

На правах рукописи

Василюк

ВАСИЛЮК Ксения Викторовна

ТОЛЕРАНТНОСТЬ В СИМВОЛИЧЕСКОМ ПОТРЕБЛЕНИИ

Специальность 09.00.13 - философская антропология,
философия культуры (философские науки)

Автореферат диссертации на соискание ученой
степени кандидата философских наук

Омск 2014

Работа выполнена в ФГБОУ ВПО «Омский государственный технический университет» на кафедре «Дизайн и технологии медиаиндустрии»

Научный руководитель: доктор философских наук, профессор
Дмитриева Лариса Михайловна

Официальные оппоненты: *Емельянов Борис Владимирович*,
доктор философских наук, профессор,
ФГАОУ ВПО «Уральский федеральный
университет имени первого Президента России
Б.Н. Ельцина», профессор кафедры истории
философии

Ефимова Светлана Владимировна,
кандидат философских наук, доцент, Омский
институт (филиал) ФГБОУ ВПО «Российский
государственный торгово-экономический
университет», заведующая кафедрой
«Гуманитарные, естественнонаучные
и правовые дисциплины»

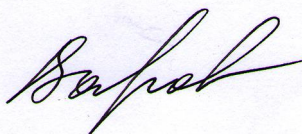
Ведущая организация: ФГБОУ ВПО «Новосибирский государственный
педагогический университет»

Защита состоится 24 апреля 2014 г. в 15.00 час. на заседании диссертационного совета Д 212.177.03 по защите диссертаций на соискание ученой степени доктора наук в Омском государственном педагогическом университете по адресу: 644099, Омск-99, наб. Тухачевского, д. 14, ауд. 212.

С диссертацией можно ознакомиться в научной библиотеке Омского государственного педагогического университета.

Автореферат разослан 18 марта 2014 г.

Ученый секретарь
диссертационного совета



Н.Л. Варова

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность темы исследования. Мы живем в обществе свободы. Рост ценности индивидуальности, увеличение возможности и масштаба свободы личности неожиданно привели к переходу от «эпидемии невроза» к «эпидемии апатии», который выражается в «бегстве от свободы», «шоке от будущего», «смерти субъекта» и подобных эффектах отказа от собственного «Я», от сознания и от рациональности. В этих условиях возможны два сценария: развитие собственного стержня и развитие как погоня за новыми благами и товарами. И то и другое отражается в массовом потреблении символической стоимости. Потребляемый через предложение рекламы товар полагает возможность либо создания собственного мира, либо возникновение «экзистенциального вакуума» в душе потребителя. Выбор пути чаще всего зависит от потребителя, не осознающего это и идущего в основном по внешнему шаблону. Поэтому достижения современного общества, амбивалентные к развитию и свободе, чаще играют роль отрицательную, чем положительную. Значит, свобода и развитие – вызовы, брошенные потребителю, который их не видит или не хочет видеть.

В России активно пропагандируется общество массового потребления, тут возникает тот же вызов, через который к нам проникают плюрализм безразличия, толерантность самодовольства, коммуникация развлечения и насилия, внутренняя пустота потребительства и т. п. прелести свободного мира. В этом мире большая часть россиян, опустошенных духовно, становится машинами перепотребления и «перенаслаждения». Прорыв к свободе оборачивается негативным отторжением собственного развития и свободы.

В данных обстоятельствах толерантность должна означать терпимость к свободе и развитию. Толерантность на низшем уровне, понимаемая как терпимость, есть не только пассивное, без внутреннего стержня состояние ожидания нового, но и активное применение ситуации в интересах внутреннего развития. На высшем уровне толерантность является пониманием того, как заимствование иного в себя влияет на собственное развитие, как происходит смена старого «Я» на новое, как управлять этим процессом и чего от него ожидать. Увидеть этот процесс, уже означает пробудить возможности внутренней коммуникации в себе, преобразовать себя как человека.

Вызов символического потребления состоит в том, что развитие переносится вовне потребителя. В то же время меняется соотношение человека с миром, меняется человек, и толерантность высшего уровня становится механизмом воспроизводства символического потребления, воспроизводство потребителя на основе его понимания собственного изменения, требует философско-антропологического осмысления символического потребления и его механизмов.

Степень разработанности проблемы.

Первый блок исследования толерантности и символического потребления связан с анализом *символа, потребления и символического потребления*, что собственно и позволяет понять изменение материала исследования.

Разные философские и антропологические концепции трактуют символ

не одинаково, изучают разные его стороны. В психоаналитической интерпретации, например, символ является знаком, проявлением сублимированного бессознательного (З. Фрейд), в том числе коллективного архетипа (К. Г. Юнг, В. Райх).

В последнее время экзистенциальный психоанализ пытается переосмыслить бессознательное в рамках символа не только как предшествующее действию, но и как последующее, когда человек стимулируется будущим (Л. Бинсвангер, Р. Мэй и др.).

В целом символ анализируется и используется в истории всей философии, однако он нисходит в период господства рационализма и вновь возникает на горизонте науки только после кризиса рационализма в структурном подходе как общая структура, не осознаваемая человеком (К. Леви-Стросс), в лингвистике как не полностью понятое значение слов (Ж. Дюмезиль, Ч. С. Пирс, Ф. де Соссюр, Ц. Тодоров, У. Эко), в социологических подходах как неосознаваемое влечение целых групп людей (М. Веблен, М. Вебер, Э. Дюркгейм, М. Мосс), в феноменологической трактовке как структура восприятия человека (Г. Башляр), как отражение еще не осознанного смысла (П. Рикер).

Существенно меняется со временем исследование потребления – от анализа потребления как мотива для производства происходит переход к перепотреблению и управлению потреблением с помощью рекламы и масс-медиа через формирование особенного человека - потребителя. Этот переход к символическому потреблению анализируется с разных сторон (В. Беньямин, М. Маклюэн, Г. Маркузе, Р. Мертон, Ю. Хабермас).

Так, потребление, как ядро современного общества, рассматривается в рамках «теории постиндустриального общества» Д. Белла, «технотронной концепции» Э. Бжежинского, «нового постиндустриального общества» Дж. Гэлбрейта, «постсовременного общества» Ж. Ф. Лиотара. Сюда же можно отнести исследования управлением потребления в обществе рыночных отношений (Дж. Бьюкенен, П. Дракер, М. Маклюэн, Д. Нейсбит, Э. Тоффлер). Эта проблема интересует и российских философов (С. А. Азаренко, Л. А. Мясникова).

Специфическая потребительская онтология исследуется в антропологии (А. Гелен, М. Гуревич, Х. Плеснер, О. Финк, М. Шелер) в концепциях экзистенциализма и новейшей философии Запада и России (Н. А. Бердяев, С. Е. Вершинин, Г. Гадамер, Э. Гуссерль, Г. Марсель, А. В. Перцев, Ж. - П. Сартр, Е. Г. Трубина, М. Хайдеггер).

Возникновение в потреблении, особенно символическом, симулятивной реальности анализируется в работах Ж. Бодрийяра, А. В. Гулыги, Ж. Делеза, В. И. Ильина, Э. В. Соловьева, У. Эко.

Идею нового типа символического потребления выдвигает в своих работах Ж. Бодрийяр, а после него и другие представители постмодернистской философии (Ж. Делез, М. Фуко). С этой идеей связана проблематика воспроизводства смысла, поиска иного типа воспроизводства человека постмодернистами.

Второй блок исследования связан с анализом различных сторон **толерантности**. Традиционное понимание толерантности часто отталкивается от *глобального уровня* понимания проблемы толерантности. На этом уровне в нее включается проблема глобализации и диалектика глобального развития демократического

общества и интеграционных процессов, с одной стороны, а с другой, возрождение локальных культур и национального противостояния глобальным тенденциям. Сюда же относится противопоставление восточного и западного пути развития и соответственно толерантности, сохраняющее и политическое и экономическое, а также методологическое значение. Религиозные и этнические конфликты, вплоть до терроризма и оранжевых революций, отражают эти процессы.

Кроме глобального уровня анализа толерантности, можно выделить *структурный уровень*, исходящий из понимания толерантности как реакции на конфликт. В конфликтологии и культурологии толерантность рассматривается как некая система реакций и совершенствуются средства управления этими реакциями, без существенной их реакции с самой ситуацией, породившей конфликты, без обратного воздействия этих реакций на ситуацию конфликта.

Опыт анализа конфликтов осмысливается в антропологии, культурологии и философии, что позволяет выделить *рефлексивный уровень* проблематики толерантности. Здесь, помимо толерантной ситуации воздействия и ответа, терпения и предела, включаются моменты природы человека, характера его развития, в том числе преломленные через современное состояние дел. Надо отметить также все более широкое применение толерантности в обыденности, которое идет от политической сферы, но связано с расширением конфликтов на религиозной и национальной почве, проникающих в глубь массового сознания. Это, в свою очередь, говорит о нарастании конфликтов и кризисного положения дел. Так фиксируется определенный *обыденный уровень* понимания толерантности, существенно разный в различных культурных средах общества.

В итоге проблема толерантности, с одной стороны, становится широко распространенной, с другой – возникает теоретический дефицит ее понимания, что требует переосмысления этой проблемы в русле включения ее в механизм формирования современной индивидуальности и коммуникации как ключевого механизма динамического разрешения конфликтов развития на уровне общества, и, прежде всего, - на уровне человека.

Особенное методологическое значение для понимания толерантности и ее внутренней коммуникации приобретает развитие идей психоанализа, точнее переход от классического психоанализа (З. Фрейд) и его последователей (Ж. Лакан, Г. Маркузе, В. Райх, Э. Фромм) к экзистенциальному (Л. Бинсвангер, М. Босс, А. Лэнгле, Р. Мэй, В. Франкл), т. е. фиксирует переход от человека-невротика к человеку апатии. Уже новое положение дел с проблемой развития и толерантности человека отмечает постмодернистская философия в лице ее виднейших представителей (Ж. Бодрийар, Ф. Гваттари, Ж. Делез, М. Фуко).

Тема толерантности вращается вокруг диалога «Я» – «Другой» (В. С. Библер, М. Бубер, С. Л. Франк). Особое место занимают работы, связанные с коммуникацией, общением и эстетической деятельностью (А. К. Абульханова, Н. Д. Арутюнова, М. С. Каган, И. С. Кон, А. А. Леонтьев, П. М. Якобсон).

Существуют работы, исследующие проблемы толерантности в целом (А. С. Асмолов, Р. Р. Вахитова, А. А. Гусейнов, А. Н. Купина, В. В. Лекторский, И. Н. Степанова, Л. Н. Федотова, М. Б. Хомяков, С. М. Шалютин), в аспекте толерантности в средневековой философии (А. Я. Гуревич), в аспекте педагогической

толерантности (Ш. А. Амонашвили, М. А. Весна, В. П. Щетинин, Н. С. Юлина). Можно выделить и философов рассматривающих религиозную толерантность: Д. В. Пивоваров, А. Л. Савицкий, С. С. Хоружий.

Соотношение толерантности и интолерантности рассматривается в основном в контексте разрешения конфликтов (В. В. Агаджанов, А. Я. Анцупов, Н. В. Гришина, Р. Дарендорф, А. В. Дмитриев, Д. П. Зеркин, В. Зигерт, Э. Ю. Калинин, Г. И. Козырев, Л. Ланг, М. Б. Люскин, Э. А. Уткин, А. И. Шипилов и др.) и не выходит на единую систему перехода от толерантности терпимости к толерантности развития как структурной модификации человека, хотя средства такой модификации даны в поле массовой культуры.

В современной западной философии активно разрабатываются проблемы политической толерантности (Х. А. Арендт, Ф. Фукуяма, О. Хеффе).

Однако работ, которые бы отмечали общий алгоритм перехода конфликта во внутреннее развитие в качестве специфического варианта толерантности не как способа смягчения, а как способа разрешения конфликта «Я» – «Другой» внутри самой индивидуальности, что и составляет суть антропологической тематики, мы не обнаружили.

Толерантность как терпение порождает у современного человека нарастающий стресс, а полем, на котором разворачивается столкновение современных конфликтов, требующих для своего разрешения толерантности, является поле рекламы как внешней по отношению к потребителю коммуникации, способной породить внутреннюю коммуникацию развития. Но невидимым остается внутренний конфликт потребителя, его внутреннее, часто не осознаваемое противостояние своего и другого в нем самом. В связи с таким положением дел возникает необходимость анализа проблемы толерантности как способа развития конфликта и субъекта этого конфликта.

Проблема толерантности многообразна, но мы выделяем новый ее аспект: можно терпимо относиться к другому как чужому, отторгая его и терпя во внутреннем скрытом конфликте противостояния и противопоставление своего и чужого. В этом случае запускается процесс идентификации как процесс внутренней коммуникации специфического, отделяющего типа. Но можно относиться к миру и к самому себе как моменту развития и прогресса, и тогда другим становится само «Я», а другой становится иным или остается старым. Наконец, отвлечение мотивации символического потребителя вовне означает перенесение своего вовне, в то время как внутри потребителя его собственное «Я» становится другим, что предполагает взгляд на себя со стороны символической ценности. По мере развития символического потребления толерантность последнего типа занимает доминирующее место в воспроизводстве символического потребителя. Это толерантность своего и другого внутри собственного «Я» символического потребителя.

Традиционное понимание толерантности как терпения к внешнему другому, к негативным проявлениям развития, в том числе к глобализации, устарело. Чтобы понять это и найти пути решения проблем, возникающих в связи с овнешвлением смыслов символического потребления, необходимо обращаться к внутренней структуре толерантности как сложному, многоликому явлению современности, что обуславливает круг тем, предполагаемых для исследования.

Основная проблема исследования может быть сформулирована в виде вопросов: каким образом толерантность может стать средством развития символического потребителя? Какие антропологические изменения происходят при этом с потребителем?

Целью исследования является философско-антропологический анализ трансформации потребления, толерантности и потребителя в символическом потреблении.

Исходя из данной цели, в диссертации поставлены следующие **задачи исследования:**

1. Рассмотреть изменение понимания и роли символа в разные эпохи развития общества и, особенно, в современную эпоху отхода от рациональности.

2. Выявить толерантность как развивающуюся систему отношений индивидуальности к внешним к ней факторам становления в обществе потребления, а также к внутреннему воздействию этих факторов на изменение индивидуальности.

3. Проанализировать качественные особенности символического потребления и его схемы толерантности в сравнении с естественным потреблением.

4. Определить характер изменения человека и его потребления со стороны образования и умирания смысла по мере его превращения в символического потребителя.

5. Выяснить диалектику и локализацию сосредоточения и распада индивидуальности в рекламной коммуникации в ее крайних формах проявления: новизне и коллекции. Проследить изменение смысла и морального старения в этой связи.

6. Зафиксировать модификации социума в процессе развертывания в нем символического потребления, а также роль различных форм массы и их преобразующего воздействия на потребителя и типы толерантности в нем.

Методологической основой исследования являются:

- диалектический метод, раскрывающий внутреннюю противоречивость символического потребления и многоликости толерантности в нем;

- психоаналитические материалы и исследования и такие их идеи, как невротическая эпидемия, эпидемия апатии, формирование экзистенциального вакуума под воздействием массовой коммуникации, а также идеи логотерапии В. Франкла;

- герменевтический метод в версии П. Рикера в отношении интерпретации как механизма развития и внедрения символа в общественное потребление;

- идеи экзистенциального подхода при анализе возможности реализации индивидуальности в современной культуре, в частности концепция осевого времени К. Ясперса и проектирование себя у Ж.-П. Сартра;

- постмодернистская концепция логики сериации Ж. Делеза, а также символического потребления Ж. Бодрийяра;

- идеи, возникшие в результате исследования виртуальной реальности, относительно особенного характера символического потребления.

Научная новизна исследования:

1. Толерантность представлена как единая и многоликая система, выявлены основные типы и их соотношение внутри западной культуры. Выявлена схема реализации толерантности через сочетание скрытой коммуникации первого и вто-

рого типов (идентификации в отношении к чужому и к саморазвитию) - как господствующей в естественном потреблении и открытой коммуникации третьего и четвертого типов (самоопределение в процессе развития и отношение к собственному «Я» как к другому) - как господствующей в символическом потреблении.

2. Выявлены моменты динамики символического потребления. Динамика рассмотрена как изменение смыслов, места и темпа изменения ценностей и мотивов этого типа потребления. Определена роль морального старения, овнешвления смыслов и мотивов потребителя, трансформация сознания потребителя, с чем связан антропологический переворот в воспроизводстве символического потребителя.

3. Зафиксированы формы усиления, трансформации и размывания индивидуальности и связанные с ними изменения в структуре толерантности. В символическом потребителе другим становится его собственное сознательное «Я», в то время как его стремления задаются извне.

4. Выявлен антропологический переворот, происходящий в символическом потреблении с человеком, когда смыслы не только начинают меняться, но и могут умирать, и восстанавливаться. Эту динамику восстановления показывает анализ коллекции как специфического вида символического потребления. Показано, что коллекция есть система внешней мотивации символического потребителя, которая способна восстанавливать смыслы и ценности морально устаревших вещей.

5. Антропологический переворот проанализирован в схемах социума, генерируемого массовым производством. Выявлена ключевая роль богемы в генерации новых шаблонов для символического потребления. Человек богемы показан как социальный субстрат порождения символического смысла в социуме открытого типа.

Основные положения, выносимые на защиту:

1. В массовой культуре после окончания Второй мировой войны происходит существенное изменение человека с психоаналитической точки зрения, заключающееся в переходе от эпидемии невроза к эпидемии апатии. Это сопровождается изменением как между ценностями преобразования, переживания и отношения, так и качественным преобразованием их.

2. В современном обществе происходит кардинальное изменение структуры ценностей: ценности преобразования и переживания снижают свою роль и меняются, растет ценность отношения, что приводит к изменению толерантности как ключевого механизма, которому принадлежит важнейшая роль в воспроизводстве символического потребителя.

3. Символическое отношение подразумевает особенную логику соединения сознательного и бессознательного компонентов психики человека. С одной стороны, возникает интерпретативное отношение между сознательным «Я» и бессознательным, с другой – в самом бессознательном происходит диалог между предшествующим (понятым с психоаналитической позиции) и последующим (понятым с экзистенциальной позиции) бессознательным «Я». Символическое отношение подразумевает наличие двух параллельных смыслов, из которых один выступает поверхностным и понятным, а второй – глубинным и неосознаваемым.

4. Западная культура все больше утрачивает метафизическую и трансцен-

дентную составляющие, что ведет к утрате четвертого типа толерантности в его естественной форме. Тот же процесс происходит и со смыслами поведения человека. Однако в символическом потреблении возникает трансформация четвертого типа толерантности (отношение к себе как к другому не после смерти, а со стороны принятия извне заданных смыслов).

5. Смысл в символическом потреблении приобретает новую динамику: если в естественном потреблении господствует материальное старение предмета потребления, то в символическом – моральное. Если в естественном потреблении человек понимает сам, что ему нужно и что ценно, то в символическом это определяется извне. Таким образом, происходит смена источника смысла (он определяется все больше извне) и смена динамики смысла (он способен морально устаревать).

Теоретическая и практическая значимость исследования заключается в том, что ее результаты проясняют характер и направленность изменения потребителя в массовой культуры в плане толерантности его отношения, а также в плане коммуникативной специфики, которая позволяет управлять формирование толерантности потребителя.

Материалы диссертационного исследования могут быть использованы в учебном процессе в курсах социальной философии, философской антропологии и аксиологии.

Апробация работы осуществлена на 11-ти научно-практических конференциях и отражена в 17 публикациях (в том числе в 5-ти изданиях рекомендованных ВАК)

Структура и объем диссертации: работа состоит из введения, двух глав, шести параграфов, заключения и библиографического списка, включающего 162 наименования. Общий объем диссертации составляет 179 страниц, в том числе основного текста - 167 страниц.

СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во введении обосновывается актуальность проблемы, характеризуется степень ее разработанности, определяются теоретико-методологические основы диссертационного исследования, формулируется цель и задачи работы, показываются основные результаты и их научная новизна, раскрывается научная и практическая значимость полученных результатов.

В первой главе диссертации «**Толерантность в контексте символического потребления**» выявляется типология толерантности вообще и в рамках массовой культуры. При этом акцент исследования делается именно на символическое потребление, которое ставит проблему нового типа потребления, отделяющегося от естественного потребления и относящемуся к собственным естественным потребностям и рациональному способу их удовлетворения как к иному «Я», которое для символического потребителя становится второстепенным и даже другим. Этот другой к сознательному «Я» человек символиче-

ского потребления показывает, что необходимо более широкое понимание толерантности, являющейся методологическим стержнем антропологического анализа символического потребления.

В первом параграфе «**Изменение места и роли символа в массовой культуре**» проводится анализ термина «символ» в его историческом становлении, а также ставится проблема антропологического смысла проявления символа в символическом потреблении

Кант сопоставляет символ и схему. Распространение символа он видит в сфере прекрасного и нравственного и в меньшей степени в сфере познания. Схема демонстрирует некий образ на основании его сходства со способом действия. В ее основании лежит созерцаемый образ предмета. В символе есть аналогия смысла, раскрываемая разумом, но нет совпадения предмета и смысла и не обязательна аналогия в способе действия с предметом и смыслом. Архетип позволяет понять символ со стороны раскрытия в нем бессознательного начала человеческого «Я», данного в его коллективной форме.

Символ подразумевает подмену предмета аналогом, но в отличие от его синонимов (метафора, аллегория, эмблема, метонимия, аналогия, архетип, синтема, траект и другие) символ в этой подмене противопоставляет видимому и рационально понятному смыслу некий потаенный смысл. Если в состязании или коммуникации правила отношения смыслов однозначны, то символ стремится выйти за пределы этих правил. Следовательно, символ подразумевает сопоставление двух принципиально разных смыслов. Кант сопоставляет символ со схемой. В обоих предмет, выражающий смысл, непосредственно не связан с подразумеваемым смыслом. В схеме он воспроизводится способом действия, а в символе нет и этого совпадения. В символе совпадение предмета и смысла дано по аналогии разума, а не по сходству созерцанию. Синтема как отражение символа в прошлом, дает представление о динамике превращения (морального старения) символа, что особенно характерно для символического потребления. Архетип открывает поле анализа бессознательного компонента символа. Соответственно символизация означает появление двунаправленности смысла, когда два контекста соотносятся, с одной стороны, как видимое и поверхностное, а с другой – невидимое и глубинное. Выявляется также тесная связь символа с мифом, в котором невидимый смысл подразумевается. Это характерно и для теологической картины символа, где за символом стоит сверхсмысл.

В современном понимании символа происходит отход от трансцендентного смысла, его многомерность перемещается в индивидуальность, и сознательное, как поверхностный смысл противопоставляется бессознательному как глубинному. Психоанализ выявляет бессознательное «Я», которое предшествует сознательному «Я». Это раскрывает один из аспектов символического в человеке. В этом контексте символ может стать траектом, или посредником между двумя символами, причем таким, который усиливает обе стороны.

Другим аспектом символизации бессознательного «Я», является его экзистенциальная версия. Здесь бессознательное соотносится с сознательным как за ним и выходящая за его пределы. Экзистенция зрима из будущего. Эти два аспекта бессознательного «Я», соединяясь как предшествующее и последующее,

противостоят как друг другу, так и сознательному, рациональному «Я». Такая система дает основание понимать символ как систему интерпретаций.

Итак, в символе возникает механизм соотношения сознательного «Я» с бессознательным «Я» двух типов, которые надстраиваются над естественными потребностями и образуют новый тип отношения человека к миру и самому себе в символическом потреблении.

Корни для анализа работы символического потребления предполагаются в работе языка, в котором укоренены желания личности. Такую методологию предполагает П. Рикер и его версия герменевтики, позволяющая строить синтетический образ символа в пространстве сознательного и бессознательного, а также учитывать иной механизм отношения к себе в ситуации доминирования невидимого смысла. Это отношение к себе как к другому порождает необходимость переосмысления понимания толерантности, как целостной системы, особенно в ситуации выхода «Я» за рамки рациональности в символическом потреблении.

Второй параграф **«Толерантность как развивающаяся система»** содержит анализ понятия «толерантность» в его иммунологическом и социальном значении и этимологическое сравнение его с термином «терпение», как ожиданием временного, незрелого состояния чужого по мере его приспособления к своему, которое показано как неправомерное. Главное противоречие между толерантностью и терпением проходит по линии активности первой и пассивности второго. Выявляется многомерная и сложная структура толерантности.

Рассматриваются четыре типа толерантности, которые отличаются не содержанием, а структурой. Существенным моментом различия типов является место и характер другого и коммуникации с ним, которые в каждом типе особенные.

Первый тип толерантности – коммуникация с другим как с чужим: диалог внутри и изоляция внутри себя, когда идентификация направлена на все большее отделение своего от другого-чужого. В корне отношения дано статичное противостояние своего и чужого как несовместимых сторон, как принципиально разных образований.

Второй тип толерантности возникает в отношении к развитию. Здесь свое состояние в прошлом противопоставляется своему состоянию в будущем. Другой не что иное как свое старое. Настоящее же дано как диалог старого и нового в его развитии. Здесь коммуникация внутренняя способствует снятию границы старое – новое, что предполагает неизбежность изменения и развития.

Третий тип толерантности задается заимствованием, когда отношение к другому доверительное и оно принимается как собственное. Однако другое в этом случае задает новый вектор развития своего и может оказаться активнее своего. Не замечая этого, человек утрачивает самого себя. Это является предпосылкой терпимости к потере себя самого. В данном случае смешение внешнего и внутреннего своего и чужого становится источником нарастающей внутренней пустоты и утраты собственного «Я».

Четвертый тип толерантности определен как предельный, связанный со смертью или иной границей существования «Я». В этом плане диалог выхо-

дит за рамки предела своего и позволяет увидеть «Я» со стороны, на уровне судьбы и собственного проекта жизни.

Этот тип позволяет говорить об актуальности анализа смысла собственной жизни, который и кладется в основание толерантности. Именно смысл позволяет существовать толерантности. Его появление и развитие – основание самой толерантности. Но смыслы могут быть различными по своей динамике.

Все типы толерантности создают многообразную систему отношений Я – другой, которые переходят друг в друга и встречаются в смешанном виде.

Отмечается также, что для естественного потребления характерны отношения первого и второго типов толерантности, а для символического – толерантность третьего и четвертого типов.

В третьем параграфе **«Антропологическая специфика символического потребления»** рассматривается понятие «потребность» и его эволюция в науке с акцентом на изменение антропологического смысла понятия. Выявляются следующие три свойства потребности в плане ее отражения в сознании: потребность вызывает положительное или отрицательное ощущение, которое становится двигателем поступков и мыслей человека; потребность предметна, то есть представлена в конкретных предметах потребления, и наконец, потребность сопровождается чувством удовольствия или неудовольствия по мере ее удовлетворения или неудовлетворения.

Появление перепроизводства и символического потребления приводит к появлению иерархии потребностей, по которой человек восходит по мере удовлетворения первичных естественных потребностей к символическим, все более абстрактным и социальным. Иерархия такого рода разработана А. Маслоу. Она отражает постепенное повышение значения символического потребления относительно естественного потребления.

В этом восхождении относительно естественной потребности, символическая приобретает два новых качества, которые следуют из толерантности четвертого типа: виртуальную предметность (проживание некупленного потребления) и внешнюю субъектность (отстояние своему сознательному «Я»).

Символическое потребление имеет антропологическую специфику. Прежде всего, оно иначе локализовано, сосредоточено не в сознательном «Я», а во внешней, не совпадающей с субъектом, субъективности, к которой ближе бессознательное «Я». В предметном смысле символическое потребление зависит не столько от вещественных свойств конкретного предмета потребления, на которое оно нацелено, сколько на некие скрытые, символические смыслы этого предмета, принятые не в самом предмете, а в запредельных для него социальных отношениях. Символическое потребление имеет особенную динамику, отличную от естественного потребления, в росте, независимо от телесности. Динамическая характеристика символического потребления заключается в моральном старении, тогда как для естественного потребления характерно материальное старение. На основе этих особенных свойств символического потребления можно говорить о важности для него четвертого типа толерантности, который и показывает антропологическую специфику этого потребления и его отличие от естественного потребления.

Во второй главе «**Антропологические аспекты символического потребления**» рассматривается изменение мотивации и смысла по мере превращения современного человека в символического потребителя. При этом происходит переход от естественных потребностей к доминированию символического потребления, что отражается в кризисе смыслообразования. Этот кризис вызывает смену основания человеческой деятельности.

В превращении в потребителя происходит усложнение системы толерантности. На смену первому и второму типам приходит скептическое отношение к собственной полноценности и отношение к себе самому как к иному, другому со стороны. Поиск собственно уникальности и идентификации и поиск самого себя становятся ключевыми факторами становления потребителя, а толерантность третьего и четвертого типов превращается в основание человека как символического потребителя. В социальном контексте это вызывает двойственную реакцию: с одной стороны, возникает толпа, публика и человек богемы, который акцентирует протест против исчезновения «Я», с другой – наиболее характерная для символического потребления фигура коллекционера, который рассматривается со стороны его внутренней структуры, а также в динамике его развития и социального положения.

В первом параграфе «**Динамика смысла в обществе символического потребления**» психоанализ принимается как критериальное (в смысле фиксации патологий общества) научное течение, которое показывает существенное изменение человека по мере превращения его в потребителя. Интересным в этом контексте является учение о смысле в логотерапии В. Франкла. Он выделяет три типа смысла: преобразования, переживания и отношения. Такая шкала оказывается удачной для фиксации смещения интереса западного человека, так как по мере развития массовой культуры происходит все больший уход от преобразования к переживанию и отношению. По мере отдаления от эпохи Возрождения ценность преобразования теряет свою силу.

Существенное изменение человека, мы видим в период между мировыми войнами и после Второй мировой войны. Ключевые моменты смысла – ответственность и необратимость в современной культуре ставятся под сомнение. Жизнь, сведенная только к удовольствию, уменьшает роль смысла, но не лишается его даже в случае смерти.

Необратимость снимается массовой культурой в целом, что хорошо видно на примере кинореальности, где зритель проживает переживания, которые не меняют его смыслов жизни, а также на примере виртуальной реальности, где вообще есть опция отмены происходящего.

По мере такого изменения человека (утратой преобразования как ценности) происходит умаление субъекта и частичное умирание смысла жизни. Если даже смерть смысла не отменяет, то потребление и удовольствие могут отменить или подменить смысл.

Наглядной концепцией распределения смысла является концепция органа В. Райха, который утверждает, что биологический, или глубинный уровень поведения человека является светлым и добрым, поверхностный же - приспособительным, а вот культурный, или второй по глубине слой – искажающим

смыслы и отношения между людьми. Получается, что именно культурный слой в психике, создавая давление, создает нетерпимость и отрицает толерантность, причем нетерпимость внутри «Я». При доминировании этого слоя в психике человека, последний не в состоянии, во-первых, быть терпимым, во-вторых, выйти на уровень естественного проживания себя и своих потребностей, ибо культурный слой не пускает его к биологическому. Именно культура, подавляющая естественного человека, становится причиной всеобщей невротической эпидемии, развернувшейся в викторианскую эпоху, вплоть до Второй мировой войны.

Превращение человека в потребителя сопровождается переходом от невротической эпидемии к эпидемии апатии, охватившей современного человека в условиях избытка стимулов.

После Второй мировой войны психоанализ фиксирует изменение человека. Возникает удивление исследователей перед парадоксальной реакцией массового человека в ответ на получение свободы: шок от будущего, бегство от свободы, апатия, стресс и т.п. Это изменение означает переход невротика в состояние апатии, отражает превращение человека в потребителя.

Во втором параграфе **«Новизна и коллекция в символическом потреблении»** рассматривается реклама как внешняя форма коммуникации, но при этом за ее внешностью выявляется внутреннее содержание и схемы воздействия. Прежде всего, рассматриваются три уровня знания, функционирующие в рекламе: знание производителя выше, знание продавца ниже, а знание покупателя является самым незначительным по объему и точности. Это создает возможность манипулирования рациональным отношением покупателя к товару со стороны продавца. Такая схема манипуляции соответствует случаю знания внешнего для потребителя, который не знает, что ему хочется конкретно. Такая коммуникация использует фактор знания в манипулятивных целях. Здесь возникает символическое, а не естественное потребление. Ибо свою потребность в физиологическом плане потребитель чувствует сам без всякой рекламы, а вот когда он ее удовлетворяет, то вступает в план более высокой потребности: символической, когда покупает что-то не столько для удовлетворения естественной потребности, сколько для приобретения символической. Если символическое потребление задано внешним образом, то есть отталкивается от рекламы и внешнего следования шаблонам, то доминирует эффект новизны, если же у потребителя есть собственная коллекция, то доминирует его внутренний стержень и ожидание в сфере символического потребления.

Символическое потребление, в своем развитии, нарушает естественное потребление. Из истории рекламы мы видим, что развертывание символического потребления существенным образом действует на культуру страны. Это говорит о возможности рекламы формировать человеческое «Я» потребителя. Символическое потребление анализируется в контексте методологии К. Маркса и в русле концепции Ж. Бодрийяра.

В итоге само символическое потребление делится на два уровня: низший («демократия кошелька») ориентированный на новизну, высший – коллекционный тип интереса, создающий условия насыщения коллекции символического

типа собственным смыслом потребителя-коллекционера. В коллекции символическое потребление существенно отделяется от естественного. Анализ разных типов коллекции показывает, что в целом в коллекции происходит нарастание символического смысла.

Итак, низший тип символического потребления отличается доминированием морального старения товара, а высший определен нарастанием символической стоимости коллекционного предмета. Причиной, источником и носителем нарастания стоимости становится именно коллекционер и создание им смысла предметов коллекции.

В третьем параграфе **«Богема и коллекционер в контексте общества потребления»** исследуется социальный аспект появления символического потребления в современном обществе. Прежде всего, анализируется переход от массы к публике, который означает дифференциацию структуры потребителя в обществе символического потребления. В этом контексте богема представляет собой особый слой людей, в котором запредельное символическое производство смыслов получает свое воплощение.

Человек богемы становится символическим субъектом поиска нового смысла, в личности которого сокрыт четвертый тип толерантности. То есть человек богемы выходит за пределы обыденности собственного сознательного «Я» и относится к нему как к другому. Аналогичным образом коллекция создает объект такого же типа, который выходит за пределы естественного потребления, а коллекционер опирается на такого рода объект и представляет собой аналогичный запредельный социальный тип личности для естественного потребления. В коллекционере и человеке богемы символическое потребление получает субъект и объект развития и воспроизводства, которые все более отделяются от потребления естественного.

Итак, в рамках символического потребления, естественное потребление отодвигается на второй план. Человек потребитель воспроизводится по-новому, в центре его толерантности оказывается не столько отношение к внешнему другому, сколько отношение к собственному «Я» как внешне навязанному. На место преобразовательного смысла приходит коллекционный, то есть создание новых смыслов предметов коллекции. Коллекция по динамике потребления переворачивает потребление. Если в естественном потреблении преобладает материальное старение, а в символическом – моральное, то в коллекции происходит моральное восстановление и обновление смыслов, и отношение к сознательному «Я» как к другому становится стержнем коллекционера. Это тип личности, характерный для символического потребления. Признание этого открывает понимание антропологического смысла преобразования человека в его превращении в символического потребителя и ставит задачу анализа третьего и четвертого типов толерантности как стержня воспроизводства этого типа личности.

Выявление воспроизводства символического потребителя ставит вопрос о перспективе анализа коллекционера, воспроизводимого посредством четвертого типа толерантности.

В заключении фиксируются основные результаты диссертационного

исследования, выносимые на защиту.

Основное содержание диссертации отражено в следующих публикациях:

Статьи, опубликованные в научных изданиях, входящих в перечень ВАК для опубликования научных результатов диссертаций на соискание ученой степени кандидата наук

1. Василюк К.В. Толерантность как развивающаяся система отношений / К.В. Василюк К.В., Л.М. Дмитриева // Омский научный вестник. – 2011. – № 6 (102). – С.71-74.
2. Василюк К.В. Толерантность в контексте статичного и развивающегося общества /К.В. Василюк К.В., Л.М. Дмитриева // Омский научный вестник. – 2012. – №1 (105). – С.107-111.
3. Василюк К.В. Коммуникативный аспект сравнения типов развития Запада и Востока // Вестник Омского университета. – 2012. – №1 (63). – С.55-57.
4. Василюк К.В. Коллекционирование как особенный тип символического потребления // Омский научный вестник. – 2013. – №1 (115). – С.217-220.
5. Василюк К.В. Богема в контексте общества потребления /К.В. Василюк К.В., Л.М. Дмитриева // Омский научный вестник. – 2013. – № 5 (122). – С.111-113.

Научные статьи и материалы выступлений на конференциях

6. Василюк К.В. К вопросу о разработке рекламной идеи //Визуальная культура: дизайн, реклама, информационные технологии: Материалы VIII Междунар. науч.-практ. конф. / отв. ред. Л.М. Дмитриева. – Омск: Изд-во ОмГТУ, 2009. – С.134-137
7. Василюк К.В., Дмитриева Л.М. Коллекция как альтернатива моральному старению в рамках массовой культуры // Регионы. Города. Ракурсы и параллели: Теоретические докл. II Всерос. творческой лаборатории / отв. ред. Л.М. Дмитриева. – Омск: Изд-во ОмГТУ, 2011. – С.45-49
8. Василюк К.В. Воздействие рекламы на потребителя: сравнение двух уровней // Регионы. Города. Ракурсы и параллели: Теоретические докл. II Всерос. творческой лаборатории / отв. ред. Л.М. Дмитриева. – Омск: Изд-во ОмГТУ, 2011. – С.42-45
9. Василюк К.В. Роль и место символа в массовой культуре // Теоретические и прикладные исследования в области архитектуры, искусства, дизайна и медиатехнологий: Материалы Всерос. науч.-практ. конф. / отв. ред. Л.М. Дмитриева. – Омск: Изд-во ОмГТУ, 2012. – С.18-21
10. Василюк К.В. Общество потребления и богема // Визуальная культура: дизайн, реклама, информационные технологии: Материалы XI Междунар. науч.-практ. конф. / отв. ред. Л.М. Дмитриева. – Омск: Изд-во ОмГТУ, 2012. – С.88-91

11. Василюк К.В., Дмитриева Л.М. Антропологический аспект толерантности коммуникации: постановка проблемы // Творчество молодых: дизайн, реклама, информационные технологии: Материалы XI Междунар. науч.-практ. конф. / отв. ред. Л.М. Дмитриева. – Омск: Изд-во ОмГТУ, 2012. – С.115-116
12. Василюк К.В. К вопросу о динамике смысла символического потребления // Динамика систем, механизмов и машин: Материалы VIII Междунар. науч.-практ. конф. – Омск: Изд-во ОмГТУ, 2012. – С.232-235
13. Василюк К.В. Реклама как способ коммуникации и толерантности // Визуальная культура: дизайн, реклама, информационные технологии: Сб. тр. XII Междунар. науч.-практ. конф. / отв. ред. Л.М. Дмитриева. – Омск: Изд-во ОмГТУ, 2013. – С. 63-65
14. Василюк К.В. К вопросу об уровнях воздействия рекламы на потребителя //Творчество молодых: дизайн, реклама, информационные технологии: Сб. тр. XII Междунар. науч.-практ. конф. / отв. ред. Л.М. Дмитриева. – Омск: Изд-во ОмГТУ, 2013. – С. 39-41
15. Василюк К.В. Зритель в массовой культуре // Арт-Визуалис: Теоретические докл. III Всерос. науч. конф. / отв. ред. Л.М. Дмитриева. – Омск: Изд-во ОмГТУ, 2013. –С.17-22
16. Василюк К.В. Потребитель в массовой культуре // Регионы. Города. Ракурсы и параллели: Теоретические докл. III Всерос. науч. конф. / отв. ред. Л.М. Дмитриева. – Омск: Изд-во ОмГТУ, 2013. – С.17-21
17. Василюк К.В. Вызовы символического потребления и современный мир //Визуальные образы современной культуры: уральско-сибирские диалоги (визуальные маркеры городской среды): Сб. науч. ст. по материалам всерос. науч.-практ. конф., 29-30 апреля 2013 г. /отв. Ред. П.Л.Зайцев. – Омск: «Амфора», 2013. – С.58-60