. У справжній метафорі образ є суттєвим, цінним, а смисл – певним відкриттям, тому що образ не вплітається в реалію і не змішується з об'єктом. Механізм маніпулювання в емоційній рекламі задіюється, коли образність не рефлексується і відходить на другий план. Тоді смисл стає не відкриттям, а певним “досвідом”; він використовується, а не постає як

цінність. Тут він важливий не сам по собі, а як індикатор корисності об'єкта.

Зрозуміло, що рекламна метафора водночас може бути (а зазвичай і є) і емоційною рекламою, так що обидві стратегії впливу на глядача можуть поєднуватися. Між ними взагалі немає чіткої межі. Річ лише в тім, чи рефлексуємо ми переживання, отримані з реклами, як такі, що пов'язані суто з художнім образом, чи потім несвідомо використовуємо їх як досвід, асоційований з торговою маркою.

Отже, завдяки рекламі товар сьогодні більше ніж товар. У ситуації перевиробництва задіюється не лише стратегія функціональних удосконалень, завдяки якій перемагає найсильніший (у розумінні найбільш конкурентоспроможний). Окрім суто функціональних, у товар втискуються також смисли, взагалі з ним прямо не пов'язані. Акценти переносяться з об'єктних властивостей у зону сприймання, феномена. Необ'єктивований феномен, фіксований у суб'єктивних репрезентаціях, – це мертвий міф, тому реклама спеціалізується на виробництві і просуванні мертвих міфів. Її методологія ілюструє ті механізми, які розглядалися, коли аналізувався перехід від живого міфу до мертвого: смисл, заданий художнім образом, переноситься у сферу прагматики і стає частиною значення безвідносно до об'єктивних властивостей речі. Щоб домогтися такого результату, реклама намагається актуалізувати саме феноменологічний спосіб репрезентації дійсності, використовуючи брак часу або особистісного ресурсу в реципієнта (фахова некомпетентність, невпевненість у собі, брак продуктивних засобів самовираження). Якщо народження живого міфу, пов'язаного з віднайденням смислів у самих об'єктах дійсності, є діяльністю творчою і з потребової точки зору надлишковою, то використання міфу мертвого є діяльністю компенсаторною. Відсутність рефлексії означає, що за його допомогою проблеми не вирішуються, а відігруються. І якщо можна говорити про невротичність суспільства, то саме ця його риса є найбільш благодатним підґрунтям для розквіту ірраціонально-образних засобів рекламування.

Міф, як організація взаємодії з дійсністю, завдяки рекламі переноситься в царину споживання, царину товарно-грошових відносин. Відтак смислові проблеми зосереджені не в діаді “людина – світ”, а в діаді “людина – продукт”. І якщо сучасним етнографам

видається дивним чи “пралогічним” спосіб розуміння об’єктного світу первісною людиною, який є нелогічним і нераціональним, то майбутнім етнографам не менш дивним може видаватися спосіб розуміння штучних речей сучасною людиною. Просто локус функціонування мертвого міфу перемістився зі світу природи у світ товарів, але в будь-якому разі мертвий міф не ґрунтується на раціоналізації.

Утім, як доісторична свідомість могла базуватися і на живому, і на мертвому міфі, так само і в сучасній свідомості предмет виробництва і споживання може бути не тільки мертвим, а й живим міфом. Зрештою, це питання творчого ставлення до речей – штучних або природних. Але саме для штучних речей є утворений спосіб набуття ознак живого міфу – це дизайн, “мистецтво-в-речі”. Завдяки йому річ стає цінною самою по собі, незалежно від своїх функціональних якостей або тих містифікацій, які їй нав’язує реклама.

Політичний Public Relations

Якщо комерційна реклама прямо або опосередковано формує мотивацію споживання товару, то політична реклама покликана також прямо або опосередковано формувати критерії електорального вибору, який для більшості населення виступає чи не єдиним усвідомленим важелем впливу на соціально-економічний курс країни. Тому засоби впливу для політичної реклами в принципі мають бути дещо інакшими, ніж у реклами комерційної: інтенції першої спрямовані на голосування, інтенції другої – на купівлю. Купівля робиться за гроші, а в результаті ми отримуємо якусь конкретну річ. Голосування є абсолютно безкоштовним, але в результаті ми і не набуваємо нічого конкретного (окрім надії на виконання передвиборних обіцянок та виправдання наших сподівань). Тому тут немає ніякої речі, за допомогою якої ми могли б підтверджувати власний імідж або формувати ігрове поле. До того ж, оскільки йдеться про громадянський обов’язок і добровільний політичний вибір, то можна сподіватися, що він робиться більш

виважено і свідомо, ніж придбання якоїсь чергової речі. Зрештою, обрання політико-економічного курсу держави і ствердження власної суспільної позиції є вираженням власного соціального світогляду.

Незважаючи на такі очевидні розбіжності між особливостями комерційного і електорального вибору, засоби впливу комерційної та політичної реклами багато в чому схожі, і це стосується як загальної стратегії, так і конкретної технології рекламування. Як у комерційному, так і в політичному піарі велике значення надається розробленню брэнда та його атрибутів. Якщо йдеться про партійні вибори, то в його ролі виступає назва політичної партії або блоку. Вважається, що партійний брэнд (власне, як і комерційний) має бути навантаженим певними асоціаціями і функціонувати в масовій свідомості як певний завершений образ – імідж. Це не просто комплекс знань і уявлень про партію (у випадку комерційної реклами – про товар, позначений торговою маркою). Хитрість полягає в тому, що об'єкт, позначений брэндом, може змінюватися, а сформований образ – залишається, оскільки виявляється, що він може бути прив'язаний не до об'єкта, а до назви. Про цю закономірність формування репрезентацій ішлося і в попередньому параграфі. Саме тому в комерційній сфері торгова марка розглядається як окрема цінність і може бути продана сама по собі, як окремий товар. Тобто не об'єктивні властивості формують уявлення про денотат, а навпаки – денотатові приписуються властивості, суб'єктивно пов'язані з назвою. Ці позаоб'єктні уявлення, пов'язані зі знаком, є суб'єктивним смислом, який штучно формується і приписується об'єктові. Це той самий механізм, який аналізувався, коли йшлося про емоційну рекламу. Причому смисл містить у собі не лише ті експектації, які розгортаються в комплексі уявлень про об'єкт, а й суб'єктивну оцінку об'єкта. Тому брэнд – це не лише когніції, пов'язані з позначеним ним об'єктом, а й певне фіксоване до нього ставлення. Зрозуміло також, що брэнд є типовим мертвим міфом.

Первинний засіб формування потрібного політичного (і не тільки) брэнда – це художня стилістика, пов'язана з його оформленням. У політичній рекламі завжди велика увага приділяється вибору кольору, шрифтів, допоміжних образів тощо. Тобто художні засоби використовуються як фактор формування смислу, точнісінько як у комерційній рекламі. Окрема увага приділяється

розробленню прапора, різної сувенірної продукції як матеріалу для втілення “фірмового” стилю.

Найбільш міцним і узгодженим поєднанням художньої образності й інформативності в бренді є партійна символіка. Тому про владу символу ніколи не забувають піарщики, крійтори та політтехнологи. Заради справедливості слід зазначити, що використані в пропаганді символи або художні образи не обов’язково є проявом мертвого міфу. Адже саме вони можуть бути яскравими виразниками тих цінностей та живих смислів, на яких у тому числі покликана будуватися партійна ідеологія. І, як засоби естетичні, вони можуть породжувати наснагу та натхнення до відстоювання суспільних ідеалів.

Але якраз з ідеологією в партійному будівництві та піарі є певні проблеми. Саме слово “ідеологія” своїм змістом говорить про ідею та логос, тобто розуміння цієї ідеї. Та якщо проаналізувати ті ідеологеми, з якими партії сьогодні йдуть на вибори, то раціонально розроблених і викладених ідей у межах політичної реклами виявиться небагато. Навпаки, простежується тенденція до скорочення партійних посилів. Сьогодні слогану в політичному піарі надається чи не більше значущості, ніж цілій партійній програмі. Це максимально скорочена і спрощена формула, за якою має впізнаватися партійний бренд. Зрозуміло, що вона не може містити ніякого логосу – тобто розгорнутої пропозиції чи тим більше її обґрунтування. Максимум, на що вона здатна, – назвати якісь соціальні цінності, до яких апелює партія, а заодно доповнити собою імідж – як додаткова вербальна окраса, що надає бренду чіткішого змісту.

Та й ті нібито цінності, що представлені в просторі політтехнологій, не завжди можна назвати ідеями. Дуже часто ними слугують граничні смисли, що побутують у масовій свідомості і виражають найбільш загальні та поширені особистісні позиції або очікування від соціального устрою, але тим не менш є слабко рефлексованими і недостатньо раціоналізованими. Це більше відчуття, ніж ідеї, – максимально узагальнені аж до позбавлення конкретного змісту приблизні уявлення про те, що є правильним і як має бути влаштованим життя. Водночас ці смисли дуже рідко є тим, що було названо смислами-цінностями, – тим, що є значущим само по собі, поза потребами та інтересами. Найчастіше це смисл-оцінка, по суті – атитюд, соціальне настановлення.

Я не хочу сказати, що будь-яка партійна ідеологія чи тим більше програма мають обов'язково будуватися на смислах-переживаннях, смислах-цінностях. Це можуть бути і цілком прагматичні орієнтири соціального життя. Просто річ у тім, що останні лежать у площині раціонального вибору. А відтак вони мають бути добре від-рефлексованими і чітко визначеними. Але раціональність та рефлексивність не дуже уживаються в полі функціонування атитюда.

Типовим прикладом може бути центральне поняття, яке використовувалося в політичній пропозиції Партії регіонів, – “стабільність”. При цьому що конкретно розуміється під цією стабільністю, ніде не уточнювалося. Чи йдеться тут про збереження “status quo”, чи про відтворення наявних тенденцій, чи про пролонгацію економічної кризи – залишається невідомим. Відповідно, виборець може вкладати в це поняття ті очікування, які йому найближчі, а партія не несе відповідальності за те, що вона не проговорювала.

Атитюди можуть використовуватися не лише для ідентифікації ідеологічних (точніше – псевдоідеологічних) орієнтирів політичної структури, а й для ідентифікації самої структури та її членів. Прикладом є чудовий слоган Народної партії на виборах 2010 року – “Вибери нормальних!”. Поняття норми у кожного своє, то ж за яким точно критерієм відокремлюють себе члени Народної партії від інших (ненормальних) кандидатів залишається не зовсім зрозумілим. Незрозумілим є і те, кого в даному випадку слід вважати взірцем нормальності – партійців, що оголошують цей слоган, піарщиків, які його видумали, чи електорат, на який він усерйоз був розрахований.

Невідрефлексованість та нечіткість понять, які визначають проголошені партією орієнтири, призводять до того, що незрозумілими стають і шляхи їх досягнення. Що менш структурованою та обдуманною є ідеологема, то примарнішим стає пропонований партією курс. Утілення суб'єктивних смислів, як і втілення дива, погано узгоджується з конкретними економічними інвестиціями чи юридичними законопроектами – вони лежать ніби в різних площинах. Тому конкретні партійні програми відходять на другий план.

Але і проголошення політсилами цілком конкретних цілей ще не означає наявності чіткої аргументації щодо конкретних шляхів їх досягнення. У цьому й полягає суть популізму – пообіцяти

максимум з того, що люди хочуть почути, відвертаючи увагу виборців від менш цікавих засобів досягнення потрібних цілей. У цій логіці політичний піар знову-таки уподібнюється до комерційної реклами, яка ставить акценти на звабливому результаті, залишаючи осторонь технологічні дрібниці.

І ці паралелі між маркетинговими і політичними комунікаціями є не випадковими. Адже розбиратися в конкретних технологіях – це окрема робота, і адресатові простіше бути звабленим і перекласти відповідальність на адресанта, ніж справді виконати цю роботу і взяти відповідальність на себе. Коли розглядалася комерційна реклама, то йшлося, зокрема, про те, що пересічному споживачеві взагалі буває важко оцінити переваги високотехнологічного продукту. Саме тому йому і легше перекласти відповідальність на адресанта повідомлення, адже адресат не фахівець у питанні. Але те саме стосується і політичного вибору. Соціальні закони є не менш складними, і пересічний громадянин не є фахівцем у механізмах управління державою – власне, чому він і делегує ці повноваження політикам. Водночас за демократичного устрою саме громадяни визначають соціально-політичний і економічний курс країни, що реалізується, зокрема, в електоральному виборі. Тобто, не будучи фахівцем, громадянин має оцінити пропозиції політиків, які якраз є фахівцями в питанні. Зрозуміло, що в цій грі у політсил завжди є перевага й апріорна фора і їм завжди простіше видати нагорода (у межах рекламної кампанії) привабливий результат і затушувати проблемні місця. Виборець, який не є профі в державному устрої, завжди буде орієнтуватися більше на ефекти, на зваблivi, хоча, можливо, і поверхові пропозиції. Покликаний оцінювати політичних суб'єктів, він частково змушений орієнтуватися на інформацію, надану тими ж суб'єктами. Зрозуміло, що ця інформація може бути збалансованою за рахунок існування політичної конкуренції, протистояння правлячих партій та опозиції тощо. Та річ у тім, що пропонований ними дискурс все одно часто має поверховий і спрощений характер і що дві протилежно викривлені інтерпретації не обов'язково при суміщенні дають одну адекватну. Отже, як і реклама, політичний піар часто тяжіє до феноменологічних репрезентацій реальності, просто тепер у соціальній площині.

За такий стан справ на політичних суб'єктах лежить лише часткова провина, оскільки вони завжди націлені на такий спосіб

комунікації, який якнайкраще сприймається адресатом. Інша справа, що вони частково і провокують його саме на такий рівень сприймання. Та в будь-якому разі що більш політично обізнаним буде громадянин, що більше він залучатиметься до соціального життя, то менш податливим він буде до інформаційних спекуляцій. Тому високий рівень освіченості та соціальної активності населення є неодмінною умовою успішного становлення демократичного суспільства.

Та яким би компетентним не був громадянин, йому все одно складно передбачити і проконтролювати всі зміни, що можуть відбутися внаслідок приходу до влади тих чи інших політичних суб'єктів. Навіть розуміючи пропоновані ними підходи і тверезо оцінюючи адекватність політичних програм, виборець не знатиме, як поводитимуться політичні лідери в тій чи іншій ситуації, наскільки фаховою буде їхня команда та ін. Тобто він у будь-якому разі змушений робити прогноз, не володіючи всією повнотою інформацію (та і хто нею володіє?). Тому виборець має атрибутовувати характеристики політичній партії або лідеру, виходячи із знання тієї частини повної картини, до якої він має доступ, тобто спостерігаючи наявну соціальну ситуацію та видиму поведінку політичних суб'єктів.

Так само як виборець намагається прогнозувати дії останніх, так і політтехнологи намагаються спрогнозувати поведінку самого виборця, передусім спираючись на закономірності каузальної атрибуції, тобто знання передумов, на основі яких той робить висновок. Це має велике значення для формування бажаного образу політика: піарщикам потрібно лише зімітувати в їхнього клієнта наявність тих опосередкованих проявів, за якими спостерігач швидше за все атрибутує політикові бажану властивість.

Як у рекламі акценти в позиціонуванні товару зміщуються від об'єктивних функціональних переваг на особливості суб'єктивного сприйняття, тобто на психологію споживача, так і в політичному піарі наголос робиться не на конкретній соціально-економічній пропозиції, а на ефективних засобах формування громадської думки. Тепер піар, а не політики стоїть обличчям до людей та дуже уважно їх слухає. І він точно "почує кожного" та сформує той образ, який є найбільш запитуваним за даних умов.

Тут ідеться про образ політика як результат докладання політтехнологічних зусиль – важливий елемент будь-якої виборчої кампанії. Оскільки люди бажають отримати від дій політика певний очікуваний результат, вони хочуть бути впевненими в його поведінці. А поведінку інших людей, як свідчать дослідження [Хекхаузен, 1986], вони витлумачують на основі тих чи інших особистісних характеристик, що, на їхню думку, притаманні цим людям. Отже, виборцеві важливо дізнатися, які властивості характерні для того чи іншого політичного діяча, та скласти його психологічний портрет. Робити це можна, лише спостерігаючи зовнішні прояви та поведінку діяча. Власне, як і будь-який практичний психолог, виборець буде змушений атрибутувати ті чи інші особистісні властивості тому, за ким він спостерігає, на основі зовнішніх феноменів. Але на відміну від озброєного інструментарієм психолога пересічний громадянин у своїх висновках змушений спиратися на власний досвід або думку інших, і це є міцним підґрунтям для формування атитюда. Тому усталений образ політика в громадській думці найчастіше є мертвим міфом (хоча і не завжди).

Тут не йдеться про те, що в межах побутової психології люди обов'язково доходять неправильного висновку. Просто цей висновок робиться на основі суб'єктивного досвіду, і тому він:

по-перше, може мати упереджений характер. Дослідження, у яких було показано вплив попередніх симпатій чи антипатій на інтерпретацію даних про людину, стали класичними [Надирашвили, 1978];

по-друге, є неверифікованим. По суті, це певна гіпотеза, яка підміняє реальність. І, якщо ця гіпотеза стає соціальним надбанням, тобто перетворюється на усталену думку, піддати її критичній рефлексії буде ще складніше;

по-третє, може бути зроблений на основі імітацій, влаштованих іміджмейкерами, і стане просто підтвердженням вдалої роботи останніх.

Отже, при формуванні громадської думки, зокрема і завдяки політичному піару, часто застосовується феноменологічний спосіб репрезентації партій та лідерів. Виникає питання, яким чином цей спосіб відображення дійсності може проявлятися щодо інших аспектів соціального життя.

У межах планової теми, розробленої Інститутом соціальної та політичної психології НАПН України, у 2006 році ми проводили дослідження, що стосувалося суб'єктивних аспектів репрезентації соціальної ситуації, в якій перебувають українські громадяни. Поняття ситуації розглядалося із суб'єкт-центрованих позицій, тобто його предметна віднесеність обиралася не апіорно, заздалегідь, а довізначалася окремими суб'єктами [Роменець, 1986; Слюсаревський, 2002].

Справді, сам термін “ситуація” передбачає, що деякий зріз реальності має певне суб'єктивне значення, яке надає йому змістової завершеності, тобто умовної цілісності. Це частина дійсності, виокремлена суб'єктивним поглядом. Тоді соціальна ситуація – це суб'єктивно значущий і суб'єктивно виокремлений зріз соціальної реальності. За такого визначення соціальна ситуація фактично виступає соціальним аспектом життєвого світу людини. Її відображення є частиною соціального світогляду, взятого в життєвій конкретиці. Тобто нас цікавило, якою саме постає перед людиною соціальна реальність, з якою вона взаємодіє.

Оскільки йшлося про соціальний аспект життєвого світу, то й обраний метод дослідження мав бути адекватним цій категорії гуманістичної психології. Тому було використано напівструктуровану бесіду в межах фокус-групових інтерв'ю. Усього було проведено 12 фокус-груп із загальною кількістю учасників 120 осіб. При цьому третина фокус-груп проходила в Західній Україні, третина – в Центральній Україні і третина – у Східному регіоні України. У кожному з регіонів проводилося по парі фокус-груп серед міського і серед сільського населення. Структура вибірки була умовно наближена до структури дорослого населення України. Крім того, кожна група була гомогенною за місцем проживання і певною мірою гомогенною за віковою ознакою.

Гайд включав запитання, що стосувалися загальної характеристики тієї соціальної ситуації, у якій проходило життя респондентів; розвитку соціальної ситуації в часі та детермінант цього розвитку; суб'єктів та чинників впливу на соціальну ситуацію.

В аналізі отриманих репрезентацій примітним було те, як респонденти самі довізначали межі соціальної ситуації. Учасники всіх фокус-груп розуміли і обговорювали її як ситуацію в конкретному місті чи селищі або як ситуацію в країні в цілому. Причому

найбільша частина інтерв'ю припадала на обговорення саме загальноукраїнської проблематики. Це не значить, що респонденти відходили від конкретики власного життя і переймалися лише проблемами країни в цілому. Навпаки, найбільш поширеним способом репрезентації був такий, коли респондент, описуючи ситуацію, виділяв окрему проблему, яка стосувалася і його життєдіяльності. Наприклад: “Наша болюча проблема – мізерні пенсії. Скажімо, у мене пенсія...”. Ситуація при цьому описувалася через перелік окремих проявів, які стосувалися переважно задоволення потреб. Але поряд з тим траплявся й інший спосіб репрезентації ситуації – коли респондент характеризував її в термінах об’єктивних закономірностей, причинно-наслідкових зв’язків тощо. Опис та аналіз ситуації при цьому він здійснював безвідносно до своїх індивідуальних потреб. Наприклад: “Головна причина негараздів у країні полягає в тому, що не виконується буква закону...”.

Перший тип репрезентації був позначений як “конкретно-практичний”, або “феноменологічний”, а другий – як “об’єктивно-логічний”, або “онтологічний”. У процесі аналізу фокус-групових інтерв'ю виявилось, що особливості опису ситуації пов’язані із суб’єктивною локалізацією чинників впливу на неї. Так, респонденти, які вдавалися до феноменологічного типу репрезентації, основні чинники впливу на ситуацію, як правило, приписували владі; влада, на їхню думку, несе і всю відповідальність за те, що відбувається. Респонденти, які демонстрували переважно онтологічний тип репрезентації, чинники впливу на ситуацію, як правило, вбачали у кожному, і відповідальність за те, що відбувається в соціумі, приписували самим громадянам. Ці два типи суб’єктивної локалізації чинників впливу на ситуацію цілком природно було позначити як “екстернальний” та “інтернальний”, оскільки не можна не помітити їх зв’язку із суб’єктивною локалізацією контролю за Дж. Роттером.

Для статистичного підтвердження зв’язку між типом репрезентації ситуації і типом суб’єктивної локалізації чинників впливу на неї було використано контент-аналіз. У результаті кожному з респондентів ставився у відповідність той чи інший тип опису ситуації і тип суб’єктивної локалізації чинників впливу (або “невідповідь” – у тому разі, коли ідентифікація була утрудненою). Наявність зв’язку між зазначеними параметрами підтвердилася:

$\chi^2=1.07$, що дає можливість відкинути гіпотезу про незалежність цих характеристик.

Інтернальний тип локалізації чинників впливу на ситуацію може бути позначений як “суб’єктність”, оскільки сам суб’єкт тут є агентом впливу. Тоді можна говорити про таку закономірність. Якщо йдеться про внутрішню (суб’єктну) локалізацію чинників впливу, то образ ситуації відтворюється в об’єктивних (об’єктних) характеристиках. Якщо чинники впливу локалізуються зовні, то репрезентація ситуації здійснюється, виходячи з внутрішніх, суб’єктивних потреб. Тобто суб’єктність і суб’єктивність перебувають тут ніби в протифазі.

Слід зазначити, що респонденти, які вдавалися до феноменологічного способу репрезентації ситуації, також виділяли причинно-наслідкові зв’язки, але вони стосувалися не так аналізу самої ситуації, як психологічних характеристик владних суб’єктів. Пояснення щодо тих чи інших явищ знаходилися в індивідуальних властивостях лідерів або їхніх бажаннях. Найбільш поширеною причиною негараздів називалося те, що “влада не хоче думати про народ”. Іноді пояснення такого типу були досить розгорнутими і нагадували цілу історію стосунків та характерів. Тоді політичним лідерам атрибутовувалися складні схеми і мотиви поведінки, розглядалися їхні взаємовідносини та уподобання тощо.

Такого роду пояснення переходять з площини логіки ситуації в площину етики взаємин. Проблеми ніби персоніфікуються, і їх вирішення залежить від бажань та характерів відомих політичних постатей, які в масовій свідомості стають не просто людьми, а образами-символами. Замість інтерпретації в термінах об’єктивних властивостей і механізмів ідеться про переживання драми, яка відбувається на політичному полі між знаковими фігурами. Причому пересічний громадянин тут не учасник, а спостерігач – він лише співчуває, а не впливає на події, тому екстернальна позиція при такому баченні ситуації є цілком природною. І навпаки, якщо людина не відчуває себе суб’єктом перетворень, її інтерпретації ситуації можуть бути вільними від предмета – вона ніби не має на нього ніякого впливу і не відповідає за нього. Водночас вона емоційно включена в ситуацію, а її інтерпретації безпосередньо пов’язані з переживаннями. Тому вона вільно переходить у площину фантазій, частково відігруючи свої емоції і виносячи свої проблеми в умов-

ний, а не реальний простір. Драматизація стосунків при такому типі репрезентації ситуації є водночас і цікавою історією, і можливістю “реалізувати” переживання. Це певним чином скидається на гру: люди реалізують своє бачення і свої переживання в умовному просторі. Але гравець є вільним суб’єктом. У даному випадку йдеться швидше про заміщення реальних проблем вигадками і втечу від відповідальності, тобто про дещо інфантилізовану поведінку і захисний механізм. Це не так самореалізація, як умовна компенсація, “випускання пари”.

Розповіді такого типу своєю суттю дуже нагадують класичний міф, але в дещо спрощеному варіанті. Є анімація і персоніфікація певних колізій, які уособлені героями (позитивними або негативними) – більше художніми образами, ніж реальними людьми, від дій яких залежить перемога добра або зла. Та епос української політики через вищезгадані причини є переважно мертвим, а не живим міфом. Це не суб’єкт-суб’єктні стосунки з реальністю (у даному випадку – соціальною реальністю), а швидше об’єкт-суб’єктні взаємини, у яких громадянин займає узалежену позицію. Саме тому феноменологічний тип сприйняття проявляється в баченні ситуації крізь призму власних потреб – це якраз потребове ставлення, характерне для мертвого міфу.

Порівняння феноменологічного та онтологічного способів репрезентації ситуації демонструє те зміщення в інтерпретаціях, яке відрізняє міф від наукового підходу до дійсності. Перший тяжіє до етичної проблематики та естетичної реалізації (історія, драма тощо). Для другого проблема постає в інструментальному розрізі – як те, що підлягає вирішенню, зовнішній об’єкт, і нічого особистого.

Тут, власне, стає зрозумілим, чому інтернальність (суб’єктність) пов’язана з онтологічним способом репрезентації ситуації, а екстернальність – з феноменологічним. Якщо “Я” – суб’єкт, я є активним і – головне – відповідальним перетворювачем ситуації. Відповідальність означає рефлексію власної поведінки – вона є вільною, але вже не імпульсивною. Вона не впливає з необхідності задоволення потреб тут і зараз, з логіки “я хочу”, а узгоджена з тверезою оцінкою ситуації. Маємо об’єктивовану поведінку і об’єктивоване сприймання дійсності, а це і є онтологічний спосіб репрезентації ситуації. Іншими словами, якщо я діючий і відпові-

дальний агент і мені потрібно реально змінити ситуацію, я маю розуміти, якою є та ситуація насправді, і я мушу розбиратися в ній.

І навпаки, якщо я підходжу до речей об'єктивно, я вимушена рефлексувати своє суб'єктивне ставлення, щоб вивести його з інтерпретацій дійсності, а відтак я стаю свідомим і самосвідомим суб'єктом. Якщо я сприймаю річ як об'єкт, я більше не в полоні стимулів, які задовольняють або не задовольняють мої потреби, і тому незалежною від ситуації, що є важливою підтримкою інтернальності.

Таким чином, суб'єктність як місце локалізації чинників впливу на ситуацію та об'єктивність як спосіб її інтерпретації доповнюють і розвивають одна одну в стосунках індивіда з дійсністю. І обидва ці чинники захищають та утримують його від переведення інтерпретацій у мертвий міф.

Вище побіжно говорилося, що соціальна активність і високий рівень освіченості громадянина є запорукою успішного функціонування демократичного суспільства. Тепер виявляється, що вони взаємообумовлені: активне начало у відносинах з навколишньою дійсністю і водночас здатність і бажання розбиратися в ній є взаємопов'язаними чинниками. І якщо подивитися на сучасні успішні демократії, то можна побачити, що саме ці чинники рухають такими суспільствами (на що звертає увагу і відомий аналітик у цій галузі Фукуяма [Фукуяма, 2004]).

У контексті застосування віднайдених закономірностей до аналізу демократичного суспільства хотілося б зупинитися ще на одному моменті. Зв'язок між типом репрезентації ситуації і типом суб'єктивної локалізації чинників впливу на неї дає змогу пояснити на перший погляд парадоксальну особливість демократичних революцій. Помічено, що революційні ситуації часто виникають не тоді, коли країна переживає найгірші економічні часи, а в період зростання економічних показників. Цей феномен проявився, зокрема, в Україні у 2004 році. Річ у тім, що фіксація на невдоволеності рівнем життя характерна переважно для людей з екстернальною позицією, які спрямовують очікування на дії влади. Це може проковувати емоційне збурення, але активні цілеспрямовані дії пов'язані передусім з активною, суб'єктною позицією. Люди з такою позицією, як було показано, сприймають ситуацію здебільшого онтологічно. Саме невдоволеність системними державними

негараздами, а не самими лише їх економічними проявами буде для них приводом для соціального протесту. Погано, коли в країні розруха і безлад, але само по собі це є більше приводом для роботи, а не для протестів. І, коли ситуація стабілізується і відносно налагоджується, для людей з онтологічним типом репрезентації ситуації це зовсім не знімає питання щодо того курсу, яким іде країна. Якщо соціально пасивні верстви населення, які не відчувають себе компетентними в проблемі державотворення, теоретично і можуть бути задоволені зростанням добробуту як таким, то людей із суб'єктною позицією така ситуація не влаштовуватиме. Вони схильні сприймати ситуацію більш цілісно, і окремі прояви благополуччя, не пов'язані із системними перетвореннями, їх не задовольняють. Саме від таких суб'єктів слід чекати загрози антидемократичним режимам.

Отже, характер репрезентації дійсності (феноменологічний, що сприяє формуванню мертвих міфів, або онтологічний – раціональний і об'єктивований) безпосередньо пов'язаний не лише зі способом встановлення стосунків із дійсністю, а й зі способом функціонування соціуму. Демократичний спосіб облаштування суспільних відносин уже сам по собі є втіленим антиміфом і передбачає наявність онтологічного характеру репрезентації дійсності.

Навіть історично виникнення цього соціального устрою пов'язане з появою раціонального пізнання – логосу, який постав з міфу і на противагу міфу [Вернан, 1988; Голосовкер, 1987]. Цей процес був зумовлений розвитком аргументації в комунікативному просторі давньогрецького поліса і безпосередньо пов'язаний з демократичним способом ухвалення суспільно важливих рішень, який передбачає індивідуальну ініціативу і дискусію. Для того щоб представлена на Агорі пропозиція знайшла відгук у громаді і була нею прийнята, вона мала бути належним чином обґрунтована. Саме обґрунтування того чи іншого положення, зроблене в певний спосіб, є передумовою появи наукового методу пізнання світу. Цей спосіб характеризується тим, що обґрунтування має бути універсальним щодо окремої точки зору, тобто позасуб'єктивним. Так формується доведення, яке претендує на об'єктивність, як основний метод точного наукового знання.

Звісно, це не значить, що з появою демократії раціональне пізнання стає тотальним способом встановлення відносин зі світом

і логос повністю витісняє собою міф. У тій же класичній Греції міф і логос відносно спокійно співіснують, хоча слово “міф” уже починає набувати негативних конотацій, а логос так само розвивається під відчутним впливом міфу і подекуди потерпає від його дії. У сучасному політикумі, як і в колишньому полісі, ці дві сили постійно протистоять одна одній, що видно на прикладі того ж політичного Public Relations – взаємовідносин влади з громадою. Але якщо міф у цій царині починає витісняти логос, демократія як політичний устрій стає неефективною і швидко вироджується в інші форми правління – або в тоталітарну систему, трагічними прикладами чого рясніє кривава історія двадцятого сторіччя, або у фасадну демократію, яка своєю оболонкою прикриває плутократію та олігархію і численні фарси якої ми маємо можливість спостерігати сьогодні.

Мода і масова культура

Великий раціоналіст Кант, який не оминув своєю увагою і таке нібито далеке від філософії явище, як мода, класифікував його або до “рубрики марнославства”, або до “рубрики дурості”. До першої категорії воно потрапляло тому, що в його основі лежить “закон наслідування”, який полягає в тому, щоб здаватися не менш значущим, ніж інші, а до другої – тому що при цьому не береться до уваги жодна користь [Килошенко, 2001].

І справді, незацікавлений погляд на моду дає всі підстави погодитися з такою думкою. Марнославство самоствердження і навіть жодного натяку на раціональну користь – постійні супутники цього явища.

Але може бути й інший погляд – із серцевини фейшн-індустрії, від людей, завдяки яким мода отримує епітет “висока” і прирівнюється до мистецьких шедеврів, від яких теж, до речі, не буває ніякої прямої користі. “Часто про високу моду помилково судять як про певне втілення гордині, – говорив Крістіан Лакруа. – Подейкують, що її мета – демонстрація високого соціального ста-

тусу і багатства. Насправді ж мистецтво моди – це спроба прориву в таїнства світобудови” [там само, с. 16]. Можливо, Канта здивував би саме такий спосіб прориву в трансцендентне, але за його часів ще не існувало поняття Haute Couture.

Фактично про той самий дотик до трансцендентного говорить і Крістіан Діор, називаючи моду “поняттям релігійним”, яке залишається останнім утіленням таїнства в наші часи [Покна, 1998]. А П’єр Карден вважає, що мода – це спосіб самовираження, “відображення індивідуальних рис окремої особистості в соціальному і моральному аспектах” [Килошенко, 2001, с. 16].

І хоча дизайнерів “от кутюр” не можна назвати незаангажованими особами, але їхній погляд на моду також виражає суттєві її аспекти. Це, безумовно, і високе мистецтво, і погляд у трансцендентне, і самовираження індивіда. Така неоднорідність характеристик моди – від рубрики марнославства до сакрального таїнства – цілком просто пояснюється з огляду на те, що мода є справжнім міфом, а останній, як було показано, може виявляти себе як надзвичайно різнобічне і неоднозначне явище.

Я говорю про моду не в сенсі популярних віянь узагалі, а про моду як певний спосіб одягатися і виглядати, який має більший або менший соціальний резонанс. Тоді міфологія цього явища проявляється таким чином. З одного боку, мода завжди втілена в конкретному об’єкті (або об’єктах), тобто має матеріальний субстрат. Цей її аспект можна розглядати у двох планах. Перший – речовий. Це одяг, взуття, прикраси, аксесуари, косметика тощо. Саме навколо нього розгорнуто масштабну індустрію, саме він є предметом численних бажань і, відповідно, великих грошових трат. Другий план матеріального втілення моди – людське тіло-в-моді, тобто одягнена і прикрашена за певним взірцем людина. І тут постає другий, не матеріальний бік моди: це – мода як художній образ, утіленням якого і є одягнена й прикрашена людина. Тому і матеріальна річ у моді – завжди більше ніж просто річ. Окрім суто прагматичного, вона завжди несе естетичне навантаження і тому оцінюється не лише у функціональному, а і в художньому вимірі. У межах моди безпосереднє використання речі не відокремлене від його образного навантаження і, відповідно, того суб’єктивного бачення, яке виражається в даному образі. Тому моду можна розглядати як сучасний живий міф.

Те суб'єктивне бачення, яке знаходить своє вираження в модному образі, – це художній відгук, з одного боку, на внутрішні відчуття, з другого – на зовнішні події. Це образне осмислення, з одного боку, віянь часу, а з другого – незмінних законів і колізій життя. Тому мода, як і будь-яке мистецтво, безпосередньо причетна до “таїнств світобудови” і дає можливість причаститися до них своїм adeptам, але лише у вимірі творчого співавторства, а не автоматичного наслідування. У цьому плані творцем моди може бути кожен, адже кожна людина, одягаючи себе, може створити певний образ. Одягнена людина – це завжди міф, але, як можна буде побачити далі, не обов'язково живий.

Мода – найдемократичніше з мистецтв, тому що воно доступне кожному. Більше того, оскільки як соціум, так і природні умови вимагають від нас бути одягненими, ми змушені обирати речі і створювати через цей свій вибір власний образ кожного дня. Палітра моди дає нам можливість постійно залишатися вірними обраному стилю або так само постійно змінюватись. Це справа індивідуального уподобання, бачення та відчуття. Тому модні засоби (модні – не в сенсі із фейшн-журналів, а ті, яким людина надає відповідні естетичні функції) є цілком побутовим способом самовираження, що й робить моду живим міфом.

І тут же проявляється її відмінність від мистецтв “класичних”. Надаючи побуту художнього осмислення, вона, як і будь-який дизайн узагалі, перетворює щоденне життя на мистецький шедевр, принаймні в зовнішньо-споглядальному плані. Але на відміну від інших видів дизайну мода надає можливості безпосереднього проживання в уподобаному образі, що ріднить її з грою і театром. Це вже не просто відсторонене створення і споглядання образу, а деяка внутрішньо-зовнішня цілісність, сплав психологічних якостей та фізичного втілення. Тому мода безпосередньо причетна до психофізіологічної проблеми, точніше, є її наочним відображенням. Це спроба виявлення суб'єкта в тілесному субстраті, але не просто як прояв психічного, а як буття особистості. Самовираження себе в моді набуває особливого значення порівняно з будь-якою іншою творчою діяльністю: це не тільки відтворення особистісних переживань мистецькими засобами, а безпосереднє виявлення себе через містику тіла. Тому мода – це містерія відтворення внутрішнього буття, яке є безпосередньою реальністю для

кожного з нас, через зовнішній вигляд, який стає безпосередньою наочною реальністю для інших. Звісно, таке поєднання зовнішнього і внутрішнього є трансцендентним за своєю суттю; і воно є одним з тих глибинних ігрових шляхів, за допомогою яких суб'єкт відкривається для соціуму, стає об'єктом для сприйняття. Тому мода за своєю спрямованістю завжди має на увазі діаду індивід – суспільство.

Важливо, що людина-в-моді є не просто об'єктом – тілом як матеріальним субстратом психічного, а об'єктом-в-образі: вона не просто існує, а показує, виражає себе певним чином. Це не просто унікальність індивіда, що як біологічна одиниця має власну тілесність, а унікальність особистості, яка проявляє себе в соціумі. Лосев вважав будь-яку особистість міфом, тому що вона є тілесно вираженим смыслом [Лосев, 1990]. Але якщо вважати смисл продуктом *суб'єктивного* сприйняття, то для появи міфу самої лише присутності людини замало. Вона має ще виразити відкритий нею смисл у певному образі, а якщо цей смисл стосується її самої, то для цього використовуються художні засоби оформлення тілесності – мода.

Наявність соціальної складової в спрямованості модних засобів не означає, що вони існують лише для показу себе іншим. Якщо розглядати моду як живий міф, то наявність глядачів для неї важлива не менше, але і не більше ніж для будь-якого іншого мистецтва. І, як і для будь-якого іншого мистецтва, її першоджерелом буде самовираження через творчість, у даному випадку – через створення того образу, який якнайкраще відповідає сутності власного “Я” у його взаємовідносинах зі світом. Але оскільки йдеться про самовираження через зовнішні форми, то це вже латентно передбачає можливість відстороненого споглядання, а отже, і позицію іншого.

Але мода не завжди є живим міфом. Зовнішній образ може відкривати інші плани буття і навіювати ідею про особистісні глибини та смисли, що там криються. Утім, він покликаний надихати, а не обіцяти. Його буквальне сприймання призводить до омани: перехід у царину прагматики обертає міф на маніпуляцію і зрештою робить його мертвим. Тут проявляється причаровування зовнішністю, яке за своєю природою є звабленням. Якщо поверховий образ автоматично переноситься на внутрішню сутність, то ми одразу переходимо в царину феноменології, тобто інтерпретацій на

основі того, що здається. Саме це й губить міф: як тільки ігрова площа трансформується в серйозну, естетичний образ одразу підміняється образом реальним.

Ми не маємо можливості споглядати іншого суб'єкта як носія власного внутрішнього світу безпосередньо, а лише через фізичні прояви. Тому судження стосовно нього ми можемо робити на основі опосередкованих даних, до яких належить і зовнішність. Мода як мертвий міф враховує ті особливості створюваного образу, на основі яких складається враження про людину, і базується на них. Це вже не самовираження, а навіювання, хоча в мистецтві створювання індивідуального іміджу ця тонка грань між грою і маніпуляцією часто буває непомітною.

Коли мода перетворюється на мертвий міф, то цікаві трансформації відбуваються не лише з образом людини, а й з інструментарієм, за допомогою якого цей образ створюється, тобто з модною річчю. Вона тепер має не художню цінність, а виступає суто категоріальною ознакою, основою класифікації. Найбільш поширеним видом отриманих у такий спосіб категорій є модний бренд, лейбл виробника. Головною стає не краса витвору а “від кого” він – наприклад, від Діора або від Гуччі. Відбувається те саме, що відбувається з будь-яким об'єктом мистецтва, коли він перетворюється на мертвий міф. Він оцінюється не за красу, не за силу враження, а за категоріальною належністю типу “це справжній Далі”, яка виступає для нього наперед заготованим оцінним штампом.

Бренд є не єдиною можливою категоріальною ознакою елемента індивідуального іміджу. Інша властивість одягу або вигляду в цілому як мертвого міфу полягає в його спроможності вказувати на належність людини до того чи іншого класу. Ця риса є, мабуть, історично найбільш давньою. Для первісних племен орнамент на одязі був знаком належності до того чи іншого роду. Згодом особливості вбрання стали ознакою наявності певного соціального статусу. Цю свою рису вони зберегли і до сьогодні, а крім того, набули здатності вказувати на належність свого власника до тієї чи іншої субкультури чи царини, з якою він має справу, – “ділова людина”, “вільний художник” тощо.

Зрозуміло, що коли одяг стає невід'ємною ознакою належності до певної соціальної групи, він перестає бути засобом самовираження. Мода в такому випадку фактично перетворюється на

уніформу: нічого особистого, лише знаково-соціальні та суто утилітарні функції. Одяг перестає бути питанням вибору, а стає чимось загальноприйнятим і “само-собойним”. Ця загальноприйнятність поширюється як на окремі соціальні страти, так і на дуже широкі верстви населення – цілу культурну популяцію. У межах окремого суспільства вона стає вже не певною відмітною рисою, а цілком очікуваним, соціально затвердженим елементом зовнішнього вигляду. Прийнятний у межах однієї культури типаж зовнішності може здаватися дивним з точки зору іншої епохи, але є абсолютно природним і фоновим ізсередины свого часу. Це не питання вибору, а точка відліку, стосовно якої і розглядаються можливі зміни. Як і для будь-якого мертвого міфу, те, що початково було умовним, починає видаватися абсолютно природним. Значною мірою це пов’язано з тим, що мистецький образ є авторським витвором, і наявність творчої суб’єктивності при його виробленні перешкоджає переплутуванню суб’єктивного і об’єктивного, умовного і природного. Але як тільки образ перестає бути питанням вибору і об’єктом спрямування творчих інтенцій, суб’єктивний аспект його походження вже більше не сприймається, як це було досі.

Тому цілком зрозуміло, що консерватори від будь-якої епохи іронізують над новою модою як над смішним і диким елементом, ніколи не задумуючись над неприродністю того типового вигляду, який існував на час формування їхніх модних уподобань. Наприклад, англійський філософ кінця XVII – початку XVIII століття Ентоні Ешлі Купер, лорд Шефтсберн залишив нам свої зауваження про моду, де зазначав, що, з одного боку, вона проявляє деспотичну владу над людьми, тому що часом викривляє справжнє людське ество, природний вигляд людини, але з другого, вона справляє і позитивний вплив, тому що модні люди, обдаровані гарним смаком, одягають те, “що витончене і пристойне за самою своєю природою” [Лосев, с. 8].

Цілком зрозумілим є також і те, що мода створюється завжди на тому тлі, яке є загальноприйнятим на конкретний час, і ніби всупереч йому. Вона завжди протистоїть тому мертвому міфу, який закарбувався в побутовій культурі, і постійно оживляє його своїми змінами. Тому як тільки річ стає звичною, вона автоматично перестає бути модною. Щоб залишатися живим міфом, моді постійно

потрібно бути в “контрі” із самою собою на попередньому часовому відрізьку. Але саме таким запереченням минулого мода вимушена завжди враховувати його у своєму змістовому розвитку.

При цьому, як уже зазначалося, щоб бути творчою діяльністю, мода завжди має спиратися на самовираження і, як мистецтво, вона завжди є індивідуальною. Вона спроможна виразити і унікальний почерк кутюр’є, і неповторний стиль того, хто вбирається у створений майстром одяг. Водночас за всієї своєї унікальності мода має масовий характер, що проявляється, зокрема, і в тому, що вона не є абсолютно вільною, а змістовно прив’язана до попередніх загальних тенденцій. Це та обумовленість і та умовність, у межах яких твориться мода. Сказане ще раз підкреслює, що за своєю природою це гра, і не просто гра, а навіть ... бешкетування, тобто навмисне порушення правил заради забави, без жодної прямої користі. Моді подобається драгувати обивателя, порушуючи загальноприйняті устої, але робить вона це не задля шкоди, а суто через свою задерикуватість і розбишацтво. Це постійно оновлювана молодість соціуму, яка не дає йому залишатися занадто серйозним.

Але цим “соціальність” моди, ясно, не вичерпується. Як і будь-яка образотворчість, вона відтворює суб’єктивні відчуття автора щодо світу, в якому той живе і з яким взаємодіє. Але специфіка моди, можливо, більше ніж будь-якого іншого мистецтва, полягає в тому, що вона спроможна відображати не лише індивідуальні, а й соціальні переживання і смисли. Будучи мистецтвом побутовим і масовим, вона в самому способі життя відображає загальний настрій і погляди своєї епохи. Справжній дизайнер тонко відчуває ті смисли, які відкриває нова доба і якими дихає час; саме вони згодом знаходять своє відображення в моді. Тому вона – плоть від плоті своєї культури, а не просто непотрібна забавка. Більше того, саме залишаючись забавкою, грою, мода спроможна посідати важливе місце в соціальному житті. Це також значно більше, ніж гламурна вигадка і догоджання власному марнославству, як здається на перший погляд, і її місце в культурі цілком особливе.

Одягнена людина, або, більш загально, людина-в-моді, – це і є людина, якою її створила культура. Одяг та інші модні елементи – невід’ємний елемент культури, соціальна оболонка, яка покриває природний вміст і зливається з ним. Тому одягнена людина – це

також людина соціальна – Homo socium. Вона через зовнішність позиціонує себе так, щоб бути сприйнятою суспільством (але не обов'язково схваленою ним), і водночас виражає себе в тих смислах, які вирують у даній культурі (або субкультурі). Тому людина-в-моді – це справжня соціальна одиниця, яка співвідноситься з усім цілим. Мода – уречевлений посередник між індивідом і соціумом, між суб'єктом і культурою. Тому цілком зрозуміло, що в ній, з одного боку, представлені мистецька самотність та постійна оновлюваність, а з другого – поширені штампи і тиранія загального над інакшим. Разом з тим мода є прикладом потужної дії соціальної співтворчості, що проявляється як гра і можливість для утвердження буття через співпричетність до інших.

Коли людина приводить себе “до ладу”, вона вже представляє, репрезентує свою особу, свідомо чи несвідомо зіставляючи себе з тими взірцями, які вироблені в даному соціумі, і через власний вибір виражає свою позицію щодо них. Зовнішність людини – це також і її спосіб життя серед інших, і її взаємовідносини з ними. Відхиляючи або приймаючи через вибір іміджу ті чи інші соціальні позиції та настановлення, вона стає представником і виразником тієї чи іншої субкультури або соціальної течії.

Отже, людина-в-моді – це водночас і людина-в-соціумі, і більше того – соціум-у-людині. Але це означає не лише те, що індивід зазнає суспільних впливів. Створюючи власний образ, він спроможний оживляти мертвий міф моди, а значить оживляти мертвий міф образу людини в межах даної культури.

Оживленням мертвого міфу через відкриття, продукування і вираження нових смислів займаються субкультури. Останні – це, власне, і є соціальна робота над новим смислом, а мода постає як зовнішньо-естетичний аспект цієї роботи. Смысл може відкриватися і розвиватися як в естетичній, так і в ідеологічній площині, хоча зазвичай обидва ці аспекти існують і взаємодоповнюють один одного. Тому одні субкультури краще ідентифікуються за своїм ціннісно-смысловим змістом, інші – за виразним дизайном і зовнішнім виглядом.

В усякому разі, субкультура – це не політичний рух і не партія, які повинні мати розроблений маніфест і чітко висловлені орієнтири. Смысл рідко знаходить ті досконалі вербальні форми, які адекватно і, тим більше, повно його вичерпують. Раніше вже зазна-

чалося, що він не співмірний з дискурсивними засобами вираження. Тому однозначно затверджені ціннісні орієнтири зрештою обертають живу ідеологію субкультур (і культури в цілому) на мертвий міф. Відтак зміна субкультур¹ – таке ж природне явище, як і зміна моди.

Теза Хейзінги про те, що культура народжується в грі, якнайкраще відображається в появі і подальшому розвитку субкультурних паростків. Ідея стати кимсь через належність до спільноти, через наслідування особливостей поведінки, через старанне дотримання стандартів зовнішності внутрішньо близька до обрання певної ролі і вживання в неї. Це суто ігрова поведінка (що, однак, не робить її обов'язково дитячою або інфантильною). Це не фальш, а проживання життя в певному образі, який був уподобаний індивідом через його глибинну близькість до власного єства, через зовнішні принади або навіть і суто ситуативно. На відміну від серйозних ролей, з якими ми зростаємося протягом свого життя, роль гота або панка зазвичай набридає її носію раніше, ніж вона перетворюється на міцний мертвий міф. Награвшись, людина просто переростає цю свою ідентичність, але через неї вона отримує певний досвід і певні переживання. Та й кожне нове культурне віяння можна порівняти з грою соціуму, який розгортає через неї чергові грані смислу. Це проявляється в новій моді, новому стилі мистецтва, нових фантазіях і поставлених запитаннях. Награвшись із новими смислами, суспільство переходить до інших, породжуючи нові субкультурні рухи.

Попри свій ігровий, майже дитячий характер, нові субкультури виконують у соціальному просторі дві важливі функції. Перша, яка вже згадувалася, – це протистояння тенденціям загравання та надмірної серйозності в трактуванні смислів і, як наслідок, перетворенню більш глобальної культурної традиції в мертвий міф. Але, окрім опонування в такий спосіб традиційній культурі, субкультури ще протистоять тому, що зазвичай називається культурою масовою і що проявляється в максимальному спрощенні і вихолощуванні смислів аж до пониження їх до рівня обивательських потреб.

¹ Ідеться передусім про молодіжні субкультури.

Нові субкультурні прошарки зазвичай активно протиставляють себе маскульту, використовуючи для цього цілий арсенал зовнішніх і поведінкових ознак. Та якщо субкультура набирає сили і набуває популярності, то вона тим самим перетворюється на культуру масову. Але при цьому з нею відбуваються певні трансформації. Річ у тім, що маскульт не схильний переймати, а тим більше розвивати внутрішній, смисловий аспект нових культурних розвідок. Він не розвиває смисли, бо це вимагає суб'єктної роботи, а вихолощує їх і переводить у пусту форму. В результаті маскульт транслює переважно не внутрішній, а зовнішній бік субкультури, і не дивно, що передусім він переймає в неї саме моду. Але й мода в ньому проявляється не творчою своєю стороною, а перетворюється в застигли зразки, які нічого не виражають, а просто беруться для наслідування. Це якраз ті прояви моди, про які писав Кант.

Зацикленість на формі і недорозвинутість смислів у маскульті проявляється в різних феноменах. Це можуть бути формальна, лубочна привабливість і простота та доступність образу. Так з'являється кіч. Він легко сприймається і так само легко викликає емоції, але не породжує і не розвиває переживання. Масове мистецтво не катарсичне за своєю суттю – воно не вимагає від глядача розвитку і переступання через себе.

Простота образу в маскульті перетворюється на певні стандарти форми, які видаються за справжнє мистецтво. У будь-якій мистецькій лавці можна знайти щось на кшталт місячної доріжки на морських хвилях або диких, неприборканих коней у преріях і т. ін. Це художні штампи, які дуже близькі до мистецтва кічу. Широковикористовуваним є також стандартний набір засобів, які натякають на глибини смислу, але ніколи не розкривають його. Типовим прикладом є східна тематика: загадкові ієрогліфи, атрибути бойових мистецьких практик тощо. Такі знакові образи навряд чи можна назвати мистецтвом, але вони є елементом міфу, який, як це з ним часто буває, може проявлятися досить неоднозначно.

Наперед заготовлені образи активно експлуатують у комерційному мистецтві, яке точно знає, як їх використовувати. Образ повинен бути не надто складним, зрозумілим, має привертати увагу і швидко викликати емоції. Легкість споживання означає масовий запит, а значить і комерційний успіх. Популярність, яка підміняє талант, – типова риса сучасного мистецтва, де хітовість є беззапе-

речним аргументом і головною метою. Комерційна творчість завжди відповідає на наявний запит, тому ніколи не буває насправді розвивальною. Коли ж мистецтво не відповідає потребам саморозвитку, а здійснюється заради задоволення потреб, тобто перебуває в межах прагматичних відносин, воно втрачає можливість відкривати нові смисли. Перетворюючись на мертвий міф, воно зрештою знищує само себе.

Але є й інший аспект використання заготовлених та спрощених художніх засобів у комерційному мистецтві і масовій культурі. Він пов'язаний з використанням зовнішньої атрибутики як елемента комерційної естетики образу. Це стильний одяг, спортивні авто, “круті” окуляри та інші елементи красивої подобі і красивого життя. Це ті прикраси, набувши яких (або хоча б схожих), можна грати в героїку фільму або серіалу. Така художня продукція зваблює аудиторію на ігри і фантазії, залучаючи їх до свого сюжетного світу. При цьому зовнішня красивість і атрибутика створюють своєрідний казковий вимір. Це та близька до гри реальність, яку ще не можна назвати високим мистецтвом, але яка водночас і не є мертвим міфом. Це, швидше, дещо спрощена, але весела і романтична позиція у взаємодії зі світом, яка збуджує уяву і є чудовим утіленням для підліткових сподівань. Вона якнайкраще проявляється в найбільш вдалих прикладах комерційного кіно, на кшталт фільмів Тарантіно. Але якщо форма стає занадто самодостатньою і вихолощеною, тобто такою, що максимально спрощує смисл, то таке кіно перетворюється на звичайну мильну оперу.

Популярні пригодницькі жанри, і особливо екшн, покликані передусім лоскотати нерви, а не відкривати смисли. Вони спрямовані на те, щоб викликати прості емоції, а не високі почуття. Переживання, які вони розвивають, пов'язані з простими, найчастіше біологічними, потребами і є не більш складними, ніж ті, що пов'язані з рухливими іграми й іншими “радощами” тіла. Та до гри вони подібні не більше, ніж перегляд матчу по телевізору – до самого футболу. Вони більше компенсують нестачу реальних вражень у житті, аніж створюють ситуації, в яких сам процес проживання стає ціннісним. Це мистецтво ілюзії, яке заміщає реальне життя, а не перетворює його.

Але і маскультові мелодрами відкривають не більше смислу, ніж різного роду хорори і бойовики. І хоча їхній вплив пов'язаний

передусім з почуттями, а не простими емоціями, та й ці переживання не можна вважати суб'єктно перетворювальними. Це просто відігрівання певної життєвої колізії, яка має цілком зрозумілу інтерпретацію і цілком передбачуваний почуттєвий відгук. Мистецтво ніколи нічого не спрощує, бо робота над смислом передбачає щось складніше, ніж схема “ситуація – реакція”. Тому воно далеке від одновимірних інтерпретацій. При цьому мистецтво, навіть звертаючись до простих життєвих колізій, знаходить ті відтінки їх розуміння, які неспроможний виділити пересічний погляд. Але й розглядаючи драми життя, воно дає можливість вийти за межі конкретної ситуації, роблячи переживання універсальним і самоцінним і тим самим відкриваючи значущість саме цієї ситуації, саме цієї колізії в усій її життєвій конкретиці. Водночас ця універсальність дає змогу піднятися над ситуацією і побачити смисл за нею і в ній. Це дає можливість не просто пережити драму, а вийти з неї інакшим, отримавши разом з новим враженням і новий ракурс усвідомлення. Так переживання твору стає катарсичним. Таким чином мистецтво спроможне піднести цю ситуацію, ушляхетнити її, і тоді переживання її драматизму вивищує і самого суб'єкта, розширюючи його внутрішній чуттєвий простір до відкритої універсальності.

ПІДСУМКИ

Тепер залишається узагальнити власні теоретичні позиції, представлені в цій роботі. У ній розглядалися способи відображення об'єкта залежно від способу взаємодії суб'єкта з дійсністю, а також способу встановлення відносин і формування ставлення до цієї дійсності. У цьому ракурсі проблема формування образу ставиться в контексті життєвих зв'язків індивіда зі світом і безпосередньо стосується також і діяльнісної сфери.

Це передусім проявляється на прикладі гри, яка розглядалася як діяльність, спрямована на безпосереднє створення і реалізацію переживання. Якщо у звичайній прагматичній, доцільній діяльності увесь її процес організовується заради потрібного результату, то в грі, навпаки, цінним є безпосереднє переживання процесу, заради якого підбирається результат, котрий і регламентує умовне поле гри – це можуть бути умовні значущості (варіант game) або умовні значення (варіант play). В останньому випадку можна говорити про ігровий образ, у якому виражається суб'єктивний спосіб бачення об'єкта (смісл), заданий сформованим у грі переживанням.

У разі перетворення гри на серйозну діяльність ігровий процес втрачає свою довільність, а значущості і значення, які були присвоєні об'єктам, – свою умовність. Якщо рефлексії щодо статусу останніх не відбувається, така діяльність стає підпорядкувальною та маніпулятивною щодо індивіда.

Але є й інший можливий шлях трансформацій ігрової діяльності – коли вона перетворюється на мистецтво, яке також стверджує самоцінність переживання за допомогою розвитку образних засобів (тепер ідеться не про ігровий, а про художній образ), що означає також розвиток суб'єктивного бачення дійсності і формування нових смислових вимірів у її відображенні.

Зв'язок між ствердженням переживання і розвитком суб'єктивного відображення об'єкта досліджувався також при вивченні поетичної метафори. Цей вербальний троп здатний відкривати нові грані об'єкта і створювати новий ракурс бачення через апеляцію до індивідуального досвіду, що задає також і пізнавальний репрезентаційний потенціал метафори. Але саме актуалізація суб'єктивного за своєю природою досвіду приводить у випадку

соціокультурного закріплення метафори до підміни онтичного феноменальним у вербальних репрезентаціях дійсності. Смысл при цьому трансформується в значення, і спосіб інтерпретації дійсності стає невідривним від самої дійсності.

Аналогічні смислові трансформації притаманні і міфу. Він є не просто способом репрезентації дійсності, а й формою залучення індивіда до стосунків з нею, які породжують безпосередність переживання. Поєднуваність суб'єктивного і об'єктивного в міфі відкриває перед індивідом можливість для збагачення власного життя смислами, відкритими у взаємодії із зовнішнім світом, а також для вираження цих смислів у художньо-образній формі, яка при цьому залучається до безпосередньої життєдіяльності людини. Водночас залучення міфу до прагматичної діяльності означає, що переживання перестав бути основним змістом цієї діяльності, перетворюючись на суб'єктивне відображення можливості задоволення потреб – емоційну оцінку. Відповідні трансформації відбуваються і зі смисловим навантаженням міфічного образу, який перетворюється на буквальну інтерпретацію. При цьому суб'єктивна характеристика об'єкта, задана смыслом, трансформується в значеннєву категоризацію, яка латентно містить вироблене оцінне ставлення, пов'язане з індивідуальним досвідом, а також настановлення щодо способу взаємодії із цим об'єктом. Так поєднання суб'єктивного і об'єктивного в міфі призводить у разі його перетворення на серйозну дискурсивну практику, з одного боку, до суб'єктивності при формуванні об'єктних інтерпретацій, а з другого – до псевдооб'єктивації ставлень і стосунків. Серйозність спонукає до втрати усвідомлення умовностей, що стоять за суб'єктивними інтерпретаціями дійсності, заради соціальної загальності та соціокультурної відтворюваності. Символічне опосередкування дає змогу фіксувати ці інтерпретації в суспільному досвіді і через систему значень надає їм статусу об'єктивності.

Отже, у процесі смислових трансформацій, що відбуваються в міфі і метафорі, смысл як суб'єктивний спосіб визначення об'єкта виявляє тенденцію до зрощення з останнім у людській свідомості. При цьому суто досвідний, феноменальний спосіб репрезентації починає здаватися об'єктивним відображенням дійсності, яке завдяки знаково-символічному опосередкуванню і відтворенню в суспільних практиках закріплюється в соціокультурній традиції, до певної міри формуючи її. Це означає переведення синтагматичних символічних функцій у парадигматичні, що проявляється як транс-

формація смислів у значення, через які нормуються та уніфікуються способи взаємодії індивіда з дійсністю і які постають невіддільними від неї.

Відділення смислів від об'єктів можна розглядати як локальний вибух життєвого світу індивіда, і саме він є психологічним механізмом явища смішного. Відокремлення об'єктів від зрощених з ними інтерпретацій означає також їх вивільнення від латентних настановлень, закріплених у значеннєвих репрезентаціях дійсності.

Таким чином, можна сказати, що викладена тут теорія складається з двох взаємопов'язаних векторів, які й задають основні напрями аналізу.

Перший напрям представляє погляд на гру як на діяльність, яка здійснюється заради переживання, тобто самого процесу життя, взятого у своєму психологічному аспекті, і яка в такій своїй специфіці розглядається як передумова становлення мистецтва. Важливим моментом у процесі цього становлення є образно-смысловий аспект репрезентацій дійсності в межах ігрового поля.

Другий напрям стосується процесу формування репрезентацій дійсності, а також тих форм вираження, в яких виявляють себе ці репрезентації. Опорним пунктом тут є положення про те, що цей процес виходить з того суб'єктивного невідрефлексованого відображення, яке співвідноситься з поняттям смислу. Надалі процес формування репрезентацій може здійснюватися різними шляхами і, відповідно, виявлятися в різних формах. Якщо методологічна рефлексія все-таки здійснюється, то це шлях до виникнення понятійного знання. У протилежному випадку з'являється мертвий міф або ж, якщо смисл стає самоцінністю і розвивається в цьому плані, – живий міф, або мистецтво. Застигла в мертвому міфі система репрезентацій дійсності надалі стає живильним середовищем для виникнення смішного, завдяки якому вона втрачає властивий їй маніпулятивний потенціал.

Обидві частини теорії логічно поєднує передусім погляд на гру типу play, яка за своїми внутрішніми механізмами дуже близька і до метафоричного вислову, і до способу репрезентації дійсності в міфі. Методологічно ці дві частини об'єднуються положенням, згідно з яким як переживання, так і відображення дійсності можуть бути не лише способом задоволення потреб і досягнення цілей, а й самостійною цінністю. Але головною концептуальною єднальною ланкою тут постає погляд на смисл як на конструкт, який, з одного боку, будучи суб'єктивним аспектом репрезентацій, безпосередньо

стосується когнітивних процесів, а з другого боку, будучи вкоріненним у саму психічну тканину відображення, пов'язаний із суб'єктивним ставленням до дійсності – переживанням.

Найкраще така дуальність смислу простежується у феноменології метафори. Як було показано, пояснити цю логічно неможливу операцію просто, якщо пам'ятати, що значення – це психічний процес, за яким стоїть поняття смислу – способу розуміння того, що представлено в цьому значенні. Це звернення до суб'єктивного аспекту репрезентацій дає змогу пояснити дві функції у використанні метафори. Перша з них – пізнавальна – пов'язана зі здатністю створювати в адресата уявлення про те, що раніше не було відоме. Друга – почуттєва – пов'язана з поетичною здатністю метафори формувати в адресата (і виражати у її творця) певне переживання.

Двоїстість смислу щодо когніцій і переживання проявляється і у феноменології міфу. Адже, з одного боку, міф – це певна символічно опосередкована репрезентація дійсності, певний комплекс уявлень про світ. З другого боку – це явище естетичного порядку, за своєю суттю споріднене з мистецтвом. Обидва ці аспекти існування міфу можуть бути пояснені, якщо під ним розуміти безпосередній смисловий спосіб репрезентації дійсності, в якому суб'єктивний аспект відображення не відокремлений від об'єктивного, а естетика життєвих відносин не відділена від прагматики. При цьому суб'єктивність відображення може проявлятися і як підґрунтя поетичного бачення міфу, і як причина викривлення образу дійсності.

У категорії смислу, таким чином, знайшли своє втілення три аспекти такої первинної, фундаментальної властивості психічного, як суб'єктивність. Перший – це суб'єктивність як характеристика результату відображення, яка онтологізує його в єдності з процесом відображення саме як психічну реальність. Другий аспект – суб'єктивність як небайдужість, як певне чуттєве, особистісно зумовлене ставлення до дійсності. Безперечно, ці два аспекти існування суб'єктивності внутрішньо взаємопов'язані на тій основі, що йдеться про їх належність суб'єктові психічного. Нарешті, третій важливий прояв суб'єктивності – це її протилежність об'єктивованості, така собі системна погіршеність у репрезентаціях дійсності. Розвиток саме цієї її властивості знаходить своє яскраве втілення в мертвому міфі. Найчастіше цей аспект суб'єктивності не відрізняють від суб'єктивності як чуттєвого, особистісного ставлення до чогось. У зв'язку із цим важливим у межах даної теорії

положенням є те, що суб'єктивне ставлення до дійсності може розглядатися як самоцінність переживання, а тому мати свої самостійні форми вираження (образні або образно-символічні), відмінні від раціонального дискурсу. Припускається, що існує ірраціональний за своїм характером модус репрезентації дійсності, в якому переживання знаходить свій розвиток як самостійна цінність. Воно тут проявляється як щось значно складніше, ніж емоція, яка показує відповідність або невідповідність об'єкта актуальним мотивам і потребам, оскільки об'єкт у такому ракурсі розгляду перестає бути предметом потреб. Відповідно відносини з дійсністю в такому випадку набувають суб'єкт-суб'єктного характеру, тому суб'єктивність тут уже не протиставляється об'єктивованості.

Що ж до детальнішої концептуалізації досить широкого за своїм обсягом поняття “смысл”, то останній безпосередньо пов'язаний з тією теоретико-методологічною базою, на основі якої будувалося теоретичне дослідження. Передусім це теоретичні передумови, що стосуються взаємовідношення “смысл – символ”. Тут поняття смыслу розглядається у зв'язку з концепцією Фреге, який уперше чітко відокремив значення від денотату і показав, що смысл поняття – це не сам об'єкт, не денотат, а спосіб вказування на денотативну сферу, а значить належить не дійсності, а суб'єктові (хоча з останньою тезою сам Фреге, ймовірно, посперечався б. Цей суб'єктивний спосіб виділення денотату я зіставляю з поняттям смыслу за традицією, представленою в працях Виготського і його послідовників. Таким чином, смысл розглядається як процесуальний аспект функціонування значення, а саме як суб'єктивно-чуттєвий, недискретний і плинний аспект репрезентації.

Але смысл існує не лише як суб'єктивний аспект значення. Смыслове відображення може розвиватися через знакове опосередкування в сигніфікативну категоризацію, але, як уже зазначалося, репрезентативні можливості смыслу не вичерпуються раціонально-дискурсивним способом відображення дійсності. Тобто існує не лише раціональний, а й ірраціональний спосіб репрезентації, який знаходить своє втілення не в знакових, а в образних (чи образно-символічних) формах. Суб'єктивність тут є не лише субстратом, засобом, а й безпосередньою цінністю процесу відображення, а значить його результат не відокремлено від процесу, що знімає протиставлення “суб'єкт–об'єкт”. Тут те, *що* ми бачимо і уявляємо, є не менш важливим, ніж те, *як* ми бачимо і уявляємо, і це “те, що...”, тобто результат, розвивається разом з “тим, як”, тобто з процесом.

Смисл тут виявляється в єдності суб'єктивного і об'єктивного, виступаючи і засобом, і метою інтерпретацій. Ідеться про відкриття смислу речей в естетичному або екзистенційному модусі, тобто це передусім ідеалістичне лосєвське трактування смислу або, скажімо, гуманістичне франклівське. Я хочу підкреслити наявність генетичного зв'язку між такими смислами і смислом як суб'єктивним аспектом репрезентацій, що дає, наприклад, можливість розглядати походження мистецтва або живого міфу на основі розвитку простіших форм репрезентацій дійсності, зокрема на основі розвитку творчих потенцій гри.

Говорячи про розвиток, або ширше – про перетворення смислу, можна виділити три основні напрями смислових трансформацій у соціокультурному просторі. Перший – суб'єктно-розвивальний, який проявляється в становленні живого міфу, метафори, у розвитку від гри до мистецтва. Другий – маніпулятивний, який проявляється у випадку переходу від живого міфу до мертвого і вмирання метафори. Третій – раціонально-пізнавальний – пов'язаний із дискурсивними практиками і розвитком понятійного знання.

Механізм дії першого напрямку ґрунтується на принципі інтенціональності, відповідно до якого зміни індивіда можливі тільки через його співпричетність до зовнішніх реалій та їх внутрішнє опрацювання, тобто через розвиток інтенціональності переживання. Розвиток переживання безпосередньо пов'язаний з розвитком образу, який передбачає можливість виникнення переживання і співпереживання незалежно від актуальних потреб та особистісних мотивів.

Механізм дії другого напрямку інший, адже спосіб репрезентації об'єкта в живому міфі (як і в метафорі) є не категоріальним, а образним. Він апелює до переживання і суб'єктивного досвіду, а не об'єктивних властивостей речей і спирається на суб'єкт-суб'єктні відносини між індивідом і дійсністю. Якщо ці відносини трансформуються в суб'єкт-об'єктні і прагматичні, то задані міфом або метафорою інтерпретації стають серйозними, а образне порівняння перетворюється на категоризацію. Міф стає догматом, а метафора – конотацією слова. У результаті ми отримуємо репрезентацію дійсності, засновану на суб'єктивному баченні, яка видає себе, однак, за реальну властивість речей і світоустрій. (У принципі метафору можна розглядати як окремих випадок міфу – просто міф-догмат є необ'єктивною інтерпретацією дійсності, а заснована на метафорі конотація – її необ'єктивною категоризацією).

Нарешті, механізм дії третього напрямку смислових трансформацій пов'язаний із формуванням методологічної традиції, цілої

культури раціонального пізнання, яка передбачає процес вироблення і накопичення знань разом із практикою їх обґрунтування.

В актуалгенезі відображення процес смислових трансформацій можна описати таким чином. Існує суб'єктивно-чуттєвий невідрефлексований модус репрезентації дійсності, який може бути зіставлений з поняттям смислу. У процесі пізнання смисл розгортається або в рамках ірраціонального осягнення дійсності – через художній образ чи сакральний символ, або як дискурсивне знання про дійсність, опосередковане системою значень. Таке опосередкування може грати двояку роль. З одного боку, це можливість отримати абстрактне знання, можливість по-своєму поставитися до отриманого результату і передати його іншим, нарешті, можливість зберегти отриманий результат. Але це ж і можливість існування невідрефлексованих інтерпретацій, закріплених за допомогою опосередкованих знаками категорій. Простіше кажучи, існує три шляхи розвитку безпосереднього бачення об'єкта – три шляхи розвитку смислу: в ірраціональному осягненні (метафора, живий міф, мистецтво), у понятійному знанні (наука), у системі невідрефлексованих інтерпретацій дійсності, до яких належить і система значень буденної мови (мертвий міф).

Логіку аналізу смислових трансформацій у символічних формах краще уявити, якщо скористатися прикладом метафори. Як уже зазначалося, функціонування метафори передбачає два аспекти – пізнавальний і почуттєвий. Пізнавальний аспект дає можливість адресатові через звернення до його особистісного досвіду скласти уявлення про той об'єкт, для якого ще немає назви, немає категорії. При цьому в значенні метафоричного слова важливий саме суб'єктивний аспект його використання – смисл. Це можливість розуміння через аналогії і досвід, але це не строге визначення. Закріплюючи нову назву за новим об'єктом, новою денотативною сферою, соціокультурна традиція формує нове значення слова. У межах загальнозначущості суб'єктивний момент використання слова стає вже неважливим, і значення зливається з об'єктом. Спосіб розуміння дійсності зливається з дійсністю: виникає те, що було названо мертвим міфом.

Почуттєвий аспект функціонування метафори формує особистісні переживання, також залучаючи індивідуальний досвід. Тут спостерігається апеляція до конкретного сприйняття об'єкта, а не до категорії взагалі. Метафоричний вислів є тим художнім образом, завдяки якому формується і розвивається переживання.

Два аспекти функціонування одного і того ж феномена – метафори – свідчать про те, що спосіб розуміння об'єкта (смысл за Фреге) безпосередньо пов'язаний зі сферою особистісних переживань, тобто є емоційно забарвленим аспектом значення – тим феноменом, який умовно можна зіставити зі смыслом за Леонтьєвим. Тобто йдеться про суб'єктивний аспект функціонування значення, і ця суб'єктивність проявляється двояко. По-перше, вона розкривається як психічний процес, а значить належить суб'єктові як носієві психічного. По-друге, вона співвідноситься з небайдужим ставленням до об'єкта, безпосередньо стикаючись із чуттєво-емоційною сферою суб'єкта.

Метафора за своєю сутністю, за тим механізмом, який задає її здатність репрезентувати дійсність, подібна до міфу, що зазначало багато дослідників. І якщо в основі метафоричного звороту лежить трансляція смислів, то аналогічний процес повинен проявлятися щодо міфу. Але міф – це не просто вказівка на об'єкт через нетрадиційне використання слова, не просто назва, позначення дійсності, а інтерпретація дійсності. (Утім, навіть вказівку на об'єкт і його позначення певним словом можна називати інтерпретацією цього об'єкта, і тоді метафора постає як певний локальний випадок міфу). Інтерпретація дійсності – це спосіб її розуміння, і він безпосередньо пов'язаний з когнітивними процесами. І якщо міф подібний до метафори, то ці когнітивні процеси повинні ґрунтуватися на апеляції до смислової реальності. Тут слід згадати про смысл за Виготським і Тихомировим як про такий спосіб розуміння дійсності, який передуює її інтерпретації у вигляді оформленого та усвідомленого значення і здатний формувати емоційно упереджене ставлення. Це процесуальний аспект мислення, який діалектично пов'язаний з логікою силогізму і містить у собі спонтанний і невідрефлексований спосіб виявлення і побудови зв'язків. Тобто смысл пов'язаний не лише із суб'єктивним аспектом функціонування значення як семантичної одиниці, а й із суб'єктивним аспектом функціонування значення як мисленнєвого інструменту.

Далі, якщо міф за своїм внутрішнім психологічним механізмом подібний до метафори, то й ті процеси, які відбуваються при переході від живого міфу до міфу мертвого, можна зіставляти з трансформаціями, що супроводжують перехід від живої метафори до мертвої. Це буває, коли образно-смысловий спосіб репрезентації дійсності обертається на знаково-дискурсивний. Тоді виникає

система репрезентацій, заснована на невідрефлексованому суб'єктивному баченні – феномені. При цьому спосіб відображення дійсності суб'єктивно зливається із самою дійсністю, що підтверджується численними випадками смішного, яке виникає якраз тоді, коли між образом реальності і реальністю утворюється люфт. Відділяючи інтерпретації об'єктів від самих об'єктів, комічне тим самим не лише знищує мертвий міф, а й стає своєрідним показником його існування в індивідуальній і соціальній системах репрезентацій.

Таким чином, виділення двох аспектів функціонування метафори, а також її внутрішня подібність до міфу підтверджують правомірність ототожнення смислу за Фреге, Леонтьєвим і Виготським. І навпаки, уважний розгляд багатогранної природи смислу і його репрезентативних можливостей дає змогу розгорнути ту теорію гри, метафори, міфу і смішного, яка була тут представлена. Непрямим підтвердженням і водночас демонстрацією запропонованої теорії смислових трансформацій слугують ті перипетії смислу, які можна спостерігати в численних соціокультурних феноменах. Це і сфера рекламної діяльності, і поле існування політичних ідеологій, і мінливе життя моди і субкультурних рухів.

Це те, що стосується логіко-доказової бази роботи. Розгляньмо тепер отримані результати в більш широкому контексті.

Розпочнемо цього разу з проблеми смішного. Сміх – це не просто виявлення когнітивної та водночас екзистенційної несумісності двох позицій – суб'єктивної і об'єктивної, не просто локальний вибух життєвого світу. Це ще й фізіологічна реакція на таку несумісність. Вона закладена в самому біологічному субстраті, а отже, притаманна людині як виду. А якщо погодитися з тим, що “людина – це тварина, яка вмє сміятися”, то цю реакцію можна розглядати як видову ознаку *Homo Sapiens*. Разом з тим, як було показано, сміх виникає, коли розпадається мертвий міф. Останній є способом існування системи репрезентацій, яка пов'язана з категоріальними узагальненнями, але не пройшла рефлексивну перевірку. Тому зрозуміло, що сміятися здатна лише людина (у крайньому разі – вищі тварини), оскільки йдеться про відображення в категоріях.

Але тут можливий ще й інший кут зору. Якщо сміх є видовою ознакою і водночас пов'язаний з виникненням мертвих міфів, а ті є результатом смислових трансформацій, то можна говорити, що смислові трансформаційні процеси у своїй генезі

пов'язані з виникненням Homo Sapience. Точніше, походження людини як виду нерозривно пов'язане із цими процесами.

Мертвий міф – лише одна з можливих форм, до якої приводять смислові трансформації. Найдавнішою з-поміж цих форм, безумовно, є гра. Раніше вже зазначалося, що гру можна вважати філогенетичною передумовою виникнення свідомості. Це зумовлено тим, що в грі об'єкт, на який спрямована діяльність, не пов'язаний з актуальними потребами, що забезпечує неупереджене ставлення до нього. Але розвиток і ускладнення гри запускають певні трансформаційні процеси. Цільовий об'єкт стає самозначущим, а гра набуває ознак серйозності. Остання означає переведення умовних ідентичностей гри в “реальні”. Так з'являються феноменологічні узагальнення і мертвий міф. Згодом невдалі ідентичності руйнуються, і виникає сміх. Таким чином, усі смислові трансформації та символічні форми, до яких вони приводять, стосуються суто людських видових ознак та пов'язані з тими специфічними зв'язками з дійсністю, до яких вдається людина.

Діяльнісна парадигма добре аналізує ту роль, яку у філогенезі людини відіграє серйозна, трудова активність. Її важливою особливістю, як зауважував Леонтьєв, є розмежування мотиву і мети, причому мотив залишається неусвідомлюваним. Таке досягнення мети незалежно від існуючих потреб індивіда безумовно пов'язане з вольовими процесами. Але для нас важливо, що цільовий об'єкт за такого розвитку діяльності стає небайдужим, значущим. Тепер у його образі міститься оцінка, що заміщає собою мотив. Тобто розвиток серйозної праці, причому праці колективної, розподіленої, приводить до появи мертвого міфу. Власне, мертвий міф у своїй перехідній формі – міфі-маніпуляції – якнайкраще служить для таких цілей – тобто для формування пояснень за умов, коли справжні причини діяльності стають прихованими. Тоді створюється історія під конкретну мету, а саме – обґрунтувати доцільність певної поведінки, яка не пов'язана із задоволенням потреб. Як уже зазначалося, такого плану міфи збереглися з доісторичних часів і саме вони дають “пояснення” щодо табуйованих або, навпаки, бажаних у суспільстві патернів дій.

Якщо розглядати первісну колективну працю за Леонтьєвим, то виходить, що супровід у вигляді міфу-маніпуляції має бути її необхідним доповненням. Справді, якщо індивід спрямовує свою активність на мету, яка не пов'язана із задоволенням його потреб, як це й буває в разі розподілу обов'язків, і при цьому не усвідом-

лює справжні мотиви своєї діяльності, то для того, аби змусити його щось робити, потрібно надати цій діяльності хоч якесь пояснення. А оскільки індивід в даному випадку працює в спільноті і на спільноту, то, вочевидь, саме вона має подбати про створення потрібної “історії”. Зрештою, такі розповіді і забезпечують колективний розподіл праці, а отже, й існування самої спільноти. Тому вони мають входити до її культури і стати елементом ритуальних практик, аби постійно підтримуватися та актуалізуватися.

І це стосується не лише розподілу праці. У соціумі поведінка індивіда регламентована в багатьох аспектах: є речі, які обов’язково потрібно робити, навіть коли не хочеться, і є речі, які не можна робити, навіть за великого бажання. У ситуації, коли індивід є не настільки свідомим, щоб розуміти, чому існує така необхідність, соціум має подбати про необхідні аргументи. З одного боку, як такі завжди виступають покарання або нагорода. А з другого, крім безпосередньої стимуляції, зазвичай є ще й виховна робота, яка спирається на культурну традицію, прийняту в даному соціумі.

Може виникнути запитання: чому потрібно вдаватися до міфів замість того, щоб знайти логічні аргументи та об’єктивні пояснення? Нагадую, що тут ідеться про первісну індивідуальну та колективну свідомість. Для того щоб давати аргументовані пояснення, треба володіти певним обсягом абстрактних знань та мати відповідний рівень мислення. Але до багатьох висновків суспільство йшло методом спроб і помилок, шляхом випадковостей, а не раціонального вибору. Можна лише уявити, який історичний колективний досвід повинні були зібрати первісні племена для того, щоб дійти, скажімо, до заборони інцесту. Крім того, потрібно було ще віднайти форму, яка виражала б цей досвід і водночас була б зрозумілою для членів того суспільства. Цілком логічно, що для цієї мети історично придатною виявилася саме образна форма міфу.

Отже, якщо справді ускладнення праці передувало розвитку свідомості (і, можливо, було одним з її чинників), тобто ускладнення діяльності відбувалося до потрібного рівня узагальнень, то поява мертвого міфу на цьому історичному шляху є цілком закономірною. Тим часом розвиток об’єктивізації та раціонального мислення дають індивіду змогу розуміти причинно-наслідкові зв’язки, пов’язані з індивідуальною і колективною діяльністю, що, зрештою, робить наявність міфічних пояснень непотрібною. Тому розвиток свідомості приводить до інакшого способу мотивування діяльності і до інших причин здійснення вчинків. Це означає зміни

в соціокультурній ідеології і зміни в стосунках між індивідом та суспільством. Акценти у формуванні мотивації переносяться з історичного досвіду і культурної традиції на суб'єктність, що зрештою приводить до лібералізації суспільних відносин. Тобто раціоналізація відносин із дійсністю як протипага міфологічному способу пояснень є поштовхом до розвитку індивідуальної суб'єктності і пов'язаним з нею способом встановлення соціальних зв'язків. Так само соціокультурний розвиток сприяє прогресу в дослідженні дійсності та стимулює формування когнітивної складності в уявленнях про неї. Тобто знову-таки йдеться про вдосконалення раціонального відображення, яке відтісняє міфологічний спосіб репрезентації на узбіччя картини світу (або заганяє його в глибини підсвідомості). Зв'язок між раціональним світобаченням і суб'єктністю у відносинах з дійсністю в соціальному аспекті спостерігався, коли йшлося про трансформації смислів у політичній сфері.

Інший шлях розвитку смислу та способу встановлення зв'язків із дійсністю пов'язаний з надлишковою і наддоцільною діяльністю, такою як гра або мистецька творчість. Цей модус існування індивіда і культури погано узгоджується з теоріями пристосування та виживання, тому випадає із функціоналістських концепцій. І навпаки, будучи широко представленим у концепціях ідеалістичного напрямку, він погано уживається із суто науковою методологією. Я ж хотіла показати, що цей модус є співмірним із психологічним способом пояснень, що він пов'язаний із змістовим розвитком того, що було визначено як смисл. При цьому можна простежити перехід від елементарного смислу як суб'єктивного аспекту відображення до екзистенційного ціннісного смислу. Цей перехід відбувається, зокрема, на основі розвитку образних і передусім естетичних засобів. Він знаменує собою зсув від виживання до самого буття, від пристосування і задоволення потреб – до свободи і самовираження, від схеми стимул-реакція – до відносин суб'єкт-дійсність.

Я не хочу сказати, що соціальна колективна праця чи прагматичне ставлення до реальності здатні породжувати лише мертві міфи та маніпулятивні інтерпретації дійсності. Соціальність та доцільна робота ведуть також до рефлексивності і зрештою – до об'єктивації власної поведінки, що неодноразово підкреслювали, зокрема, класики діяльнісної парадигми. І це важливо не лише з

погляду звільнення від мертвого міфу, а й з погляду якісного змістового розвитку самих смислів.

Як уже зазначалося, смисли розвиваються внаслідок і водночас разом із грою, а згодом – і мистецтвом. Але гра безпосередньо пов'язана з фантазією і також є підставою для її розвитку. Функції фантазії загалом неодномірні. З одного боку, вона спроможна творити нові світи і тим самим вдосконалювати світ нашого існування. З другого боку, вона здатна проявляти явно компенсаторні функції, заміщаючи собою бажаний, але відсутній об'єкт і створюючи привабливу ілюзію замість недосконалої дійсності. Тобто, з одного боку, вона спроможна вивільняти з кайданів прагматики, а з другого – до них же і повертає, заміщаючи собою справжній предмет потреби, але робить це не за “принципом реальності”. Другий варіант цілком вкладається у фрейдистську схему причинно-наслідкових зв'язків за “принципом задоволення” і нагадує про нескінченне джерело бажань – “Воно”.

Я ж описую ту логіку розвитку смислу, яка не залежить від бажання, викликаного незадоволеними потребами. Для такого розвитку вирішальне значення має саме перша функція фантазії, яка ріднить її з креативністю – звільнення від існуючих схем і зрештою перетворення дійсності. Але це перетворення вимагає не в останню чергу і перетворення себе. Якнайкраще це проявляється в мистецтві, яке створює не просто ілюзію, а щось значно більше. У цьому витворі фантазії проявляється якраз саме справжнє буття.

Звісно, можна слідом за Фройдом шукати витoki будь-якої художньої творчості у витісненому, і навіть там їх познаходити. І тут справа не лише в гнучкості гуманітарних інтерпретацій. Зрештою, будь-який продукт створює конкретний індивід з усіма його вадами, проблемами, комплексами тощо. І його заглиблення у свій внутрішній світ згодом переносить останній і на мистецьке полотно, яке відтворює найбільш глибинне суб'єктивне бачення. Але в тому-то й річ, що мистецький твір – це завжди щось більше, ніж індивідуальні бажання та особисті проблеми. Найбільш глибокий погляд у себе – це вельми сувора практика, яка не передбачає поблажок. Це і переживання, і водночас кришталево тверезий погляд, який уже не містить “нічого особистого”. Недарма у визначному творі кожен може знайти щось для себе і про себе: це вже щось надособистісне. Найбільш інтимне і повне проникнення в ситуацію якраз і дає змогу вивищитися над нею. Але це зовсім не компенсаторний механізм, не нещасна сублімація. Це вивільнення

через перетворення, через роботу з переживанням. Це встановлення зовсім інших відносин із дійсністю, ніж дилема “маю – не маю”.

Але щоб перейти на такий рівень відносин, треба бути здатним відсторонитися від сфери бажань чи принаймні частково вийти за поле їхньої дії. І об’єктивація у відносинах із дійсністю стає тут потужним особистісним ресурсом. Для того щоб побачити зовнішній об’єкт і перейнятися ним, треба на якусь мить забути про власне Его, і тоді воно, безперечно, поступиться перед цим відкриттям і новим смыслом. Тому саме вихід із ненаситного “Воно”, із замкненого кола задоволень і бажань дає змогу припасти до джерела творчості.

Це, звісно, не означає, що митець – аскет або святий, який відрікся від мирських пристрастей. Це не значить також, що його суб’єктивний погляд або життєвий досвід не віддзеркалюються у творі. Зовсім навпаки, адже це і є досвід переживання. Але життєві колізії та індивідуальні драми митця не відображаються у творчості безпосередньо, і не так важливо, *що* переживається, а швидше *як* переживається. Це лише дрова, які живлять вогонь, але вогонь – це вже стихія іншої природи, вона не зводиться до матеріалу того субстрату, що дає горіння.

Світ смыслу, про який я говорю, не висловлюється ані “мовою бажань” Лакана, ані тотальним, усепоглинальним дискурсом інших структуралістів. Він розмикає і самозамкненість Его, і самодетермінованість дискурсу виходом у дійсність. Як такий, що лежить між об’єктивним і суб’єктивним світами, як їх невтомний інтегратор, він близький до тих істин, які захоплювали свого часу об’єктивних ідеалістів. Але він не може бути висловлений раціональною ідеєю і не зводиться до змісту поняття. Як такий, що вислизає із сталих визначень, він майже вкладається в дельозівську логіку сингулярностей, але та, на жаль, не приймає суб’єкта з його внутрішнім світом. Утім, саме суб’єктивність є тим субстратом, який породжує і об’єктивність як характеристику відображення, оскільки уможливорює саме відображення. Більше того, вона дарує цій об’єктивності ті значення і смысли, які та без неї ніколи б не отримала, а подарувавши їх, вона утверджує свій власний світ, який заслуговує на те, щоб бути прийнятим й оціненим, зокрема і позитивною наукою.

ЛІТЕРАТУРА

- Анохин П. К.* Проблема принятия решения в психологии и физиологии // Проблемы принятия решения / П. К. Анохин. – М. : Наука, 1976. – С. 7–16.
- Аристотель.* Поэтика / Аристотель. – К. : Мистецтво, 1967. – 135 с.
- Аристотель.* Риторика // Античные риторика / Аристотель. – М. , 1978. – С. 15–167.
- Артемьева Е. Ю.* Основы психологии субъективной семантики / Е. Ю. Артемьева. – М. : Наука, Смысл, 1999. – 350 с.
- Барт Р.* Избранные работы. Семиотика. Поэтика / Ролан Барт. – М. : Прогресс, 1989. – 616 с.
- Барт Р.* Мифологии / Ролан Барт. – М. : Изд-во им. Сабашниковых, 1996. – 312 с.
- Бодрияр Ж.* Симулякри і симуляція / Жан Бодрияр. – К. : Основи, 2004. – 230 с.
- Бергсон А.* Смех / Анри Бергсон. – М. : Искусство, 1992. – 128 с.
- Берн Э.* Игры, в которые играют люди. Люди, которые играют в игры / Э. Берн. – Ленинград : Лениздат, 1992. – 400 с.
- Бирдсли М.* Метафорическое сплетение // Теория метафоры : сб. статей по лингвистике / М. Бирдсли. – М., 1990. – С. 201–219.
- Блэк М.* Метафора // Теория метафоры : сб. статей по лингвистике / М. Блэк. – М., 1990. – С. 153–173.
- Братусь Б. С.* К изучению смысловой сферы личности / Б. С. Братусь // Вестник Моск. Ун-та. Серия 14 “Психология”. – 1981. – № 2.
- Брудный А. А.* Значение слова и психология противопоставлений // Семантическая структура слова : сб. статей / А. А. Брудный. – М., 1971. – С. 19–27.
- Брунер Дж.* Психология познания. За пределами непосредственной информации / Дж. Брунер. – М. : Прогресс, 1977. – 412 с.
- Булгаков М. А.* Романы. Белая гвардия. Театральный роман. Мастер и Маргарита / М. А. Булгаков. – М. : Современник, 1987. – 750 с.
- Бурлачук В. Ф.* Символ и власть: роль символических структур в построении картины социального мира / В. Ф. Бурлачук. – К. : Ин-т социологии НАНУ, 2002. – 266 с.
- Вернан Ж.-П.* Происхождение древнегреческой мысли / Ж.-П. Вернан. – М. : Прогресс, 1988. – 224 с.
- Виллюнас В. К.* Перспективы развития психологии эмоций // Тенденции развития психологической науки / В. К. Виллюнас. – М., 1989. – С. 144–155.

- Витгенштейн Л.* Логико-философский трактат / Л. Витгенштейн. – М. : Изд-во иностр. лит., 1958. – 134 с.
- Востоков Б. И.* О значении слова // Проблема знака и значения / Б. И. Востоков. – М., 1969. – С. 114–122.
- Вундт В.* Миф и религия / В. Вундт. – СПб. : Брокгауз-Эфрон, 1910. – 416 с.
- Выготский Л. С.* Собрание сочинений : в 6 т. / Л. С. Выготский. – М. : Педагогика, 1982. – . –
- Т. 2. Мышление и речь. – 1982. – 504 с.
- Т. 3. История развития высших психических функций. – 1983. – 368 с.
- Гадамер Г.-Г.* Герменевтика і поетика / Ганс-Георг Гадамер. – К. : Юніверс, 2001. – 288 с.
- Гак В. Г.* Семантическая структура слова как компонент семантической структуры высказывания // Семантическая структура слова / В. Г. Гак. – М., 1971. – С. 78–96.
- Гегель Г. В. Ф.* Энциклопедия философских наук / Г. В. Ф. Гегель. – М. : Мысль, 1974. – . –
- Т. 1. Наука логики. – 1974. – 452 с.
- Т. 3. Философия духа. – 1977. – 471 с.
- Гийом Г.* Принципы теоретической лингвистики / Гюстав Гийом. – М. : Прогресс, 1992. – 224 с.
- Голосовкер Я. Э.* Логика мифа / Я. Э. Голосовкер. – М. : Наука, 1987. – 218 с.
- Гомер.* Илиада. [Электронный ресурс] / Гомер. – Режим доступа : <http://az.lib.ru/g/gomer/text0040.shtml>
- Гуссерль Э.* Картезианские размышления / Эдмунд Гуссерль. – СПб. : Наука, Ювента, 1998. – 316 с.
- Давыдов В. В.* Виды обобщения в обучении / В. В. Давыдов. – М. : Педагогика, 1972. – 423 с.
- Декарт Р.* Страсти души / Рене Декарт // Сочинения / Рене Декарт. – СПб., 2006. – С. 562–636.
- Делез Ж.* Логика смысла : пер. с фр. / Жиль Делез. – М. : Academia, 1995. – 298 с.
- Дільтей В.* Виникнення герменевтики // Сучасна зарубіжна філософія. Течії і напрямки / Вільгельм Дільтей. – К., 1996. – С. 31–51.
- Дэвидсон Д.* Что означают метафоры // Теория метафоры : сб. статей по лингвистике / Д. Дэвидсон. – М., 1990. – С. 173–104.
- Жан-Поль.* Приготовительная школа эстетики / Жан-Поль. – М. : Искусство, 1981. – 448 с.

Жовтянская В. В. Значение и смысл в структуре индивидуального опыта / В. В. Жовтянская // Современная психология: состояние и перспективы : тез. докл. на юбил. науч. конф. Ин-та психологии РАН. – М., 2002. – С. 164–167.

Жовтяньска В. В. Можливості художніх засобів візуальної реклами у формуванні образу рекламованої продукції / В. В. Жовтяньска // Наукові студії із соціальної та політичної психології : зб. статей. – К., 2000. – Вип. 3 (6). – С. 191–198.

Заде Л. Понятие лингвистической переменной и его применение к принятию приближенных решений : пер. с англ. / Л. Заде. – М. : Мир, 1976. – 165 с.

Зейгарник Б. В. Очерки по психологии аномального развития личности / Б. В. Зейгарник, Б. С. Братусь. – М. : Изд-во МГУ, 1980. – 169 с.

Знаков В. В. Понимание как проблема психологии человеческого бытия / В. В. Знаков // Психологический журнал. – 2000. – Т. 21, № 2. – С. 7–15.

Зольгер К.-В.-Ф. Эрвин / К.-В.-Ф. Зольгер. – М. : Искусство, 1978. – 432 с.

Ильф И. Двенадцать стульев / Илья Ильф, Евгений Петров. – М. : Худож. лит., 1974. – 296 с.

Кант И. Антропология с прагматической точки зрения / Имануил Кант // Критика чистого разума / Имануил Кант. – М. : Эксмо ; СПб. : Мидгард, 2007а. – С. 899–1071.

Кант И. Критика способности суждения [Электронный ресурс] / Имануил Кант // Режим доступа : www.philosophy.ru/library/kant/03/0.html

Кант И. Критика чистого разума / Имануил Кант. – М. : Эксмо, 2007б. – 736 с.

Касевич В. Б. Семантика. Синтаксис. Морфология / В. Б. Касевич. – М. : Наука, 1988. – 309 с.

Кассирер Э. Сущность и действие символического понятия / Эрнст Кассирер // Избранное: Индивид и космос / Эрнст Кассирер. – М. : СПб., 2000. – С. 272–390.

Кафтанджиев Х. Гармония в рекламной коммуникации / Христо Кафтанджиев. – М. : Эксмо, 2005. – 366 с.

Килошенко М. Психология моды / Мая Килошенко. – СПб. : Речь, 2001. – 192 с.

Коул М. Культура и мышление / М. Коул, С. Скрибнер. – М. : Прогресс, 1977. – 262 с.

Краусс Р. Познание и общение // Познание и общение / Р. Краусс. – М., 1988. – С. 81–94.

Лакан Ж. Функция и поле речи и языка в психоанализе (доклад на Римском конгрессе) / Ж. Лакан. – М. : Гнозис, 1995. – 192 с.

Лакофф Дж. Метафоры, которыми мы живем // Теория метафоры : сб. статей по лингвистике / Дж. Лакофф, М. Джонсон. – М., 1990. – С. 387–415.

Лакофф Дж. Мышление в зеркале классификаторов / Дж. Лакофф // Новое в зарубежной лингвистике. – М., 1988. – Вип. 23. – С. 12–51.

Леви-Брюль Л. Первобытное мышление // Хрестоматия по общей психологии. Психология мышления / Л. Леви-Брюль. – М., 1981. – С. 130–140.

Леви-Строс К. Структурная антропология / К. Леви-Строс. – М. : Наука, 1985. – 536 с.

Левицкий В. В. Экспериментальные данные к проблеме смысловой структуры слова // Семантическая структура слова / В. В. Левицкий. – М., 1971. – С. 151–167.

Леонтьев А. А. Психологическая структура значения // Семантическая структура слова / А. А. Леонтьев. – М., 1971. – С. 7–19.

Леонтьев А. Н. Психология образа / А. Н. Леонтьев // Вестник Моск. Унта. – 1979. – № 2. – С. 3–13.

Леонтьев А. Н. Деятельность. Сознание. Личность / А. Н. Леонтьев. – М. : Политиздат, 1975. – 304 с.

Леонтьев А. Н. Проблемы развития психики / А. Н. Леонтьев. – М. : Изд-во МГУ, 1981. – 584 с.

Леонтьев Д. А. Психология смысла: природа, строение и динамика смысловой реальности / Д. А. Леонтьев. – М. : Смысл, 1999. – 487 с.

Локк Дж. Сочинения в 3-х томах. – Т. 1. Опыт о человеческом разумении / Дж. Локк – М. : Мысль, 1985. – 621 с.

Лосев А. Ф. Диалектика мифа / А. Ф. Лосев // Из ранних произведений / А. Ф. Лосев. – М., 1990. – С. 395–647.

Лосев А. Ф. Диалектика художественной формы / А. Ф. Лосев // Форма. Стилль. Выражение / А. Ф. Лосев. – М., 1995. – С. 3–150.

Лук А. Н. Юмор, остроумие, творчество / А. Н. Лук. – М. : Искусство, 1977. – 183 с.

Лурия А. Р. Язык и сознание / А. Р. Лурия. – Ростов-на-Дону : Феникс, 1998. – 416 с.

Мальцев В. И. Лексическое значение и понятие // Проблема знака и значения / В. И. Мальцев. – М., 1969. – С. 93–103.

Маркс К. Сочинения: в 39 т. / К. Маркс, Ф. Энгельс– М. : Госиздат. полит. лит., 1955. – Т. 3. – 629 с.

Метафора // Энциклопедия “Кругосвет” [Электронный ресурс]. – Режим доступа : www.krugosvet.ru

Мід Дж. Г. Дух, самість і суспільство / Дж. Г. Мід. – К. : Укр. Центр духовної к-ри, 2000. – 375 с.

Московичи С. Социальное представление: исторический взгляд / С. Московичи // Психологический журнал. – 1995. – Т. 16, № 2. – С. 3–14.

Мышление : процесс, деятельность, общение / под ред. А. В. Брушлинского. – М. : Наука, 1982. – 387 с.

Надирашвили Ш. А. Психология пропаганды / Ш. А. Надирашвили. – Тбилиси : Мецниереба, 1978. – 122 с.

- Найссер У.* Познание и реальность. Смысл и принципы когнитивной психологии : пер. с англ. / У. Найссер. – М. : Прогресс, 1981. – 230 с.
- Нарский И. С.* Проблема значения “значения” в теории познания // Проблема знака и значения / И. С. Нарский. – М., 1969. – С. 5–55.
- Ортега-и-Гассет Х.* Две великие метафоры // Теория метафоры: сб. статей по лингвистике / Х. Ортега-и-Гассет. – М., 1990. – С. 68–82.
- Ортони Э.* Роль сходства в уподоблении и метафоре // Теория метафоры: сб. статей по лингвистике / Э. Ортони. – М., 1990. – С. 219–236.
- Петренко В. Ф.* Введение в экспериментальную психосемантику: исследование форм репрезентации в обыденном сознании / В. Ф. Петренко. – М. : Изд-во МГУ, 1989. – 176 с.
- Пирогова Ю.* Ложные умозаключения при интерпретации рекламы / Ю. Пирогова // Реклама. – 2000. – № 2. – С. 15–18.
- Платон.* Филеб // Сочинения : в 3-х т. – Т. 3. Ч. 1 / Платон. – М., 1971. – С. 9–89.
- Покна М.-Ф.* Кристиан Диор / М.-Ф. Покна. – М. : Вагриус, 1998. – 383 с. Поэзия серебряного века. – М. : Эксмо, 2008. – 480 с.
- Пропп В. Я.* Проблемы комизма и смеха / В. Я. Пропп. – М. : Лабиринт, 2006. – 256 с.
- Рикер П.* Метафорический процесс как познание, воображение и ощущение // Теория метафоры : сб. статей по лингвистике / П. Рикер. – М., 1990. – С. 416–435.
- Рикер П.* Образ и язык в психоанализе / П. Рикер // Московский психотерапевтический журнал. – 1996. – № 4. – С. 5–23.
- Ричардс А.* Философия риторики // Теория метафоры : сб. статей по лингвистике / А. Ричардс. – М., 1990. – С. 44–68.
- Роменець В. А.* Ситуація // Філософський словник / В. А. Роменець. – К., 1986. – С. 629.
- Рубинштейн С. Л.* О мышлении и путях его исследования / С. Л. Рубинштейн. – М. : Изд-во Академии наук СССР, 1958. – 147 с.
- Рубинштейн С. Л.* Основы общей психологии / С. Л. Рубинштейн. – СПб. : Питер Ком, 1999. – 720 с.
- Селиванова В.* Брэнд – необходимая роскошь / В. Селиванова // Рекламные технологии. – 1999. – № 1. – С. 10–15.
- Серль Дж. Р.* Метафора // Теория метафоры : сб. статей по лингвистике / Дж. Р. Серль. – М., 1990. – С. 307–342.
- Симонов П. В.* Темперамент. Характер. Личность / П. В. Симонов, П. М. Ершов. – М. : Наука, 1984. – 160 с.
- Слюсаревський М. М.* Соціальна напруженість : теоретична модель необхідних і достатніх показників / М. М. Слюсаревський // Наукові студії із соціальної та політичної психології : зб. статей. – К., 2002. – Вип. 5 (8). – С. 3–24.

Смирнов С. Д. Мир образов и образ мира / С. Д. Смирнов // Вестник Моск. Ун-та. Серия 14 “Психология”. – 1981. – № 2. – С. 15–30.

Соссюр Ф. де Труды по языкознанию / Фердинанд де Соссюр. – М. : Прогресс, 1977. – 696 с.

Степанов Ю. С. Семиотика / Ю. С. Степанов. – М. : Наука, 1971. – 146 с.

Суровцев В. А. Языковая игра и роль метафоры в научном познании [Электронный ресурс] / В. А. Суровцев, В. Н. Сыров. – Режим доступа : www.philosophy.nsc.ru

Тихомиров О. К. Мышление, сознание, бессознательное // Хрестоматия по общей психологии / О. К. Тихомиров. – М., 1998. – Вып. 3. – 515 с.

Тэрнер В. Символ и ритуал / В. Тэрнер. – М. : Наука, 1983. – 278 с.

Узнадзе Д. Н. Психологические исследования / Д. Н. Узнадзе. – М. : Наука, 1966. – 451 с.

Ушакова Т. Н. Лингвопсихологическое исследование вербальной семантики / Т. Н. Ушакова, С. С. Белова, Е. А. Валуева // Психологический журнал. – 2010. – Т. 31, № 6. – С. 83–97.

Уилрайт Ф. Метафора и реальность // Теория метафоры : сб. статей по лингвистике / Ф. Уилрайт. – М., 1990. – С. 82–110.

Финк Е. Основные феномены человеческого бытия // Проблема человека в Западной философии / Е. Финк. – М., 1988. – С. 357–404.

Франкл В. Человек в поисках смысла / В. Франкл. – М. : Прогресс, 1990. – 368 с.

Фреге Г. Смысл и денотат / Г. Фреге // Семиотика и информатика. – 1977. – Вып. 8. – С. 181–210.

Фрезер Дж. Дж. Золотая ветвь / Дж. Дж. Фрезер. – М. : Политиздат, 1986. – 703 с.

Фрейд З. О психоанализе. Пять лекций // Хрестоматия по истории психологии. Период открытого кризиса / Зигмунд Фрейд. – М., 1980. – С. 148–184.

Фрейд З. Толкование сновидений / Зигмунд Фрейд. – К. : Здоров'я, 1991. – 384 с.

Фрейд З. Тотем и табу / Зигмунд Фрейд // Психология первобытной культуры и религии. – СПб., 1997. – 222 с.

Фуко М. Археология знания / М. Фуко. – К. : Ника-Центр, 1996. – 207 с.

Фуко М. Надзирать и наказывать. Рождение тюрьмы / М. Фуко. – М. : Ad Marginem, 1999.

Фукуяма Ф. Великий разрыв / Ф. Фукуяма. – М. : АСТ : Ермак, 2004. – 474 с.

Хейзинга Й. Homo Ludens / Й. Хейзинга. – М. : Прогресс, 1992. – 453 с.

Хекхаузен Х. Мотивация и деятельность / Х. Хекхаузен. – М. : Педагогика, 1986. – 392 с.

Чалдини Р. Психология влияния / Р. Чалдини. – СПб. : Питер, 2000. – 270 с.

- Шеллинг Ф.* Об отношении реального и идеального в природе / Ф. Шеллинг // Сочинения / Ф. Шеллинг. – М., 1989. – С. 34–52.
- Шеллинг Ф.* Философия искусства / Ф. Шеллинг. – М. : Мысль, 1966. – 496 с.
- Шмелев А. Г.* Введение в экспериментальную психосемантику : теоретико-методологические основания и психодиагностические возможности / А. Г. Шмелев. – М. : Изд-во МГУ, 1983. – 158 с.
- Шопенгауэр А.* / А. Шопенгауэр. Собр. соч. : в 5-ти т. – Т. 1. Мир как воля и представление / А. Шопенгауэр. – М., 1999. – 395 с.
- Эванс-Притчард Э.* Теории примитивной религии / Эдвард Эванс-Притчард. – М. : ОГИ, 2004. – 142 с.
- Юнг К. Г.* Сознание и бессознательное / К. Г. Юнг. – СПб. : Унив. книга, 1997. – 544 с.
- Якобсон Р.* Два аспекта языка и два типа афатических нарушений // Теория метафоры : сб. статей по лингвистике / Р. Якобсон. – М., 1990. – С. 110–133.
- Osgood Ch. E.* Method and Theory in Experimental Psychology / Ch. E. Osgood. – New York : Oxford University Press, 1953. – 800 p.
- Sherif M.* The Psychology of “Attitudes”: Part 1 / M. Sherif, H. Cantril // Psychological Review. – 1945. – 52. – P. 295–319.
- Sherif M.* The Psychology of “Attitudes”: Part 2 / M. Sherif, H. Cantril // Psychological Review. – 1946. – 53. – P. 1–24.
- The Handbook of Social Psychology. – 1969. – Vol. 3. – 978 p.

Наукове видання

Валерія Вікторівна Жовтянська

**ТРАНСФОРМАЦІЇ СМISЛУ
В СОЦІОКУЛЬТУРНОМУ ПРОСТОРИ**

Монографія

Літературне редагування *Т. А. Кузьменко*

Адреса Інституту: 04070, м. Київ, вул. Андріївська, 15

В оформленні обкладинки використано
фото С. Кужавського, С. Жицького, В. Марсавіна, Р. Іванюченка “Танок”
(проект “3-Реалізація шедеврів”)

Підписано до друку 10.09.2012 р. Формат 84x108/32. Папір офсетний.
Гарнітура Times New Roman. Ум. друк. арк. 11,0. Обл.-вид. арк. 11,3.

Тираж 300 пр.

Видавництво “Імекс-ЛТД”

Свідоцтво про внесення суб’єкта видавничої справи до Державного
реєстру видавців, виготівників і розповсюджувачів видавничої продукції
ДК №535 від 19.07.2001 р.

м. Кіровоград, вул. Декабристів, 29. Тел./факс (0522)32-17-05
