

УДК [316.613:159.923.2]:316.7

**Отношения Я – Другой как модус идентичности**

О.Б. СИНЬКЕВИЧ

Львовский национальный университет имени Ивана Франко, г. Львов, Украина,  
E-mail: sinkevico@rambler.ru**Авторское резюме**

Одним из важнейших модусов становления идентичности являются отношения Я – Другой. Во взаимодействии с Иным Я обретает социальное признание и подтверждение своей идентичности.

Отношения Я – Другой в значительной степени определяются границами собственного Я. Однако в эпоху массовой культуры эти границы задаются извне: массмедиа формируют человека, внутреннее пространство которого оказывается лишенным ценностно-смыслового центра, размытым. Таким образом человек лишается индивидуального лица и превращается в носителя массового стереотипа. В этой ситуации защита границ собственного Я становится одной из актуальных проблем в процессе формирования персональной идентичности.

Формирование идентичности требует внутреннего диалога, рефлексии, самоанализа. Массовая культура стремится устранить драматизм внутренней жизни личности, освободить человека от необходимости искать ответ на сложные вопросы. Она предлагает простые и однозначные объяснения проблем бытия и тем самым лишает индивида возможности самопознания, самокоррекции. Эта тенденция, которую определяют как интерпассивность, проявляется в нежелании и неспособности принимать самостоятельные решения, производить осознанный выбор, воплощать его в действия. Ее следствием также является деформация самоидентификации индивида.

Идентичность формируется и через механизм самоотождествления с эталоном, образцом, идеалом. Образ идеального Я, к которому стремится человек, – вектор, указывающий направление его развития, выстраивания «будущего Я». Таким эталоном в культуре традиционно выступал «экзистенциальный Другой» – личность, которая своей уникальностью задавала ориентир для самосовершенствования индивида. Характерная для массовой культуры подмена идеала «идолом» лишает индивида необходимого вектора саморазвития.

Утрата полноты отношений Я – Другой, характерная для эпохи массовой культуры, оборачивается кризисом персональной идентичности. Желание и умение выстроить полноценные отношения с Другим позволяют человеку обрести ценностные ориентиры своего бытия в «текущей современности».

**Ключевые слова:** идентичность, идентификация, массовая культура, индивид, личность, Другой, ценностные ориентиры.

**Relations I – other as modus of identity**

O.B. SINKEVYCH

Ivan Franko national university of Lvov, Lvov, Ukraine, E-mail: sinkevico@rambler.ru

**Abstract**

One of the most important modes of formation of identity are the relationships I-Other. In collaboration with Other I acquires social recognition and affirmation of their identity.

The relationship I-Other largely defined the boundaries of self. But in an age of mass culture, these boundaries are defined externally: mass media form the man, internal space of which is devoid of value-meaning centre, blurred. Thus man is deprived of individual person and turns into a mass media stereotype. In this situation, the protection of borders of self becomes one of the urgent problems in the process of formation of personal identity.

The formation of identity requires internal dialogue, reflection and introspection. Mass culture tends to eliminate the drama of the inner life of the individual, to free the person from the need to find an answer to complex questions. It offers simple and clear explanations of the problems of existence and thus deprives the individual possibilities of self-knowledge, self-correction. This trend, which is defined as interpassivity, manifested in the unwillingness and inability to make decisions, to make an informed choice, put it into action. Its consequence is also a deformation of the self-identification of the individual.

Identity is formed and through the mechanism of self-identification with the standard, sample, an ideal. The image of the ideal I, to which the person is a vector indicating the direction of its development, the building of «future me». Such a standard in culture have traditionally been the «existential Other» – person that by its uniqueness serves the guide for self-development of the individual. Characteristic of popular culture the substitution the ideal of «Idol» deprives the individual of the required vector of self-development.

The loss of the completeness relations I-Other, typical for the era of mass culture, turns into a crisis of personal identity. The desire and ability to build meaningful relationships with Others allow a person to receive the value orientations of their existence in «liquid modernity».

**Key words:** identity, identification, mass culture, individual, personality, Other, value guidelines

**Постановка проблемы.** Проблема персональной идентичности в современном мире приобретает особую остроту. Одна из причин актуализации этой проблемы – становление массового общества, где, как писал Т. Адорно, «каждый есть только то, посредством чего способен он заменить любого другого: взаимозаменяемое, экземпляр. Сам он, как индивидуум, есть абсолютно заменяемое, чистое ничто, и именно это начинает чувствовать он, когда с течением времени утрачивает подобие» [21, с. 182]. Человек в массовом обществе утрачивает ощущение границ собственного Я вследствие манипулятивной технологии «усреднения», которая превращает его в неотличимого от других «одномерного человека». В массовом обществе индивид не принадлежит себе, а его отличие от других носит исключительно функциональный характер и определяется практической целесообразностью.

Одним из важнейших модусов становления идентичности являются отношения Я – Другой.

**Анализ исследований и публикаций.** Указанная проблема привлекала внимание многих зарубежных исследователей XX века. В частности, Э. Гуссерль считал взаимоотношения с Другим важнейшим фактором формирования идентичности, утверждая, что Другой активно творит «меня», конституирует «меня». Согласно концепции Дж. Г. Мида, формирование у индивида представления о себе происходит в процессе социального взаимодействия и обусловлено способностью человека принимать роль Другого. М. Бубер рассматривал Я как элемент Я – Ты отношения. Ж.-П. Сартр писал: «Я являюсь для себя только как чистая отсылка к другому» [18, с. 283]. Э. Левинас считал, что свою истинную сущность человек познает в опыте общения с Другим, с иной субъективностью. Ж. Делез высказывал убеждение в том, что внутренняя жизнь личности обусловлена наличием «априорной структуры другого».

Однако проблема отношений Я – Другой остается актуальной, поскольку ее сложность и многогранность постоянно оставляет ощущение «знания о незнании», и это ощущение в значительной мере обусловлено теми новыми аспектами указанных отношений, которые стали явными в эпоху массовой культуры.

**Цель исследования.** Данная статья имеет целью раскрыть значение отношения Я – Другой в процессе конструирования идентичности субъекта массовой культуры.

В рамках данной цели ставятся следующие задачи:

- определить роль указанных отношений в установлении границ Я как субъекта идентичности в пространстве массовой культуры;
- проанализировать специфику внутреннего диалога как проявления отношения Я – Дру-

гой в контексте процесса самоидентификации индивида;

- охарактеризовать последствия обусловленной спецификой массовой культуры трансформации механизма самоотождествления с идеалом, необходимого для формирования идентичности;

- проанализировать специфику отношения Я – Другой в контексте характерной для массовой культуры стереотипизации моделей социальной самоидентификации.

Указанные аспекты исследования имеют теоретическое значение, поскольку отношения Я – Другой отображают реальность и потенциальность персональной идентичности, которая в значительной степени конструируется посредством дискурса массовой культуры. Исследование специфики формирования персональной идентичности в модусе отношений Я – Другой имеет и практическое значение, поскольку она определяет характер бытия современного человека и характер функционирования индивида в обществе.

**Изложение основного материала.** Говоря о сложности процесса персональной идентификации, Э. Мунье отмечал, что личность существует лишь в своем устремлении к Иному, познает себя через Иного и обретает себя в Ином. Первичный опыт личности – это опыт «иной» личности [15, с. 134].

Во взаимодействии с Иным Я обретает социальное признание и подтверждение своей идентичности. Иной принуждает человека оставить границы собственного бытия и тем самым открывает Я навстречу самому себе, расширяет его границы. Если Я не встретится с Иным, оно попадает в зависимость от самого себя, погружается в себя и тем самым обрекает себя на разрушение [2, с. 16].

Отношения Я – Другой в значительной степени определяются границами собственного Я. Именно ощущение этих границ лежит в основе тайны личности. Ж. Бодрийяр в своем сочинении «Прозрачность зла» видит в потере границы собственного Я, в том, что эта граница задается извне, одну из наибольших проблем персональной идентичности [3, с. 251].

Нельзя не согласиться и с высказываемым многими современными исследователями утверждением о том, что «задачей культуры сейчас является поиск форм, которые позволяют сформировать и защитить внутреннее пространство людей, поскольку это внутреннее пространство постоянно подвергается агрессивному давлению нынешнего образа жизни» [23, С. 271].

Современная массовая культура исключает саму возможность становления субъекта, поскольку делает проницаемыми границы Я. Как утверждает в своей книге «Медиавирус. Как поп-культура тайно воздействует на ваше сознание» американский специалист в области

средств массовой информации Д. Рашкофф, массмедиа и медиапространство формируют человека, внутреннее пространство которого оказывается не только лишенным ценностно-смыслового центра, но и размытым. Это человек, который, благодаря различным сценариям его замещения, существует лишь в Другом [16].

Посредством различных текстов массовой культуры транслируются формы замещения и подмена уникальности и целостности индивидуального мышления, чувств, потребностей и ценностных ориентаций людей: «идеологизация», «массовизация», «индоктринизация», «фетишизация», «мистификация» являются теми фантомами «ложного сознания», благодаря которым происходит деструкция самоидентификации. Используя массмедиа, рекламу, «желтую» прессу, телевидение, интернет, массовая культура программирует сознание человека, лишая его индивидуального лица и превращая в носителя массового образа [9, с. 1-2]. Так, реклама посредством определенного товарного знака навязывает человеку определенный образ: успешная женщина пользуется только такой косметикой, мужественный мужчина курит только такие сигареты, модный молодой человек носит такую спортивную марку.

Вместе с тем, для нормального формирования персональной идентичности необходима только определенная степень открытости. Полная открытость приводит к тому, что человек утрачивает ощущение границы собственного бытия, превращается в «человека без свойств». Эту ситуацию метафорически отобразил американский режиссер Вуди Аллен в своем фильме «Зелиг» (англ. *Zelig*), снятом в жанре мockumentари (*mockumentary*; от слов *mock* – подделка и *documentary* – документальный фильм). Это фильм об Америке 1920-30-х годов, в котором рассказывается о необычном человеке по фамилии Зелиг: он умеет перевоплощаться в людей, с которыми общается. С неграми он становится негром, на вечеринке республиканцев он выступает с речами, которые одобряет собравшееся общество, а с докторами-психиатрами он способен поддерживать разговор на профессиональные темы, не выдавая своего дилетантства.

Формирование идентичности требует внутреннего диалога, рефлексии, самоанализа. Этот внутренний диалог необходим для того, чтобы ощутить свою незавершенность, поскольку, как справедливо отмечал М. Бахтин, «чтобы жить, надо быть незавершенным, открытым для себя», «не совпадать со своей наличностью» [1, с. 95]. В процессе идентификации человек осознает себя субъектом мышления, переживания и одновременно Я выступает как объект собственного восприятия, моделирования, самокоррекции. Такая двойственность необходима, прежде всего, потому, что именно благодаря ей достигается

внутренняя согласованность личности. Пребывание одновременно в роли субъекта и объекта позволяет более тонко интерпретировать индивидуальный опыт, формировать более динамическую Я-концепцию [17].

Массовая культура, как следует из ее образов и текстов, не создает необходимых предпосылок для реализации этого аспекта персональной идентичности. Так, своеобразной формой саморепрезентации в массовой культуре выступает реалити-шоу – жанр, который предполагает показ (якобы) естественной жизни и взаимодействия изолированной группы персонажей в приближенной к жизни обстановке. Декларируется свобода поведения участников – считается, что события развиваются без заранее определенного сценария, в чем и состоит «изюминка» реалити-шоу. Однако на самом деле реалити-шоу представляют собой типичный «формат», их сюжет управляется через указания, которые игроки получают от режиссера. Таким образом, их герои на самом деле являются перонажами «формульного» массового искусства, масками, а не реальными людьми. В основе реалити-шоу лежит постмодернистский принцип «соблазна» – представления, действия, шоу, которое привлекает зрителя тем, что искусно подражает, симулирует реальность, не будучи таковой. Реалити-шоу в первую очередь как феномен экранной культуры стремятся смоделировать определенные черты своих героев – с целью их формирования у зрительской аудитории. Производители данной продукции заявляют, что тиражирование таких образов выполняет образовательную и даже воспитательную задачу в отношении зрительской аудитории. В этом утверждении присутствует элемент истины: зрители порой крайне некритично наследуют представленные типажи, которые превращают реального человека в персонаж, отчуждая его от него самого.

Однако такого рода мимесис не предполагает ни рефлексии, ни объективации результатов самопознания [8]. Массовый человек стремится уклониться от этой «работы души», от необходимости предпринимать какие-либо усилия саморефлексии: он предпочитает простоту, однозначность и ясность, стремится переложить труд диалога вовне, создать себе партнера, внешнего собеседника, позволяющего понять мир, себя самого, взглянуть со стороны [19, с. 334-335]. Массовая культура помогает ему в этом, устраняя драматизм внутренней жизни личности, отвергая всякую личностную сложность и сводя все богатство внутренней жизни к эмоциям, бессознательности и чувственности. Так, например, современные социальные сети оборудованы программными средствами, которые автоматически подыскивают «друзей» для любого участника. Каждый такой выбор («да»/«нет») осуществляется с помощью клика мышкой и не требует напряженной «рабо-

ты души». Эту тенденцию, присущую эпохе массовой культуры, С. Жижек характеризует как «интерпассивность» – состояние, обратное интерактивности [6]. По мнению философа, благодаря благам техногенной цивилизации человек становится интерпассивным, за него активен Другой. Интерпассивность – это когда мне только кажется, что я читаю, смотрю фильмы, что я информирован. На самом же деле, я всего лишь контролирую собственные возможности это делать; читает, наслаждается и информирован мой гаджет, теперь «прокачанный». А у меня нет времени на все эти действия, ведь я прилежно работаю, обеспечивая саму их возможность. Блогер А. Бажов пишет в своем «Литературном дневнике»: «Чем больше собственных мыслей и мыслительных операций мы передаем на аутсорсинг многофункциональным гаджетам, тем меньше жизненного опыта остается у нас. Тем меньше мы помним о себе самом, чувствуем непрерывность собственного я» [10].

Одним из проявлений интерпассивности стал технический прием, который широко используется в современном телевидении – закадровый смех. Этот прием, впервые использованный звукорежиссером Чарли Дугласом на американском канале CBS, сопровождает комедийные шоу, ситкомы [7]. Этот смех, который, по утверждению некоторых, должен подсказывать не очень умным людям, когда на экране происходит что-то смешное, на самом деле подобно разъяснению шутки омертвляет смешное и не дает зрителю самостоятельно различать его. Таким образом он деформирует механизм самоидентификации, поскольку ее условием является отличие себя от другого в процессе «обнаружения смеха на первичном антропологическом уровне» [12, с. 138]. Интерпассивность проявляется в невозможности и неспособности принимать самостоятельные решения, производить осознанный выбор, в основе которого лежит свободное самовыражение; воплощать в действия и поступки свои решения и оценки при помощи волевых усилий [11, с. 552].

Идентичность формируется и через механизм самоотожествления с неким эталоном, образцом, идеалом, индивидуальным для каждого субъекта.

Как справедливо отмечает М. Хайдеггер, человеку свойственно быть озабоченным своими нереализованными задатками, спрашивать, что он такое в возможности, страдать от того, что он «не сбился», «не состоялся», «не осуществился». Идеал необходим человеку для того, чтобы стать иным, чем он является в настоящий момент [20, с. 379]. Именно в этом – в постоянном наличии целей и идеалов, в стремлении к изменению себя – и заключен смысл существования человека. Без них субъект лишается путей развития. Образ этого идеального

Я, к которому стремится человек – вектор, указывающий направление его развития, выстраивания «будущего Я»

Идеал – это образ себя, выстроенный по образу и подобию другого. Символическая идентификация с Другим позволяет человеку определить свое положение в мире и свое отношение к нему.

Таким эталоном, образцом в культуре традиционно выступал «экзистенциальный Другой» – личность, которая противостояла повседневной рутине, своей уникальностью задавала своеобразный ориентир для самосовершенствования индивида. Во все времена культура являла человеку тот идеальный образ, который противостоял «горизонтали» ее существования и открывал неизмеримую высоту «вертикали», служил ориентиром в поисках истинного Я, выступал мерилем истинно человеческого в человеке.

В современную эпоху потребность в идеале, образе, который позволил бы восстановить утраченную целостность, ощущается особенно остро. Однако массовая культура демонстрирует характерную для современной эпохи «деконструкцию бинаризов», представляя в качестве «значимого Другого» не идеал, а идола [22]. Таким идолом становится образ, сливающийся с реальностью. В течение десятилетий Мерилин Монро, Элвис Пресли, «ливерпульская четверка», Мадонна и многие другие поп-идолы служили такими образцами для наследования. Их карьера, стиль жизни, манера поведения казались близкими и понятными. Благодаря своей «обычности» они становились благодарными объектами для психологических процессов проекции и отождествления. Подмена идеалов идолами формирует упрощенное, вульгаризированное восприятие действительности и собственного Я, лишает его необходимого вектора саморазвития.

Идентичность в модусе Я – Иной – та составляющая личности, которая включена во все разнообразие «внешних» отношений с другими людьми. В ходе этого процесса происходит «принятие роли»: индивид с помощью воображения ставит себя на место человека, с которым происходит общение и в котором он видит не только иного, отличного от него, но и уникальную личность.

Процесс самоидентификации в модусе Я – Другой предусматривает участие в определенном социальном порядке, идентификацию с определенным набором социальных ролей – моделей поведения, которые заданы социальной позицией личности в системе социальных институтов, общественных и личных отношений. Конструирование идентичности, как утверждает в своей социодраматической версии символического интеракционизма И. Гофман, можно рассматривать как воплощение шекспировской строфы «Весь мир театр, и люди в нем

актеры». Жизнь философ уподобляет драматическому спектаклю, в котором актеры, выходя на сцену, выстраивают свою роль, реагируя на определенные сигналы. В театре такими сигналами служат подъем или опускание занавеса, изменение освещения или темпа музыкального сопровождения. В жизни же знаком, который сигнализирует о необходимости соотнесения себя с изменившейся «картиной мира», выступает социальный мониторинг: анализ конкретной ситуации, интерпретация поведения иных. В роли проявляется «ситуативное Я», а в череде ситуаций – стиль жизни как характеристика относительно устойчивых, повторяющихся характеристик индивида. Комплекс специфических ожиданий, которые используются для оценки социальной ситуации в определенные моменты, Гофман назвал фреймом (англ. frame – рамка; здесь – аналог кадра в кинематографе). Фрейм – это определенного рода целостность, в рамках которой люди осмысливают себя в мире, определяют для себя ситуацию, в которой действуют и которая структурирует их действия [4, с. 42-43]. В современную эпоху эта целостность становится проблематичной, поскольку спектр социальных ролей значительно расширился. Это становится вызовом самости, которая формируется в процессе социального взаимодействия (интеракции) и включает две составляющих: одна – это результат интернализации социальных ролей и ожиданий, другая – способность дистанцироваться от них [13].

И. Гофман считает, что для сохранения идентичности – и индивидуальности – человеку необходимо овладеть искусством устанавливать «ролевую дистанцию». Социальная (ролевая) дистанция у Гофмана – это различие своих ролей и себя самого, которое позволяет разделить ролевую и личностную ипостаси, почувствовать, что личность – это нечто большее, чем задано ролью [5].

Подрыв основ Я является прямым результатом нынешнего разложения идентичностей и социальных ролей, которые некогда были четко определены. Как утверждает в своей книге «Машина, творящая богов» известный французский социолог С. Московичи, современная эпоха освободила человека от закрытости и однообразия, однако присущая ей открытость и разнообразие породили иную проблему – кризис идентичности. Все больше людей, стоя утром перед зеркалом, не уверены в том, кого же они в самом деле видят. Всего стало слишком много, все происходит слишком быстро, все стало непрочным, слишком много событий происходит одновременно.

Человек перестал быть целостно мыслящим и глубоко чувствующим индивидом и превратился в совокупность не согласованных и не связанных между собой языков, которые пытаются выразить его фрагментированное Я. Мы

имеем в своем распоряжении значительное количество потенциальных средств выражения нашего Я, ни одно из которых не является доминирующим, все равно «аутентичны», и перед лицом этих возможностей наше Я перестает быть каким бы то ни было Я. Современная культура «вымывает» индивида из привычных форм идентификации. Анализируя процесс личностного становления современного человека, можно увидеть, что его сознание становится «матричным», формируется под влиянием стереотипов, порожденных массовой культурой. Этот человек вливается в социальную галактику лишь для того, чтобы отбросить все свое особенное, сливаясь с «массой», утверждает С. Московичи [14, с. 441].

Утрата полноты отношений Я – Другой, характерная для эпохи массовой культуры, оборачивается кризисом персональной идентичности. Одной из причин этого кризиса является деформация межличностных отношений, их поверхностность и функциональность. Как справедливо отмечал Э. Мунье, «когда коммуникация ослабевает или нарушается, я глубочайшим образом теряю самого себя: все безумия происходят из неудачи отношений с другими, тогда alter становится alienus, а я в свою очередь становлюсь чуждым самому себе, отчужденным» [15, с. 41].

Кризис персональной идентичности в значительной степени обусловлен и тем, что в эпоху массовой культуры человек страдает не столько от присутствия Другого, сколько от его отсутствия. Другой нередко превращается в «виртуального Другого», который проявляется лишь через артефакты «иллюзорно-чувственной квазиреальности», фантомные объекты, лишенные онтологической основы.

**Выводы.** Подводя итог, следует отметить, что предложенный ракурс рассмотрения проблемы персональной идентичности позволяет дополнить качественную характеристику идентичности субъекта на основе его принадлежности к определенной этнической, национальной, социальной, культурной группе анализом ее глубинных оснований. Отношения Я – Другой, которые в значительной степени определяют характер социального поведения индивида, позволяют понять характер тех трансформаций, которые происходят в сфере социального и индивидуального бытия современного человека. Процесс обретения персональной идентичности в значительной мере обусловлен желанием и умением выстроить полноценные отношения с Другим. Именно эти отношения позволяют человеку обрести ценностные ориентиры своего бытия в «текучей современности». Благодаря Другому, человек осознает ценность и значимость своего Я и открывает в Другом такую же уникальную личность, обладающую чувством собственного достоинства и достойную уважения.

## СПИСОК ЛІТЕРАТУРЫ:

1. Бахтин М.М. Автор и герой в эстетической деятельности [Текст] / М.М. Бахтин. Эстетика словесного творчества / Сост. С. Г. Бочаров. – М.: Искусство, 1979. – С. 7-181.
2. Блинова О.А. Персональная идентичность в контексте отношения «Я-Другой»: автореф. дис. ... канд. филос. наук; 09.00.13 [Текст]. / О.А. Блинова. – Челябинск: ВПО «Уральский государственный педагогический университет», 2009. – 24 с.
3. Бодрийяр Ж. Прозрачность зла [Текст] / Жан Бодрийяр; пер с фр. Л. Любарской, Е. Марковской. – М.: Добросвет, 2000. – 260 с.
4. Гофман И. Анализ фреймов: эссе об организации повседневного опыта [Текст] / И. Гофман; пер. с англ. – М.: Институт социологии РАН, 2003. – 752 с.
5. Гофман И. Представление себя другим в повседневной жизни [Текст] / И. Гофман; пер. с англ. – М.: «КАНОН-пресс-Ц», «Кучково поле», 2000. – 304 с.
6. Жижек С. Интерпассивность. Желание: влечение. Мультикультурализм [Текст] / С. Жижек. – СПб.: Алетейя, 2005. – 156 с.
7. Жижек С. Похихикай мне, пожалуйста [Электронный ресурс] / С. Жижек. – Режим доступа: [www.vavilon.ru/textonly/issue12/zhizhek.html](http://www.vavilon.ru/textonly/issue12/zhizhek.html)
8. Ковалев О. А. Литературный персонаж в зеркале массовой культуры [Электронный ресурс] / О. А. Ковалев. – Режим доступа: [www.asu.ru/files/documents/00003412.pdf](http://www.asu.ru/files/documents/00003412.pdf)
9. Костомаров А.С. Маска как способ объявления лица в социокультурном пространстве [Текст]. / А.С. Костомаров; автореф. дисс. ... канд. филос. наук; 09.00.11 – Самара: Изд-во Самарского ун-та, 2006. – 26 с.
10. Кто кому гаджет? Алексей Бажов. Литературный дневник [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [www.stihi.ru/diary/slavupe/2013-07-27](http://www.stihi.ru/diary/slavupe/2013-07-27)
11. Кудашова Ю. Б., Шатунова Т. М. Желание как источник идентификации? [Текст] / Ю. Б. Кудашова, Т. М. Шатунова // Новые методы в решении фундаментальных проблем социальной философии: синергийная антропология: материалы Всероссийской научно-практической конференции, 19-20 ноября 2009 г. – Казань: Издательство «Познание» Института экономики, управления и права, 2009. – С. 321-323.
12. Левченко В. Смех как развлечение [Текст] / В. Левченко // Докса. Збірник наукових праць з філософії та філології. – Одеса: Одеський національний університет ім. І. І. Мечникова, 2006. – Вип. 9. – С. 137-142.
13. Малахов В.С. Неудобства с идентичностью [Текст] / В.С. Малахов // Вопросы философии. – 1998. – № 2. – С. 45-53.
14. Московичи С. Машина, творящая богов [Текст] / С. Московичи; пер. с фр. – М.: «Центр психологии и психотерапии», 1998. – 560 с.
15. Мунье Э. Персонализм // Французская философия и эстетика XX века. – М.: Искусство, 1995. – С. 105-215.
16. Рашкофф Д. Медиавирус. Как поп-культура тайно воздействует на ваше сознание [Текст] / Д. Рашкофф; пер. с англ. Д. Борисова. – М.: Ультра. Культура, 2003. – 368 с.
17. Сапогова Е.Е. «Легенды о себе»: к проблеме интерпретации личностных мифологем взрослых в психологическом консультировании [Текст] / Е.Е. Сапогова // Психологическая служба (Минск). – 2003. – № 2. – С. 88-102.
18. Сартр Ж.-П. Бытие и ничто: Опыт феноменологической онтологии / Ж.-П. Сартр; пер. с фр. – М.: Республика, 2004. – 639 с.
19. Тульчинский Г.Л. Постчеловеческая персоналогия. Новые перспективы свободы и рациональности [Текст] / Г. Л. Тульчинский. – СПб.: Алетейя, 2002. – 680 с.
20. Хайдеггер М. Бытие и время [Текст] / М. Хайдеггер; пер. с нем. – М.: Ad Marginem, 1997. – 451 с.
21. Хоркхаймер М., Адорно Т. Диалектика просвещения. Философские фрагменты [Текст] / М. Хоркхаймер, Т. Адорно; пер. с нем. М. Кузнецова. – М. – СПб.: «Медиум – Ювента», 1997. – 312 с.
22. Шапинская Е. Н. Образ Другого в текстах культуры: политика репрезентации [Текст] / Е. Н. Шапинская // Знание. Понимание. Умение. – 2009. – №3. – С. 51-65.
23. Шеманов А.Ю. Самоидентификация человека и культура: монография / А. Ю. Шеманов. – М.: Академический проект, 2007. – 479 с.

Статья поступила в редакцию 31.07.2014

## REFERENCES:

1. *Bakhtin, M.M.* Avtor i geroyj v ehsteticheskoyj deyatel'nosti (Author and hero in aesthetic activity). *Ehstetika slovesnogo tvorchestva*. Moscow, 1979. Pp. 7-181.
2. *Blinova, O.A.* Personal'naya identichnost' v kontekste otnosheniya «Ya-Drugoyj»: avtoref. dis. ... kand. filos. nauk; 09.00.13. (Personal identity in the context of relationships «I-Other». Philosophical Sciences abstr. diss.) VPO «Ural'skiy gosudarstvenniy pedagogicheskiy universitet». Chelyabinsk, 2009. 24 p.
3. *Baudrillard, J.* La transparence du mal; trad. du franc. L. Lyubarskoj, E. Markovskoj. Moscow, 2000. 260 p.
4. *Goffman, E.* Frame analysis: An essay on the organization of experience; trans. from engl. Moscow, 2003. 752 p.
5. *Goffman, E.* The Presentation of Self in Everyday Life; trans. from engl. Moscow, 2000. 304 p.
6. *Žižek, S.* Interpassivnostj. Zhelanie: vlechenie. Multikultjuralizm (Inter passivity. Desire: desire. Multiculturalism). St. Petersburg, 2005. 156 p.
7. *Žižek, S.* Pokhikhikaj mne, pozhalujsta (Snicker me please). Regime to access: [www.vavilon.ru/textonly/issue12/zhizhek.html](http://www.vavilon.ru/textonly/issue12/zhizhek.html)

8. *Kovalev, O. A.* Literaturnihy personazh v zerkale massovoy kul'turii (Literary character in the mirror of popular culture). Regime to access: [www.asu.ru/files/](http://www.asu.ru/files/).
9. *Kostomarov, A.S.* Maska kak sposob ob'nyavleniya lica v socio-kul'turnom prostranstve; avtoref. diss. ... kand. filos. nauk; 09.00.11 (Mask as the way to declare a person in socio-cultural space. Philosophical Sciences abstr. diss.) Samarskiy universitet, Samara, 2006. 26 p.
10. Kto komu gadzhet? Aleksey Bazhov. Literaturnihy dnevnik (Who is gadget? Alexey Bazhov. Literary diary) Regime to access: [www.stihi.ru/diary/slavnye/2013-07-27/documents/00003412.pdf](http://www.stihi.ru/diary/slavnye/2013-07-27/documents/00003412.pdf)
11. *Kudashova, Yu. B., Shatunova, T. M.* Zhelanie kak istochnik identifikatsii? (Desire as a source of identification?) *Noviye metody v reshenii fundamentalnykh problem social'noy filosofii: sinerzhnaya antropologiya: materialy Vserossiyskoy nauchno-prakticheskoy konferentsii, 19-20 noyabrya 2009 g.* Kazan', 2009. PP. 321-323.
12. *Levchenko, V.* Smekh kak razlichenie (Laughter as a distinction). *Doksa. Zbirnik naukovikh prac' z filosofii ta filologii.* Odessa, 2006. No. 9. PP. 137-142.
13. *Malakhov, V.S.* Neudobstva s identichnost'yu (The inconvenience with the identity). *Voprosy filosofii*, 1998, no. 2, pp. 45-53.
14. *Moscovici, S* La Machine à faire les dieux; trad. du franc. Moscow, 1998. 560 p.
15. *Mounier, E.* Personalism. Francuzskaya filosofiya i estetika XX veka. Moscow, 1995. Pp. 105-215.
16. *Rushkoff, D.* Media Virus: Hidden Agendas in Popular Culture; trans. from engl. D. Borisova. Moscow, 2003. 368 p.
17. *Sapogova, E.E.* «Legendy o sebe»: k probleme interpretatsii lichnostnykh mifologem vzroslykh v psikhologicheskom konsultirovanii («Legends of myself»: the problem of interpretation of personal myths in psychological counseling). *Psikhologicheskaya sluzhba* (Minsk). 2003, no. 2, pp. 88-102.
18. *Sartre, J.-P.* L'être et le néant: Essai d'ontologie phénoménologique; trad. du franc. Moscow, 2004. 639 p.
19. *Tulchinskiy, G.L.* Postchelovecheskaya personologiya. Noviye perspektivy svobodnykh i racional'nosti (Post-human Personology. New prospects of freedom and rationality). St. Petersburg, 2002. 680 p.
20. *Heidegger, M.* Sein und Zeit; trans. from germ. Moscow, 1997. 451 p.
21. *Horkheimer M., Adorno; T.* Dialektik der Aufklärung. Philosophische Fragmente; trans. from germ. M. Kuznetsov. Moscow – St. Petersburg, 1997. 312 p.
22. *Shapinskaya, E. N.* Obraz Drugogo v tekstakh kul'turii: politika reprezentatsii (The image of the Other in the texts of culture: the politics of representation) *Znanie. Ponimanie. Umenie.* 2009, no. 3, pp. 51-65.
23. *Shemanov, A.Yu.* Samoidentifikatsiya cheloveka i kul'tura: monografiya (Human self-identity and culture: monograph). Moscow, 2007. 479 p.

**Синькевич Ольга Борисовна** - кандидат философских наук, доцент  
Львовский национальный университет имени Ивана Франко, философский факультет  
Адрес: 79000, г. Львов, ул. Университетская, 1  
E-mail: [sinkevico@rambler.ru](mailto:sinkevico@rambler.ru)

**Sinkevych Olha Borisovna** - PhD in philosophy, associate professor  
Ivan Franko national university of Lvov  
Address: 1, Universitetskaya Str., Lvov, 79000  
E-mail: [sinkevico@rambler.ru](mailto:sinkevico@rambler.ru)