УДК 124.4:159.955.4

Л. В. Чорна
кандидат політичних наук, доцент

РОЛЬ ІДЕАЛУ У СВІТОГЛЯДНОМУ ПРОСТОРІ ПОСТМОДЕРНУ

Проблема ідеалу завжди буде залишатися однією з базових у філософському осягненні світу. Саме тому й у XXI столітті вона є актуальною для дослідження. У майбутньому, очевидно, буде знайдено вичерпну відповідь на запитання: що змінилося у світоглядних орієнтаціях людства на межі переходу від Модерної доби до Постмодерну? Однак і сьогодні будемо намагатися повноцінно осмислити цей складний світоглядний процес.

Навести повний список авторів, що вивчали окреслену проблематику, пов'язану із розумінням ідеалу, не є можливим. Адже питання ідеалу тою чи іншою мірою цікавило майже усіх відомих філософів. Серед них можна виділити таких відомих українських дослідників, що присвятили свою наукову роботу вивченню проблеми ідеалу, як В. Барков, В. Корнієнко, М. Попович, Т. Розова, З. Самчук, В. Шинкарук.

Метою статті є осмислення ролі ідеалу у просторі соціокультурної атракції, візуальних конструкцій, патернів та гештальтів як образних конфігурацій Постмодерну. У зв'язку з цим базовим методом дослідження обрано метод порівняльного аналізу.

Реалії Постмодерну набувають ознак соціального дизайну, тобто конструктивної діяльності, яка використовує ідеал як конструкцію, що пов'язана з dezigne індустріале. Відразу визначається орієнтація на те, що ідеал стає дедалі більше вписаним у простір індустрії: індустрії розваг, індустрії візуальних артефактів. Це свідчить про речовинну опосередкованість ідеалу. Дихотомія ідеалу, яка у Модерні визначалася як вектор співвідношення дійсного та можливого, матеріального та ідеального, раптом знаходить ще один фундаментальний, глибинний маркер. Маркер має назву річ, але річ не просто як предмет серед предметів, як складова навколишнього середовища, а річ у філософському аспекті.

Так, цією проблемою займається, зокрема, М. Гайдеггер. У своїй праці «Виток творіння» мислитель говорить про річ як філософський «патерн» (зображувальну конструкцію), філософський гештальт (від німецького *gestalt* – форма, структура), який спонукає до осмислення того, чим відрізняється річ у філософському сенсі від речі взагалі, та чому ідеал раптом стає складовою дизайнерської діяльності. Як би остання не визначалась, але соціальний дизайн тут корелює з дизайном віртуальним, візуальним, дизайном комунікативного простору, дизайном як режисурою, проектом. Відбувається своя специфічна реальність як передбачення майбутнього в рамках індустріалізації проектної діяльності, у рамках усіх цих засобів, які вже працюють як добре налагоджена машина. Це потребує свого прискіпливого аналізу, він стає надзвичайно потрібним для того, щоб перейти від загального розуміння ідеалу як функціональної системи, самоорганізованої системи, яка створює передбачення майбутнього і моделює соціокультурний хронотоп [6]. Сам хронотоп визначається у просторі та часі як диспозитив і транспозитив, а їх єдність відбивається в релігійних, етичних, естетичних, мистецьких ідеаціях, що формують ідеал як проект, ідеал як своєрідну річ серед речей, як спонуку, як вплив, як образ [5].

Варто звернутися до оригінального і своєрідного дослідження С. Неретіної «Реабілітація речі», де розкривається глибинна конструкція та дефініція категорії «річ» у контексті тих імплікацій, що відбуваються у філософії, дизайні, взагалі у проектній діяльності XX століття. Важливо, що річ як предмет споживання та ідеал як предмет споживання подібні. Неможливо осягнути ідеали суспільства споживання, якщо не проаналізувати поняття «річ» у проекті Постмодерну. С. Неретіна пише: «У сучасній економічній, соціологічній думці, у теоріях суспільства споживання здійснюється поворот до речі як до предмета споживання, у тому числі й до речі як знака і символу престижу, споживацьких відносин як знаково-символічних та до розуміння соціальної системи як символічної системи виробництва і обміну як обміну знаками, знаковими симулякрами (Ж. Бодрійяр) та ін. Коли ми говоримо про речі, ми починаємо з того, що річ – це те, що позначається іменем. Як зрозуміти цей акт позначення іменем речі? Для міфічної свідомості ім'я є тотожним речі, яка має містичні, сакральні властивості як фетиш і тотем общини. Такого ж роду ототожнення імені та речі не вмерли й у XX столітті в онтології імені. На початку XX століття, у 1917 році, Р. Отто пов'язував виникнення релігії з виникненням сакрального, саме з сакральним виділенням ноуменозних або ірраціональних речей, що викликають почуття демонічного жаху і потім стають предметом поклоніння. Не секрет, що для позначення речі людство придумало багато імен «те що», «щойність», «предмет», «реальність», «об'єкт», «тіло», «предметність», «об'єктивність», «одинична сутність», «феномен», «явище» та ін. Логіко-гносеологічних, метафізичних концепцій, у яких обговорювалась проблема речі у різних її аспектах: методологічних, гносеологічних, антропологічних, мистецтвознавчих – величезна кількість» [3, с. 6–7].

Отже, річ стає універсалією, загальним образом. Річ стає ідеалом, а процес споживання проявляється як речовинне ставлення однієї людини до іншої. Опосередковане ставлення до речі стає, у свою чергу, одним із фундаментальних акторів тих спонук та інтенцій, що походять від культури споживання, яка актуалізується у XX столітті як певний проект. Однак проект вже не модерний, а постмодерний, проект людини-споживача, людини-клієнта, проект людини, яка втягнута в обмін між життям і смертю (за Ж. Бодрійяром), в обмін речами, предметами, дистинаціями, місцями буття у цьому світі. Це спонукає до визначення ролі соціального дизайну і проектної діяльності як речовинно означеної. Категорія «річ» стає наріжним каменем, який свідчить про глибинний онтологізм предикації сучасної культури споживання і про глибинний онтологізм дизайну. Будь то соціальний дизайн, проектний дизайн, дизайн речей, дизайн машин, але у ньому завжди залишається онтологічно вкоріненим феномен речі.

Якщо говорити про ноологічний та лінгвістичний аспекти номінації «річ», то варто визнати, що ця тема вже є широко дослідженою. Так, С. Неретіна заначає: «Низка лінгвістів... відносить такі концепти як "дещо", "дехто", "місце" до висхідних семантичних примітивів мови, тобто до таких висхідних елементів або універсалій, які створюють мову і відповідно пізнання. ...У мові існують не просторові імена, такі як "краса", "бог", "любов" та інші. Це так звані абстрактні імена другого порядку. А скільки цих порядків створило людство? Це означає, що склад семантичних примітивів набагато ширший та включає в себе низку імен, що не мають просторових референтів і взагалі референтів. Адже ми не повинні забувати традицію, що покладала річ річчю, пойменованою як "дещо". Ця традиція має християнське походження з його уявленням про слово, яким був створений світ, а це слово було у Бога, слово було Богом» [3, с. 12–13].

Отже, так звані семантичні примітиви, тобто метафізичні засади, які онтологічно передують речі або предмету, або усьому тому, що процитовано вище, за Неретіною, мають витоком фундаментальний номіналізм, коли саме слово було Богом, коли саме слово, ім'я ототожнювалося з міфологічною єдністю абсолюту й всього того, що не є абсолютом, зокрема, і людиною. Людина, потрапляючи у цей потік,

© Л. В. Чорна, 2016

якщо не семантичних примітивів, то речовинного опосередкування відношення до сутнього, до всього іншого, завжди вважала найголовнішим сам онтологічний статус речі. Отже, прихильність, престижність, споживання, а також обмін речами, обмін цінностями набуває ознак того перманентно діючого ідеалу, який пов'язується вже з новітніми конфігураціями, що визначаються як проектні реалії, що існують у соціальному дизайні.

Спробуємо проаналізувати дефініцію «річ». Так, С. Неретіна пише, що річ – одне з понять буденного досвіду і категорій теологічного, філософського і наукового дискурсів, що задають спосіб пред'явлення людині буття. Світ предстає як сукупність або система окремих відмежованих одна від одної або пов'язаних одна з одною речей. У складі світу можна визначити: 1) речі, створені людиною, предмети вжитку найближчого оточення, засоби обігу, праці; 2) речі як створення творчого духу – філософії, мистецтва, науки; 3) речі природи, природні тіла. Похідним є завжди практичне ставлення людини до світу, виробництвом якого є теоретичне ставлення до світу і притаманні йому пізнавальні стратегії і схеми категоризації та пояснення. У разі теоретичного пояснення, що є річ, спочатку акцент робиться на притаманному їй бутті, на слові «є» і потім на тому, що вона є на окремому автономному існуванні, локалізованому в просторі та часі речей. Світ розгортається як множина одиничних речей, сингулярій, при цьому виникають труднощі як спосіб існування буття світу як цілого, що виражається та доповнюється річчю [3, с. 17].

Подібне мислення гарно розкривається у творчості М. Гайдеггера, у його праці «Витоки творіння», де він свідчить про те, що річ – це надзвичайно амбівалентна і полівалентна реальність, що не поступається своєю складністю антитетиці ідеалу, артефакту та будь-яким іншим ідеальним символам і регулятивам поведінки діяльності людей. «А що є річ за своєю сутністю, якою вона є?» – запитує М. Гайдеггер. – «Так, ми хочемо дізнатися про буття речі, тобто про її речовинність. Потрібно осягнути речовинне у речі, для цього нам потрібно знати коло, якому належить все те сутнє, до якого ми здавна прикладаємо ім'я речі. Камінь на дорозі є річ, шматок землі на полі, глечик – річ, і криниця на дорозі, а ще молоко у глечику та вода у криниці – це теж є речі, як хвилі, як хмари на небі – речі. І чортополох на полі річ, і лист, який зриває осіннє повітря, і коршун, який завис понад лісом, за справедливістю можна іменувати речами. Все це справді доводиться називати речами, що ім'я речі прикладається навіть до того, що саме по собі на відміну від того, що перераховано, не знаходить себе і жодним чином не є річчю. Така річ, яка сама по собі не є річ, а саме річ у собі; згідно з І. Кантом світ у цілому і навіть сам Бог є також річчю. Річ у собі і речі, які являються, і все сутнє, що взагалі є, мовою філософії називаються річчю» [4, с. 55].

Отже, у простір сучасного філософування поступово повертаються кантівські номінації, кантівська динамічність та дихотомічність. Річ раптом позиціонується як предикат, ідеал. У свою чергу, ідеал має сприйняти на себе і енергію, і універсальність, а також і сам фактор того опредмечування і «уречевлення», яке так «заїздили» у марксистській філософії. Літаки і радіоприймачі й справді тепер належать до числа найближчих речей. Але, коли ми думаємо про останні речі, ми згадуємо інше. Останні речі – це смерть і сутність. Якщо брати у цілому, то слово «річ» іменує все. Тоді відповідно до такого значення і художнє творіння є річчю, якщо воно взагалі є сутнє. «Таке розуміння про річ спочатку не може допомогти нам у нашому починанні у спробах відрізнити сутнє по способу буття речі від сущого по способу буття творіння. А з іншого боку, ми якось не наважаємося називати річчю Бога, рівним чином ми не намагаємося приймати за річ селянина у полі, кочегара біля котла, учителя у школі. Людина – це не річ, ми не поспішаємо назвати річчю й лань на лісній галявині, і жука у траві, і соломинку. Для нас річ – це швидше молот та башмак, топор і годинники, і такі речі теж не просто-напросто речі. Просто речами ми вважаємо тільки камінь, шматок землі, шматок дерева – все неживе, що є у природі і у людському споживанні» [4, с. 55–56].

Знесилена природа або дух, що занепав, ідеал, що потрапив у занепад, який став річчю, став предметом, раптом оживають. Оживають, коли за річ чіпляються як за останній онтологічний предикат, і в соціальному дизайні, як у системі речовинних відносин або у системі відносин людини та соціуму, людини й іншої людини, за допомогою речовинного опосередкування визначається головний чинник речовинних відносин – споживання. Культура перетворюється у масову або її досить коректно пов'язують із повсякденням. Начебто у повсякденні дух не живе кожен день та не вмирає кожен день, а ідеал не функціонує. Вони заміщуються прагматикою речовинного оточення, яка кожного дня символізує добробут, здоров'я, удачу та ін. Ці цитати є необхідними як посилання, щоб відчути, що думка у М. Гайдеггера розвивається таким чином: річ має те єство, матерію, з якої вона утворена, вона має форму, яка дає їй феноменологічні наявні ознаки речовинності, вона має символічне значення, тобто свою не лише предметну вартість, але й значущість суто культуру, символічну (як, наприклад, лейбл або логотип у рекламі або в моді). Це змінює модус якості речі або товару у просторі його презентації у соціумі. Всі ці властивості звичайно і характеризують ідеал як річ у філософському сенсі та в сенсі тієї соціальної прагматики, коли річ є найближчим наявним у світі оточенням, у якому не помічаються універсалії духу, універсалії сакрального. Проте у ній завжди наявний онтологічний аргумент, завдяки чому вона впевнює нас, що ми існуємо, існуємо, якщо існує річ. Речі інколи переживають людину, інколи навпаки, людина переживає більшість речей у своєму житті. Якщо раніше уся цивілізація і культура будувалися на тому, що речі існували три-чотири покоління, це, наприклад, меблі, створені якісно, архітектоніка, архітектура родини або презентатив родових цінностей людини, то зараз людина майже протягом року може змінювати ці самі меблі декілька разів. Це відзначає Ж. Бодрійяр у роботі «Система речей». Йдеться про те, що річ як універсалія культури, філософська універсалія і як елемент побутової культури, культури споживання, існує на правах синкретизму, символічного комплексу і одночасно ідеалів споживання, привласнення речі, її переходу з одних рук в інші за допомогою купівлі-продажу, аукціонів та всіх інших засобів, що роблять цей світ мобільним, динамічним, орієнтованим на обмін. Втім що більше семантичне та символічне навантаження має річ, то більше вона вписана в культуру, то більше вона є маркером культури та несе у собі відбиток ідеалу як цієї функціональної системи, де річ є упорядкованим механізмом соціальних відносин людини. Так, у традиційній культурі річ живе довго, до неї відбувається пристосування, а саме родинне пристосування, починаючи з дитячого віку і закінчуючи старістю, а також і пристосування до неї інших поколінь. Проте в подальшому річ стає підручним засобом існування і втрачає свої онтологічні предикати. Вона дедалі більше усувається від буття. Однак виникають і певні контр-позиції: диспозитив антикварності, диспозитив антикваріату, диспозитив колекціонування, коли річ має маркери, що роблять її особливою, коли сама знаковість стає брендом. Річ-бренд, річ-флешімідж, коли вона має явні ознаки тілесності та працює на моду, одяг і все інше. Весь цей речовинний комплекс є невід'ємним від людини. Можна констатувати, що так створюються ідеали моди, ідеали реклами, ідеали поведінки. Усі вони невід'ємні від того, які питання вирішує у цьому просторі речовинний комплекс, тобто власність, ставлення до праці, до цінностей, що набувають онтологічних аргументів як символічні складові, як предикації тотального, загального буття, коли і річ може бути словом у просторі однієї окремої сингулярності, однієї окремої речі, яка несе у собі знак, означуване та означальне.

Як доречно підкреслює С. Неретіна, постмодернізм, що базується на семіотичному підході до речі як до знаку, розчинив світ речей у симулякрі, у їх функціях. При цьому річ стала репрезентантом сфери споживання, успіху, престижу, моди. Річ як знак не мислиться у постмодернізмі референтом. Знак автореференціальний, його сенс у

відношенні до самого себе і до інших речей, що створюють деяку функціональну систему. Знаку не потрібна річ як його референту. Його сенс розуміється лише у системі знаків [3, с. 17].

Ця ідеологія, що поклала в основу функції речі і значущість у системі споживання, відповідає суспільству споживання, де основною цінністю є зміна речей як знаків престижного існування. Це розчинення речі у її функціях аналізується у роботах Ж. Бодрійяра та Ж.-Л. Нансі [1; 2]. Таким чином, найголовнішим є поворот до речей, що, як зазначив вже Е. Гуссерль, не відбувся у філософії, і вона знов стала «хворіти трансценденталізмом». Трансцендентальна феноменологія – це є нове видання ноології, як визначають деякі автори. Але сутність полягає у тому, що поворот до самих речей відбувся як поворот до онтичного, до онтології у свідомості, про яку так багато пише М. Гайдеггер, до онтології як присутності речі у світі людини, і навпаки, присутності людини у світі речі. Виникають складні аберації, де річ переживає людину, людина переживає річ, а їх загальне життя поєднується одним знаковим, семіотичним, візуальним, просторово-часовим континуумом, у якому функціонує ідеал як амбівалентна, полівалентна здатність до референції. Ідеалу делегується предикація знаковості, символічності, міфологічності, навіть сакральності, і тут же йому делегуються усі предикації речовинності, соціального дизайну і проектної складової самого прогнозу, самого передбачення майбутнього споживання як ідеал. Якщо кожна річ у традиційній культурі несла у собі сакральну вісь та була складовою знакового універсуму культури, вона була репрезентативом цінності (професійної, родової, станової), навіть одяг був символічним і майже перетворюється в уніформу. Так, у XIX столітті майже усі носили свою уніформу (школяри, гімназисти, студенти, двірники, священнослужителі) – усіх можна було пізнати по формі одягу. Зараз лише священнослужителі виокремлюються з хору того квітастого універсуму моди. Відбувається компенсація, стратизація і самовизначення як полегшена ідентифікація в умовах втрати референції. З'являється проекція як бажаний результат того, що ми пов'язуємо з віртуальною реальністю. А віртуальна реальність, у свою чергу, інтерпретується як проект здійсненного і нездійсненного, проект, у якому є породжуюча реальність та породжене. Така форма, що продукує, та форма, що є спродукованою, сформованою, – це різні речі. Так і річ у просторі споживання є річчю, що продукує сам процес споживання, несе у собі код споживання, спілкування з нею або програму її (речі) колекціонування, розміщення у музеях і т. ін. І навпаки, існує програма, яка визначається лише власником та від речі не залежить. Це є складний процес, що стає пов'язаним із сингулярністю, тобто одиничністю речі, і все більшою сингуляризацією ідеалу, який також стає дедалі більш сингулярним, одиничним.

Сингулярність – це та одиничність, що знаково визначена і семантично самодостатня. Важливою стає вже не сама річ, а знаки речей, маркери речовинності. Щодо ідеалу, не варто йому бути і наявним, достатньо того, що існує його форма, оболонка або лекала, які лише нагадують про ідеальне та ідеал. Однак лекала нагадують не стільки про ідеал, про імагинацію. Вони нагадують про редукцію, про те, що образ варто спростити для легшого споживання. При цьому необхідно спростити і річ. Адже вона має бути зручною, підручною і жити життям споживача тихо і затишно, як він того бажає.

Семантична презентативність речі класичної культури, а вже потім і виробничий пафос речі-інструмента, інструментального речовинного піднесення до світу, що формується у рамках ідеології виробничого мистецтва, дає можливість констатувати, що поліфункціональність речі, сам функціоналізм, що формувався в індустріалізмі 20-х років, був рецидивом певної ностальгії за онтологічними здатностями речі бути універсумом, нести у собі світобудову, моделювати її. Поступово це зникає, і така утопія теж руйнується. Річ потрапляє у хаосогенне середовище, предметне середовище, де окремо існує гештальт як зібрання речових комплексів, колекцій, серій. Так, існують музеї, артгалереї, виставки, тобто існує пресинг речовинного світу у вигляді різних спокус, на кшталт таких, як маркери ідентичності сувенірного типу, починаючи від матрьошок, балалайок і закінчуючи портретами політбюро, які можна отримати за певні кошти на Андріївському узвозі. Усі вони є речами – речами історії, як символічного спілкування, опосередкування з цією історією, з культурою, яка вмерла учора, але продовжує існувати і нині у формі сувенірного пресингу політики та документації того часу, що вже втрачений.

Хаосогенне середовище, де річ потрапляє у простір мутації, де, за Ж. Бодрійяром, популяція речі настільки прискорюється, що випереджує інші біопопуляції, інших видів, які існували до них, свідчить про те, що, розростаючись в універсум, речі потребують свого ідеального прогнозу та проекту розвитку. Це не може формуватися на підставах субстанціалізму, звернення до матеріалу, коли річ визначається тим, з якого матеріалу вона створена. Такий підхід вже перестає викликати інтерес. Навіть сама форма вже нікого не захоплює. Річ стає лише маркером знаковості, споживацьких інтересів і тим іміджем, що відпрацьовується у рекламі, що веде до прискорення споживання та до все більшого обміну речами. Коли предметне, речовинне середовище орієнтується на хаос, на потік, який не може скерувати ніхто – ані реклама, ані бренди, ані навіть геополітика, – виникає досить цікава програма: необхідно знайти регулятора речовинного світу, режисера або аранжувальника. Усі уповання в такому випадку покладаються на дизайн. Його називають мегадизайном або метадизайном, і саме він стає тим рятівником, що намагається внести гармонію в ідеал (етичний, естетичний, сакральний). Річ сакралізується, стає епіфеноменом буття як те, що належить часові, те, що колекціонується, продається на аукціонах та створює надцінність людського існування (наприклад, книги).

Ідеали залишаються непохитними одвіку, що звичайно є міфологічною ознакою ідеації як такої. Із певним часом ця вічність зникає, а ідеал стає регулятивним, більш партикулятивним та визначається вже у рамках диспозитиву та транспозитиву. У постмодернізмі він корелює з такими ознаками, як атрактор, патерн, гештальт. Однак культурні практики, у яких ідеал досягає самодостатнього значення, – це, насамперед, релігія та мистецтво. Всі інші сфери: політика, ідеологія, так чи інакше намагаються редукувати ідеал, викривляючи його сутність. Ідея визначається як гносеологічний ідеал, а естетичний ідеал – як образ. Етичний ідеал визначається як те, що тяжіє до універсального образу блага, добра, Бога. Отже, ідеал є надзвичайно амбівалентною та полівалентною сутністю, що корелює з людським уявленням про речовинність, здібність бути річчю (навіть, за І. Кантом, річчю у собі) і бути абсолютом у різних вимірах людського існування – релігійним, етичним, естетичним, художнім.

Література

1. Бодрийяр Ж. Общество потребления. Его мифы и структуры / Жан Бодрийяр ; пер. с фр. Е.А. Самарской. – М. : Республика; Культурная революция, 2006. – 269 с.
2. Нанси Ж.-Л. Corpus / Ж.-Л. Нанси. – М. ; Ad Marginem, 1992. – 156 с.
3. Неретина С. Реабилитация вещи / С. Неретина, А. Огурцов. – М. ; СПб. : Миръ, 2010. – 800 с.
4. Хайдеггер М. Работы и размышления разных лет / Мартин Хайдеггер. – М. : Гнозис, 1993. – 464 с.
5. Чорна Л.В. Ідеал як соціокультурний диспозитив та транспозитив / Л.В. Чорна // Гуманітарний часопис. – 2016. – № 1. – С. 38–45.
6. Чорна Л.В. Ідеал як соціокультурний хронотоп / Л.В. Чорна // Гілея: науковий вісник. Збірник наукових праць / гол. ред. В.М. Вашкевич. – К. : ВІР УАН, 2016. – Вип. 110.

Анотація

Чорна Л. В. **Роль ідеалу в світоглядному просторі Постмодерну.** – Стаття.

Проблема ідеалу залишається у XXI столітті не менш актуальною для дослідження, ніж у попередні часи. Взаємозв'язок ідеалу та його практичного втілення є гострою темою для дискусій на межі зміни світоглядної парадигми від Модерну до Постмодерну. Метою статті є осмислення ролі ідеалу в соціокультурному просторі Постмодерну. У світогляді Модерну річ поступово стає ідеалом, а процес споживання стає речовинним ставленням однієї людини до іншої. Опосередковане ставлення до речі стає одним із фундаментальних акторів тих інтенцій, що походять від культури споживання, яка актуалізується у XX столітті як певний проект. При цьому розглядається постмодерний проект людини-споживача, людини-клієнта, проект людини, яка втягнута в обмін між життям і смертю, в обмін речами, предметами, місцями буття у цьому світі. Категорія «річ» стає наріжним каменем, який свідчить про глибинний онтологізм сучасної культури споживання та постмодерного світогляду.

Ключові слова: ідеал, річ, постмодерний світогляд, суспільний ідеал.

Аннотация

Чёрная Л. В. **Роль идеала в мировоззренческом пространстве Постмодерна.** – Статья.

Проблема идеала остается в XXI столетии не менее актуальной для исследования, чем в предыдущие века. Взаимосвязь между идеалом и его практическим воплощением – острая тема для дискуссий в момент перехода мировоззренческой парадигмы от Модерна к Постмодерну. Цель статьи – осмыслить роль идеала в социокультурном пространстве Постмодерна. В мировоззрении Модерна вещь постепенно становится идеалом, а процесс потребления становится вещественным, потребительским отношением одного человека к другому. Опосредованное отношение к вещи становится одним из фундаментальных факторов интенций, характерных для культуры потребления, которая актуализируется в XX столетии как определенный проект. Но проект уже не модерный, а постмодерный, проект человека-потребителя, человека-клиента, проект человека, втянутого в обмен между жизнью и смертью, в обмен вещей, предметов, мест бытия в этом мире. Категория «вещь» становится краеугольным камнем, свидетельствующем о глубинном онтологизме современной культуры потребления и современного постмодерного мировоззрения.

Ключевые слова: идеал, вещь, постмодерное мировоззрение, общественный идеал.

Summary

Chorna L. V. **The role of Ideal in a worldview space of Postmodernism.** – Article.

The problem of Ideal comprehension in the twentieth century is still no less important for research than in previous time. The interdependence of Ideal and its practical implementation is urgent topic for discussion in a period of ideological paradigm changing from Modern to Postmodern. The purpose of this article is to comprehend the role of Ideal in the socio-cultural space of Postmodernism. In Modern worldview a thing is gradually becoming an Ideal, and the process of consumption is becoming a material attitude of one person to another. Mediated attitude to the thing is becoming one of the fundamental actors of those intentions that originate from consumption culture, which is actualized in the twentieth century as a project. There is considered a project of postmodern man-to-consumer, man-customer, and the project of person, which is involved in exchange of life and death, exchange of things, objects, and places of being in this world. Category "thing" is the cornerstone that shows the deep ontologism of modern consumption culture and postmodern worldview.

Key words: Ideal, Thing, Postmodern Worldview, Social Ideal.