
*С.М. Форкош,
кандидат філософських наук*

ЛОГІКА КУЛЬТУРИ ПОСТМОДЕРНІЗМУ Ф.ДЖЕЙМІСОНА

Проникнення постмодернізму в різні сфери суспільного життя детермінує його інтегративне усвідомлення, тобто розуміння взаємозв'язку сукупності іпостасей, які відповідають реаліям, а саме істотним вимірам постіндустріального, інформаційного або суспільства «третьої» хвилі.

Кожна з цих моделей фіксує низку особливостей реального суспільства доби глобалізації і одночасно містить конкретний варіант культури, який пов'язаний з постмодернізмом. Фундаментальна риса усіх варіантів постмодернізму: стирання «межі між високою культурою й так званою масовою, чи комерційною, культурою та поява нових видів текстів, що їх нав'яли форми, категорії і смисли тієї самої культурної індустрії, яку так пристрасно засуджували всі ідеологи модерну...» [1, 24]. У постіндустріальному суспільстві втілюються ідеї дослідників попередньої доби про те, що на зміну «принципу продуктивності» має прийти «принцип задоволення». Насправді концепцію постіндустріального суспільства правильно вважати однією з соціологічних доктрин, які виражають постмодерністський світогляд.

Постмодернізм багато зробив для того, щоб звільнити мислення від спрощених схем, застиглих стереотипів, віджилих міфологій, обмеженості позитивістської картини світу, протиставивши їм творчу уяву, історико-філософську ерудицію, літературний талант, метафоричність. Разом з тим нищівна критика традиційних цінностей, норм і регуляторів спрямована на те, щоб дати місце новому образу споживача культури, для якого інформація – культова цінність. Відтак постмодернізм постав як потужна форма відчуження людини від цілераціонального проектування і соціальної дії.

Перш ніж з'ясувати як постмодерністські технології працюють у конкретних сферах сучасного життя, має сенс глибше розглянути особливості постмодерністської філософії – теорію тотального постмодерну, за допомогою якої демонтуються класична культура та її цінності. Важливим постулатом постмодерністської філософії, своєрідним рефреном, що повторюється в її різноманітних текстах,

є твердження про те, що культура втратила свій творчий характер. Вона перестала створювати нові цінності і впала до рівня екліктичного відтворення вже існуючого. Ідеї і цінності втрачають свій смисл, але їх відтворення триває і стає більш досконалим.

Технологічні зрушення орієнтовані не на певні прогресивні кроки, а на обстоювання позицій теперішнього. Шаленство, з яким фактично все це нині використовується для засвідчення унікальності теперішнього і його радикальних відмінностей від попередніх періодів, насправді іноді постає як збереження суто автореференційного характеру занепаду, начебто наше цілковите забуття минулого вичерпалося в беззмістовному і зачарованому спогляданні незрозумілого теперішнього, яке, за визначенням, не можна порівнювати. Це означає, що «майже будь-яке спостереження щодо теперішнього може залучатися під час пошуку теперішнього і набувати вигляду симптому та індексу глибинної логіки постмодерну, який непомітно перетворюється на теорію самого себе» [1, 11].

Така логіка відповідає змінам у світі культури, а також є близькою до трансформацій, які пов'язані з симулякрами. «Всі присутні скрізь, а значить ніде. Різні сфери діяльності та символічної самореалізації людини не відрізняються одна від одної. Цінності більше неможливо ідентифікувати. Все підлягає радикальному збоченню і занурилось у пекло відтворення, пекло того самого» [2].

Використання терміна «виробництво» щодо створення культурних цінностей означає переосмислення самого поняття творчості. «Культурне виробництво» зрощується з матеріальним виробництвом. Культурний продукт (ідея, пісня, книга, комп'ютерна гра, картина тощо) перетворюється в товар, об'єкт споживання. Виробництво культурного продукту, так само, як виробництво матеріального, орієнтовано на ринок. Творча діяльність стає елементом економічних відносин і сприймає логіку цих відношень.

Культурне виробництво – це створення нових ідей, символів, цінностей та інших культурних артефактів, а також формування масової свідомості. Воно припускає, що суб'єктом культурної творчості виступає не стільки індивід, скільки суспільство в цілому. Це означає, що сам процес створення, розповсюдження та сприйняття культурних цінностей і артефактів має інституційний характер, є регульованим і орієнтованим системою. У такий спосіб створюється ситуація, в межах якої здійснюється логіка виробничого процесу.

Тим часом, згідно з засадами постмодернізму, в історії не існує і

не може бути ніякої логіки, ніякого усвідомленого руху. Цей базисний постулат постмодерну, який мовою здорового глузду звучить як «історія скінчилася, але процес триває», визначає передусім розуміння постмодернізмом проблеми, головної для будь-якої традиційної, класичної культури, – проблеми творчості.

Іншими словами, сучасна культура – це не сукупність механізмів з виробництва смислів, цінностей та практик, а різноманітні способи консервації і відтворення єдиної історичної ментальної матриці. В добу глобалізації значна кількість важливих проблем виявляється взаємопов'язаною. Попередній технічно-технологічний та інтелектуальний інструментарій не відповідає рівню реальних проблем, які притаманні співіснуючим цивілізаціям. «Кожна цивілізація, до того ж, має сукупність характерних співвідношень із зовнішнім світом – експлуатаційних, симбіозних, агресивних або мирних. І кожна цивілізація має власну суперідеологію – набір вагомих культурних понять, які формують її погляд на реальність і виправдовують її існування» [3, 310].

Безперечно, постмодернізм – це світогляд, який відображує основні тенденції, установки та орієнтири суспільства, що досягло певного рівня розвитку. Оскільки постмодернізм остаточно долає пошук нових смислів в історії, культурі, пізнанні, то він стерпно ставиться до будь-яких культур, до будь-яких смислів, до будь-яких істин, до будь-яких форм, оскільки все «старе» долається, але не відкидається взагалі. Воно використовується постмодернізмом у вигляді цитат і випадкових фрагментів. Обґрунтовується «множинність порядків» без будь-якої ієрархії та зв'язку. Будь-яка теорія, парадигма, ідея, інтерпретація можлива і допустима, але пізнавальна цінність кожної з них однаково відносна. По суті, проголошуються плюралізм і релятивізм. Те спільне, що лежить у підґрунті будь-якої інтелектуальної діяльності певної доби, афористично позначають як «дух часу», що існує незалежно від бажань людей. Постмодернізм як комплексна ідейна течія являє собою «родзинку» цього духу часу, адже саме вона найбільш адекватно відображає нинішній стан духовності, пов'язаний з відчуттям неприйнятності в нових соціокультурних реаліях панівних раніше уявлень про світ і людину.

Основними категоріями, які описують реальність постмодерну, вважають плюралізм, децентрацію, невизначеність, фрагментарність, мінливість, контекстуальність.

Постмодернізм завжди ухилявся загальних ідей, але загальнолюдські цінності – це не загальні ідеї. Мова йде про конкретні цінності кожної окремої людини, без яких її особисте життя втрачає смисл. Адже сучасна людина існує водночас у різних світах: економічному, культурному, духовному. Визначальні маркери її існування формуються в світі культури.

Ознаки еволюції в свідомості людей доби постмодерну виявляються повсюдно – в різних стилях життя, формах організації поведінки, але найбільш рельєфно, зримо вони відображаються в ЗМІ, телебаченні, Інтернеті, тобто в сфері мультимедійної комунікативної культури як системи, найбільш динамічної в своїй структурній, функціональній та смисловій організованості, а тому такою, що найбільш адекватно реагує на будь-які зміни в суспільстві.

Політологи, геостратеги та футурологи фіксують якісні ознаки суспільства, спираючись на екологічні, соціальні та технологічні його характеристики. Найбільш поширеними поняттями, які застосовують для позначення нової стадії соціального розвитку, є «постіндустріальне суспільство» та «інформаційне суспільство». По суті справи, вони близькі між собою, але разом з тим їх загальний недолік полягає в тому, що вони абсолютизують науково-технологічну складову доби, яка не охоплює всього соціокультурного простору.

Отже, виникає потреба в узгодженні постмодерністського розуміння сучасного суспільства з його культурною сутністю. Оптимальний варіант такого узгодження запропонував Ф. Джеймісон у праці «Постмодернізм, або Логіка культури пізнього капіталізму».

Перехід до інформаційного суспільства накладає суттєвий відбиток на базові елементи культури: мораль, освіту, науку, техніку, мистецтво. Відбувається певний відхід від раціоналізму в суспільному житті, здійснюються спроби знайти базу соціальності не в розвитку технологій, а в «рухах» культури. На зміну політичним і соціальним рухам приходять культурні рухи, які охоплюють ширше коло цілей і значно менше прив'язані до створення і захисту інститутів та норм. Нове культурне виробництво, яке є самоорганізуючою відкритою системою, створює мільйони індивідуальних зв'язків між користувачами – споживачами. Грань між виробником культурного продукту та споживачем стає «шпаристою»; відношення вертикальної ієрархії перетинаються, переплітаються з відношеннями горизонтальної. У такій системі культурного хаосу досить важко орієнтуватися на культурні коди традиційного або індустріального

суспільства. Відбувається формування нових культурних кодів, які спираються на нову постмодерністську синхронну концепцію простору і часу, на відміну від старої – модерністської діахронної.

Новий тип соціальних мережевих відносин змінює моделі поведінки людей, трансформує цінності, генерує нові культурні переваги та звички, забезпечує вищий рівень самовиразу особистості завдяки можливості відповідати своїй реальній ідентичності або бути іншим у мережевому спілкуванні.

Постмодерна культура стає більш людською, оскільки постає абсолютно штучною, абстрагуючись від природи, реальності, об'єктивного смислу, духу і будучи лише текстом, який усвідомлюється як мова. Один із шляхів залучення людини до культури – привласнення нею «чужих» текстів. Маючи вигляд безконечно малого елемента світу, текст (книга) вбирає в себе світ, постає всім світом, заміщує собою світ для читача.

Для постмодернізму характерне ставлення до світу як до об'єкта усвідомлення, результати якого фіксуються насамперед у писемних формах. Тому світ виступає як текст. Самосвідомість особистості уподібнюється «сумі текстів», які вступають у взаємодію з іншими текстами, котрі утворюють культуру. Через те, що світ розуміють як нескінченний, безмежний текст, засобом моделювання «поля», в якому відбуваються інтерпретації, стає алегорія, яка виконує роль коду для рефлексії сучасної культури.

Культуротворчий потенціал інформаційних технологій зростає мірою того, як інформаційне середовище переростає у феномен технологічного конвергованого медіа середовища, яке стає все більш актуальним для сучасної культури: потоки інформації, постійно зростаючи, змінюють не тільки умови існування людини, а й наявну культурну парадигму.

Постмодерністське усвідомлення дійсності потребує адекватних засобів. На думку А. Бузаєва, з'являються нові одиниці виміру соціальної реальності – субкультура, ідеологія, архетип свідомості, які базуються не на матеріальній, а на культурній єдності суспільства. Боротьба за споживача і його свідомість відбувається не між товарами і фірмами, а між їх іміджем та ідеологіями [4, 45]. У підсумку соціальна реальність у концептуальному плані постає у формі інформаційного суспільства, а способи його існування пов'язані з культурою. Базові структури інформаційного суспільства не просто мають інформаційний характер, а й використовують особливий

спосіб застосування останньої.

З цією метою вживають термін «засіб передавання інформації» (medium) і, особливо, його множинність (media). «Цей термін нині поєднає три відносно окремі сигнали: сигнал, що відсилає до мистецького способу чи специфічної форми естетичного виробництва; сигнал, що відсилає до специфічної техніки, загалом організованої навколо центрального апарату чи машини; і, зрештою, сигнал, що відсилає до суспільного інституту. Ці три сфери значення не визначають засіб передачі інформації чи медіа, а позначають окремі виміри, до яких потрібно звернутися для того, аби завершити чи сконструювати таке визначення» [1, 90].

«Культура нині – це справа медіа, які врешті-решт почали розуміти, що культура завжди була такою і що попередні форми чи жанри, чи навіть попередні релігійні обряди й медитації, думки і висловлювання також були медійною продукцією у цілком різний спосіб» [1, 90–91].

З огляду на провідну роль медіа та Інтернету в добу постмодерну, виникає потреба в ретроспективному погляді на зв'язок історії суспільства з культурою. Складається ситуація, в межах якої формується нетрадиційна класифікація історично-культурної еволюції. Це дозволяє послідовно реалізувати підхід, на який уможлиблює розуміння того, як пов'язані варварство, архаїчність, догматичність, традиціоналізми, модерн і постмодерн. Кожна історично-культурна доба використовує певну сукупність форм, серед яких можна виділити вищу або домінуючу. Відповідно до кожної історично-культурної доби можна зафіксувати свою вищу форму, яка реалізується як домінантна в культурному колі. Послідовність цих форм (містерії, театр, кафедра, література, кіно, Інтернет) розкриває деякі особливості соціального буття кожної доби. Справа в тому, що кожна форма має свій механізм впливу на соціум, який залишає слід у менталітеті людей. Характер впливу провідних форм культури на поведінку людей усвідомлюється через аналіз послідовності – транс, катарсис, блаженство, преклоніння, пріоритет, залежність, яка співвідноситься з якісними ознаками кожної історично-культурної доби.

Одна з особливостей інформаційного суспільства полягає в тому, що культурні форми попередніх етапів розвитку можуть реалізувати свій інтелектуально-культурний потенціал в його просторі. Водночас деякі з них зазнають суттєвої модифікації та модернізації. Особлива доля в цьому плані випала літературі, яка невід'ємна

від мови, а значить і від філософських засад. Цю ситуацію глибоко відчув Ф. Джеймісон, який зосередив увагу на засобах втілення концептуальності. «Парадоксальним у цьому заміщенні літературної термінології новою медійною концептуальністю є те, що воно відбувається саме тієї миті, коли філософський пріоритет самої мови та різних лінгвістичних філософій став домінантним і майже універсальним. Отже, письмовий текст втрачає свій привілейований і винятковий статус саме тоді, коли ці концептуальності для аналізу величезного різноманіття дослідницьких об'єктів, які «реальність» презентує нам (і які нині у різний спосіб усі перетворилися на «тексти»), стали майже винятково лінгвістично орієнтованими. Аналіз медіа за допомогою лінгвістичних чи семіотичних термінів, таким чином, здійснює імперіалістичне розширення сфери мови за рахунок поглиблення невербальних – візуальних, музичних чи просторових – феноменів» [1, 91].

На сучасному етапі розвитку інформаційного суспільства відбувається пошук домінуючої культурної форми. Свою аргументацію наводить Ф. Джеймісон: «Кажучи більш сучасною мовою, культурної домінанти нової соціальної та економічної кон'юнктури; бути – якщо надати питанню врешті найбільш філософськи адекватного вигляду – найінтенсивнішими алегоричними та герменевтичними засобами для нового опису системи. Кіно та література вже не виконують такої ролі, і тут я не буду втокмачувати значною мірою побічні докази дедалі більшої залежності їх обох від матеріалів, форм, технологій і навіть тематики того іншого мистецтва чи засобу передачі інформації, про яке я думаю як про найприйнятнішого кандидата на культурну гегемонію в наш час» [1, 92]. На думку Ф. Джеймісона, ім'я цього кандидата практично відоме світовій спільноті: це, безперечно, відео, яке існує у формі комерційного телебачення та експериментального відео. Підгрунтя його аргументації пов'язано з подвійним статусом відео (мистецтво і засіб передачі інформації). Тому «відео є унікальним (і в цьому сенсі історично привілейованим чи симптоматичним), тому що це єдине мистецтво чи засіб передачі інформації, в якому засадничий шов між простором і часом є самим місцем форми, а також тому, що машинерія відео однозначно підпорядковує й деперсоналізує як суб'єкта, так і об'єкта, перетворюючи суб'єкта на квазіматеріальний апарат для реєстрації машинного часу об'єкта й відео зображення чи „тотального потоку“» [1, 99].

У процесі переходу до глобальної інформаційної культури провідним фактором культурогенезу інформаційного суспільства є раціональне технологічне панування. Сучасна людина живе в медіанасиченому середовищі, її життя в процесі обміну і отримання інформації суттєво символізується. Це детермінує зростання смислів та знаків, яких значно більше, ніж на попередніх історичних етапах. У такій ситуації актуалізується питання про трансформацію смислового поля сучасної культури, яка одночасно зазнає впливу інформаційних технологій і постмодерністських тенденцій.

Разом з тим відео не тільки стає домінуючою культурною формою, а й визначним чинником динаміки культури. Сучасні ЗМІ фактично перестають відображати дійсність і починають створювати образи, симулякри, які й визначають реальність культури постмодерну, або, за термінологією Ж. Бодрійяра, її гіперреальність. Останню можна інтерпретувати як «соціальну віртуальну реальність», тобто інформаційне середовище, створене іміджевими технологіями в узгодженні зі стратегіями інституцій влади, в якій відбувається симуляція комунікацій.

Фактично формується економіка, орієнтована на потенціал культури, а процес виробництва перетворюється в культуровиробництво.

Обов'язковою умовою існування і розвитку такої «нової економіки» стає розмаїтість культурного життя народу як джерело його креативного потенціалу, а фундаментом технологічного прогресу – сукупна культурна спадщина. Саме тому деякі економісти, передусім американські, вважають, що культурне виробництво буде провідним в ХХІ столітті, коли «інформаційна економіка» остаточно трансформується в креативну. У зв'язку з усвідомленням зростання ролі інституціоналізованого культурного виробництва в житті сучасних суспільств у дослідників виникає значний інтерес до вивчення цього феномена.

П. Бурдье позначив чотири головних соціальних умови формування поля культурного, а отже, і художнього виробництва. Це – по-перше, наявність тих, хто досліджує художню творчість (історики, критики, мистецтвознавці і т. п.); по-друге, існування інстанцій посвячення (академії, салони, літературні та художні премії); по-третє, створення інститутів виробництва та відтворення як самих малярів, так і публіки (школи, курси); по-четверте, присутність спеціалізованих агентів, відповідальних за «економіку культурних товарів» (продавці, працівники галерей, експерти, оцінювальники та ін.).

«Виробництво», як метафізичний принцип виступає принципом Кода: бажання, сексуальність, навіть знання тлумачаться в термінах виробництва. Код руйнує соціальні відносини, як життя руйнується символічними обмінами. Це значно більше, ніж звичайні права приватної власності на засоби виробництва. Для Бодрійяра саме Код постає як революція, така ж глибинна, якою була промислова революція два століття тому.

В інформаційному суспільстві медіасередовище починають розглядати не тільки як досить самостійну реальність, але й як визначену кодууючу систему, яка живе за власними законами. Культурним кодом, що сприймається патріотичною спільнотою, виступає система самобутніх, панівних у суспільстві цінностей, смислів і поглядів (знання, вміння, навички, інтелектуальний, моральний та естетичний розвиток, світогляд, форми спілкування, духовна просвіта), що сформувалася в процесі історичного цивілізаційного розвитку і яка сприймається як загальноприйнята норма для самоідентифікації людей незалежно від їхньої етнічної належності і передається із покоління в покоління через виховання, освіту та навчання. На думку Ф. Джеймінсона, Код не тільки транслюється через медіа, а й визначає економічне життя суспільства. «Медіа нині повертаються на ринок і, перетворюючись на його частину, закріплюють та засвідчують попереднє метафоричне чи аналогічне ототожнення з ринком як «буквальною» реальністю» [1, 312].

Внаслідок складних соціальних зрушень незалежні виробники дістали можливість розвивати нове розуміння культурної ідентичності і культурних цілей, які поєднують культурне та комерційне знання, що стало невід'ємною рисою нової форми культурного виробництва. Серед частини економістів домінує думка, що «культурне виробництво перестало бути маргінальним або ексклюзивним, як це було за «фордівської» доби, і постало як «зразок виробництва майбутнього», характерний для «пост-фордівської» формації.

У світі, де принципового значення надають інноваціям, де постачальники програмного забезпечення є ключовими виробниками для Інтернету та інших засобів масової інформації, де творчий потенціал підлягає найрізноманітнішому використанню, культурне виробництво, продукція якого колись була розкішшю, не може не відіграти головної ролі.

Методологічне осмислення різних аспектів філософії мови відбувається в процесі дослідження соціокультурних трансформацій,

які зумовлюють радикальну модифікацію об'єкта досліджень, формують нові уявлення про сутність пізнавальної діяльності, а також змінюють розуміння і характеристики суб'єкта діяльності. Такий підхід формується на ідеях, висловлених у роботах Ж. Бодрійяра, Н. Лумана та К.-О. Апеля. В межах порівняння проблем мови, культури і суспільства найвиразніші риси дослідницької ситуації постають у сучасній культурі в контексті можливих і реальних комунікацій. Цивілізаційні умови сучасної комунікативної спільноти забезпечують пошук можливостей збереження стійких форм внутрішньої регуляції поведінки людини, тобто формування комунікативної етики, яка визначає мовне взаєморозуміння. Такі зрушення усвідомлюються як парадигмальні особливості дослідницької діяльності доби глобалізації.

Єдність проблем мови, суспільства і культури потребує розробки в межах філософії та методологічної свідомості відповідного інтегративного засобу. Саме таким чином формується постмодерністський підхід до соціокультурних трансформацій, які відбуваються в інформаційному суспільстві. Його суттєві риси досліджують і відтворюють в різних варіантах Е. Тоффлер, Е. Фромм та Ф. Джеймісон. Саме останній визначає постмодернізм як логіку сучасного суспільства, орієнтованого на пріоритети і цінності культуровиробництва та культуротворчості.

ЛІТЕРАТУРА

1. Джеймісон Ф. Постмодернізм, або Логіка культури пізнього капіталізму. – К., 2008. – 504 с.
2. Семенко В. «Ситуация постмодерна» и деконструкция культуры: краткий очерк философии постмодернизма [Электронный ресурс] // Аминь: информ.-аналит. портал о религии / ред. Владимир Семенко. – [Б. м.: б. и.], 2013. – URL: <http://amin.su/content/analitika/9/32/>
3. Тоффлер Е. Третья хвиля. – К., 2000. – 480 с.
4. Бузаев А. Что такое «экономика мифов» // Советник. – 2000. – №5. – С. 56–68.

Форкош С.М. Логика культуры постмодернизму Ф. Джеймисона.

Зрушення в осмисленні сучасної культури багато у чому залежать від вихідних методологічних передумов, що лежать в основі дослідницьких програм. Такого роду передумови, своєю чергою, залежать, з одного боку, від філософських основ, а з іншого – від фактичного матеріалу, яким в даному випадку виступає опис конкретних проявів культури, таких як мистецтво, релігія, сама наука та ін.

Особливості сучасної культури пов'язані зі змінами, які почали відбуватися з другої половини ХХ століття і для яких характерні такі риси, як смисловий плюралізм, децентрація, невизначеність, фрагментарність, мінливість та ін.

Подібні зміни потребують розробки нових дослідницьких стратегій. Одну з таких програм запропонував Ф. Джеймисон у праці «Постмодернізм, або логика пізнього капіталізму». З методологічної точки зору, найбільш цікавими у даному підході є опис та аналіз «культуровиробництва». Головною особливістю останнього є зрощування економічного потенціалу з результатами культурного розвитку, внаслідок якого культурне середовище і ринок стають одним і тим самим середовищем. У статті проаналізовано погляди Ф. Джеймисона в контексті осмислення сучасної культури.

Ключові слова: культуровиробництво, мас-медіа, інформаційне суспільство, постмодернізм.

Форкош С.М. Логика культуры постмодернизма Ф. Джеймисона.

Сдвиги в осмыслении современной культуры во многом зависят от исходных методологических предпосылок, лежащих в основе исследовательских программ. Такого рода предпосылки, в свою очередь зависят, с одной стороны, от философских оснований, а с другой – от фактического материала, которым в данном случае выступают описания конкретных проявлений культуры, таких как искусство, религия, сама наука и мн. др.

Особенности современной культуры связаны с теми изменениями, которые начали происходить со второй половины ХХ века и для которых характерны такие черты, как смысловой плюрализм, децентрация, неопределённость, фрагментарность, изменчивость и др.

Подобные изменения требуют разработки новых исследовательских стратегий. Одну из таких программ предложил Ф. Джеймисон в работе «Постмодернизм, или логика позднего капитализма». С методологической точки зрения, наиболее интересным в его подходе являются описание и анализ «культуропроизводства», главной особенностью последнего является сращивание экономического потенциала с результатами культурного развития, вследствие которого культурная среда и рынок становятся одной и той же средой. В статье предпринят анализ взглядов Ф. Джеймисона в контексте осмысления современной культуры в целом.

Ключевые слова: культуропроизводство, масс-медиа, информационное общество, постмодернизм.

Forkosh S. Logic of postmodernism culture of F. Jameson.

Shifts in understanding contemporary culture is largely dependent on the initial methodological assumptions underlying the research programs. Such conditions, in its turn, depend on one side from the philosophical foundations, and on the other, from the actual material, which in this case are the descriptions of the specific manifestations of culture such as art, religion, science itself, and more. al.

Features of contemporary culture connected with the changes that began during the second half of the 20th century, which are characterized by the same features as the semantic pluralism, decentration, ambiguity, fragmentation, volatility, and others.

Such changes require the development of new research strategies. One of the programs offered F. Jameson in «Postmodernism, or the Logic of late capitalism». From a methodological point of view, the most interesting in this approach is the description and analysis of «cultureproduction». The main feature of this process is the merging of the economic potential with the results of cultural development, as a result – the cultural environment and the market are one and the same environ. The article analyzes the views taken by F. Jameson in the context of understanding of contemporary culture as a whole.

Key words: culture production, mass media, information society, post-modernism.