

УДК 7.011.3

Р 18

Костянтин РАЙХЕРТ

КОНЦЕПЦІЯ НЕОБХІДНОЇ СИМВОЛІЧНОЇ РОБОТИ П. ВІЛІСА

Згідно з П. Вілісом, культура – це поєднання необхідної фізичної та символічної роботи повсякденної людської діяльності. Необхідна фізична робота, насправді, це виробництво матеріальних об'єктів людської культури. Необхідна символічна робота – це природна потреба та необхідність людини виробляти та використовувати знаки і символи та значення і смисли, а також, необхідний символічний супровід необхідної фізичної роботи + виробництво ідентичностей і взаємних відносин між ними.

***Ключові слова:** символічна робота, символічна креативність, мистецтво, культура, естетика.*

***Актуальність проблеми та ступінь її розробки.** У книжці шотландського теоретика медіа Девіда Хезмондалша «Культурні індустрії» можна натрапити таке поняття, як «символічна креативність», з допомоги якого позначається процес, «загальний для усіх людських суспільств, – завдяки йому створюються символи – в основному тексти, звуки й образи» [3, 426]. У вказаній книжці Хезмондалш зізнається, що запозичив термін «символічна креативність» у британського соціолога та культуролога Пола Віліса. Віліс видав у 1990 р. роботу під назвою «Звичайна культура», в якій вперше запропонував поняття «символічна креативність». Пізніше низка дослідників підхопили цей термін: використання цього*

терміна можна натрапити у працях з культурології [10], соціології [4; 8], мовознавства та теорії дискурсу [12], економіки [7; 9]. До того ж використання поняття «символічна креативність» у цих працях завжди пов'язувалося з вивченням культури. Для того, щоб зрозуміти, наскільки поняття «символічна креативність» стало значущим у сучасних соціальних науках, достатньо вказати на той факт, що у хрестоматії з теорії повсякденного життя Бена Гаймора «The Everyday Life Reader» була розміщена компіляція з уривків із книжки «Звичайна культура» П. Віліса, спеціально присвячених символічній креативності. Розміщення компіляції у цій хрестоматії дуже важливе через те, що П. Віліс був у ній поставлений в один ряд із такими відомими вченими, як Зигмунд Фройд, Вальтер Беньямін, Мішель де Серто, П'єр Бурдьє та ін.

Водночас користувачі терміна «символічна креативність» зовсім проігнорували контекст, в якому П. Віліс увів в обіг словосполучення «символічна креативність». Річ у тому, що Віліс розглядав символічну креативність як необхідну частину повсякденної людської діяльності [14, 283] та пов'язав її з так званою «необхідною символічною роботою». Запропонована П. Вілісом концепція необхідної символічної роботи залишилася поза увагою дослідників символічної креативності та не отримала подальшого розвитку поза межами концепції самого Віліса. Проте треба відзначити, що концепція необхідної символічної роботи П. Віліса становить, як мінімум, інтерес для історії філософії (передусім для історії таких філософських дисциплін, як філософська антропологія, філософія культури та соціальна філософія) та соціальних наук (таких, як антропологія, культурологія, соціологія, економіка), як спроба пояснити схильність і здатність людини до створення знаків і символів, взагалі – до означування та символізації. Більше того, концепція необхідної символічної роботи може становити інтерес для прихильників соціології повсякдення та теорії практик, тому що в концепції Віліса йдеться саме про них.

Метою запропонованої розвідки є критичний огляд концепції необхідної символічної роботи, запропонованої Полом Вілісом.

Отже, П. Віліс розглядав символічну креативність як необхідну частину повсякденної людської діяльності [14, 283] та пов'язав її з необхідною символічною роботою (*necessary symbolic work*). За Вілісом, можна говорити про два види людської необхідної роботи (*humanly necessary work*). Через те, що перший вид Віліс ніяк не позначив, назву його «необхідною фізичною роботою»: «Необхідну роботу зазвичай розуміють як позначення для застосування людських здатностей, з використанням інструмента до сировини з метою виробництва товарів і послуг, які б задовольняли фізичні людські потреби (зазвичай мова йде про найману працю)» [14, 283].

Другий вид сам Віліс позначив як «символічну роботу» (*symbolic work*): «Це – застосування людських здатностей до символічних ресурсів і сировини (до набору знаків і символів – наприклад, до мови, текстів, пісень, фільмів, зображень і артефактів будь-якого виду) та з їхньої допомоги для виробництва смислів (*meanings*). Це – більше, ніж матеріальне виробництво, логічно йому передуює й є його умовою, хоча його “необхідність” призабута» [14, 283]. Проте, як стверджував Віліс, «необхідна символічна робота (*necessary symbolic work*) необхідна просто тому, що люди спілкуються (*communicating*), а не лише виробляють речі. Можливо, вони мають здатність спілкуватися (*communicative*) ще задовго до того, як вони мають здатність щось виробляти (*productive*). У той час, коли не все може бути вироблено, усе може бути передано через спілкування. *Усе*. Це – наша відмітна особливість як виду. І це – не просто формальні чи психічні якості, якими можна не користуватися. Лише через здійснення необхідної символічної роботи спілкування (= комунікація. – *уточнення моє. – К. Р.*) існує – і усі ми маємо змогу спілкуватися. Це – те, як ми виявляємо та виробляємо соціальну та динамічну природу нашої людяності» [14, 283 – 284]. Віліс вважав, що необхідна символічна робота пронизує усі галузі людської діяльності [14, 284]. Більше того, необхідна символічна робота є невід'ємною умовою людського повсякденного життя [14, 284]. Тут треба звернути увагу на те, що П. Віліс у своєму розумінні необхідної символічної роботи імпліцитно виходить із погляду на

людину (*Homo Sapiens* або *Homo Sapiens Sapiens*), як на *Homo Symbolicus* ('людина символічна' або 'людина, яка створює та користується символами') і *Homo Communicativus* ('людина, що спілкується' або 'людина, яка створює та користується комунікаціями'). Вочевидь для Віліса це є аксіомою, очевидністю, яка не потребує обґрунтування.

Є дещо, про що Віліс не говорить напямую, але можна вивести логічним шляхом: необхідна символічна робота нерозривно зв'язана з необхідною фізичною роботою, хоча би тому, що будь-який результат, рід чи вид, етап, елемент, процес фізичної роботи може бути в принципі пойменованим, приміром, з допомоги риторичних тропів і неологізмів. Так, наприклад, навіть просте забиття цвяха з допомоги молотка виявляється фізичним вираженням символічного за своєю природою бажання забити цвях з допомоги молотка, причому саме вміння забивати явно має символічний характер, тому що загалом саме це вміння ніяк зовні не виражене доти, доки людина не бере в руки молоток і цвях. Однак треба пам'ятати, що необхідна символічна робота не обмежена лише функцією супроводу необхідної фізичної роботи, хоча б тому, що людина має такі пізнавальні здібності, як пам'ять і уява, продукти яких (спогади та фантазії, наприклад) не завжди виражаються у зовнішніх для людини об'єктах.

П. Віліс виокремив чотири основні елементи необхідної символічної роботи:

- 1) мова як практика та символічний ресурс;
- 2) активне тіло (*the active body*) як практика та символічний ресурс;
- 3) драма як практика та символічний ресурс;
- 4) символічна креативність.

Кожний із цих названих елементів потребує пояснення. Першим елементом необхідної символічної роботи є мова: «Мова є основним інструментом, який ми використовуємо для комунікації. Це – найвищий спосіб упорядкування (*the highest ordering*) наших чуттєвих сприйнять світу та крайні засади наших очікувань і здат-

ностей їх контролю. Вона робить можливою взаємодію й спільність з іншими та дозволяє нам оцінювати наш вплив на інших та їхній на нас. Вона, таким чином, дозволяє нам ставати на місце іншого» [14, 284].

Другий елемент необхідної символічної роботи – це активне тіло: «Тіло – це місцезнаходження соматичного знання, а також набір знаків і символів (*a set of signs and symbols*). Воно – джерело продуктивної та комунікативної активності (*productive and communicative activity*) – означування, символізації та відчування (*signing, symbolizing, and feeling*)» [14, 284].

Третім елементом є драма (*drama*): «Комунікативна взаємодія з іншими не є автоматичною. Ми не вступаємо у комунікацію через дроти, які вкручені в наші черепи та протягнуті від голови до голови. Комунікація досягається завдяки ролям, ритуалам і діям, які ми робимо разом з іншими. Драматургічні компоненти символічного включають розмаїття невербальних комунікацій, чуттєві культурні практики та спільності. Вони включають танок, спів, жартування, розповідання, виконані в динамічних обставинах» [14, 284].

Для Віліса мова, активне тіло та драма є сировиною й інструментами [14, 284] – і це логічно, бо мова – це встановлена/прийнята система знаків і символів, драматургія – це встановлена/прийнята система дій у процесі комунікації, а тіло – це носій мови та драми й оператор комунікації. Тут сировина – це те, що раніше було названо «символічним ресурсом», а інструмент – це «практика». Але сировини й інструментів недостатньо для людської істоти; їй потрібно дещо більше – те, що об'єднало би усі згадані вище практики та символічні ресурси, а саме четвертий елемент необхідної символічної роботи, який Віліс назвав «символічною креативністю»: «Символічна креативність більше, ніж просто практика, діяння – чи та сутність, яка лежить в основі усіх практик. Вона – виробництво нових (якими незначними вони не були) смислів, в дійсності притаманних відчуттям, енергії, душевним хвилюванням і психічним поривам. Вона є основою впевненості у динамічній людській здатності – як реальної, так і потенційної, – діяти сві-

домо під час конкретних практик чи при активному посередництві (*mediation*); у якостях людської свідомості та в тому, як вона може бути у майбутньому розвинута з допомоги здійснення і застосування життєвих сил. Символічну креативність можна розглядати як приблизно еквівалентну тому, що всебічно й інклюзивно поняття прямих мистецтв може в себе включати (на противагу, звісно ж, теперішній винятковості “мистецтва”). Символічна креативність може бути індивідуальною та/чи колективною. Вона трансформує те, що забезпечує та допомагає виробляти специфічні форми людської ідентичності та здатності. Бути людиною – людське буття – означає бути креативним у сенсі перероблення світу для себе, як ми створюємо та шукаємо своє місце й ідентичність» [14, 284]. З наведених цитат можна зробити висновок, що символічна креативність є чинником самоактуалізації (самореалізації) особистості через створення значень і смислів, знаків і символів, способів їх розуміння та способів маніпулювання ними.

Тут треба зробити відступ від основного переказу концепції П. Віліса та зробити декілька зауважень. Перше зауваження стосується тих, хто займається символічною креативністю. Річ у тому, що П. Віліс у жоден спосіб не позначає тих, хто бере участь у символічній креативності, – зрозуміло, що це роблять люди. Проте у Д. Гезмондалша для позначення тих, хто залучений до символічної креативності, є спеціальне поняття: «творець символів» (*symbol creator*) [3, 426]. Використання цього поняття може бути корисним у тих випадках, коли треба підкреслити, що мова йде не просто про людей, а про тих, хто бере участь у символічній креативності.

Друге зауваження стосується самоактуалізації особистості. Самоактуалізація особистості може здійснюватися не лише завдяки символічній креативності, тобто створенню символів, але і завдяки символічному споживанню, тобто споживанню символів і знаків, значень і смислів, способів їх сприймати та розуміти. Символічне споживання виявляється не менш важливим, ніж символічна креативність, тому що символи та смисли для когось створюються.

Більше того, здатність і вміння споживати символи та смисли є також необхідним чинником для формування і вираження людської ідентичності, тому що людина здатна обирати, що вважати символом або смислом.

З другого зауваження випливає третє: по суті, символічна креативність і символічне споживання утворюють символічний обмін, тому що завжди під час комунікації є той, хто виробляє символи та смисли (комунікант), і той, хто споживає символи та смисли (комунікат). Причому тут дійсно здійснюється символічний обмін, тому що споживачеві так чи так потрібно включатися до символічної креативності, щоб розшифрувати символічне послання творця символів; споживач символів водночас є приймачем символів і смислів та творцем символів і смислів, бо він не завжди здатен точно відтворити символи й смисли, створені творцем символів.

Нарешті, четверте зауваження: у дійсності символічна креативність (як і символічне споживання, і символічний обмін, точніше – здатність до нього) – це сутність і здатність людини; вона робить можливою дієвість (дієву силу) мови, активного тіла та драми. У випадку мови символічна креативність дозволяє її використання як системи знаків і символів у конкретних ситуаціях (у термінології швейцарського лінгвіста Фердинанда де Соссюра це називається «мовленням», тобто конкретним використанням мови як знакової системи). Цей момент дуже важливий, адже дозволяє побачити, що символічні ресурсами, – це насправді системи знаків і символів, із яких у потрібний момент вибираються та використовуються ті чи ті знаки та символи для створення чи підтримки смислів, а символічна креативність – це конкретне використання цих знаків і символів і кінцевий результат. Тут можна провести таку аналогію: мова, активне тіло та драма – це синтаксис (звід правил, відповідно до яких робиться групування знаків і символів) і семантика (набір можливих значень знаків і символів), а символічна креативність – це прагматика (те, як у конкретних ситуаціях той чи той користувач створює знакові чи символічні ситуації відповідно до чинних правил групування знаків, виводячи на перший план кон-

кретне значення того чи того знака та, таким чином, утворюючи смисл). Отож, символічна креативність – це прагматична здатність, здатність до прагматики, сама собою здатність до дії.

Для Віліса було важливим розрізнення між «символічною креативністю» та «мистецтвом». Він уважав, що «ті, хто акцентує свою увагу на окремоті, піднесеності та зразковості (*quintessential*) “мистецтва”, насправді приймає та заохочує безглуздо вульгарний матеріалістичний погляд на повсякденне життя. Вони протиставляють свій погляд погляду “уявного” (*the imaginative*). Тому вони дивляться на повсякденне життя як на культурну пустелю. Уявлений символічний дефіцит (*the imagined symbolic deficit*) повсякденного життя у такому випадку, зі свого боку, відновлюється за допомогою звернення до безпричинного “уявного царства”, до “непотрібних речей”, до “мистецтва заради мистецтва”, до “соціальної надмірності”. Однак це не лише замкнено на самому собі, воно ще й нескладно. Це все одно, що намагатися змусити час рухатися швидше з допомоги прискорювання годинника. “Мистецтво” – це лише одна з галузей якісної символічної діяльності, один відсоток тих трансцендентальних цінностей, які оберігають людство. У той час, коли повсякденне життя вивільняється з допомоги її символічності, “мистецтво” гротескно набрякає, доки його пори пропускають чисту уяву (*imagination*). І лише від “мистецтва” може сходити культурна місія у банальність (*the humdrum*), приречена спроба врятувати маси. Ще раз: мистецтво виробляє культуру. Символічна культура починається, але не закінчується, в окремих артефактах. Уявне само собою легітимне» [14, 284]. Для Віліса було важливим, що уявне не є далеким від повсякденного життя, воно не залежить від вільного «мистецтва» [14, 284]. Уявне є «частиною “необхідності” повсякденної символічної та комунікативної роботи» [14, 284].

Віліс мав обережне та певною мірою марксистське розуміння поняття «мистецтво», тому що «мистецтво» мало справу з красою як якістю речей, а не з красою як якістю життєвої символічної діяльності (*living symbolic activities*) [14, 290]. Саме бачення краси

як якості речей робить «мистецтво» замкненою автономною галуззю, мабуть, яка формується експертами (мистецтвознавцями, знавцями чи критиками мистецтва) та потребує специфічного сприйняття творів мистецтва, яке має назву «смак», і тому здається занадто претензійною (звідси та пихата елітарна місія мистецтва з ушляхетнювання, освічення з допомоги прилучання до прекрасного та зі спасіння мас). Таке бачення «мистецтва» потребує особливої естетики. Починаючи з XVIII ст., поняття «мистецтво» й «естетика» розглядалися разом: під «мистецтвом» розумілися престижні, елітарні художні твори, а під «естетикою» – унікальний стан сприйняття цих творів [5, 43; 6; 11].

Мабуть, Віліс чудово розумів, що якщо мистецтво має свою естетику, то символічна креативність теж повинна мати свою. Тому він увів до обігу словосполучення «grounded aesthetics» «обґрунтована естетика». Віліс виходив з того, що «символічна креативність» «є абстрактним поняття, яке позначає людську здатність майже загальною. Вона існує, однак, у контекстах і, зокрема, в чуттєвих життєвих процесах (*sensuous living processes*). Для того, щоб ідентифікувати відокремлену динаміку символічної діяльності та трансформацію в конкретно названі ситуації, ми пропонуємо термін “обґрунтована естетика”» [14, 289 – 290]. Далі Віліс пояснив, що обґрунтована естетика – це «креативний (= творчий, *creative*) елемент у процесі, з допомоги якого смисли (*meanings*) приписуються символам і практикам і в якому символи та практики вибираються, перевибираються, висуваються на перший план і перегруповуються для того, щоб резонувати у подальшому з прийнятими відокремленими смислами. Така динаміка емоційна, але й пізнавальна (*cognitive*). Естетик існує стільки, скільки існує засад для них та їхньої роботи. Обґрунтована естетика – це дріжджі звичайної культури» [14, 290]. Обґрунтована естетика була потрібна Вілісу для того, щоб підкреслити, що символічна креативність відноситься до того, що Віліс сам називає «звичайною культурою» (*common culture*), у той час, коли мистецтво, пов’язане з «традиційною» естетикою, стосується до того, що Віліс називає «незвичайною культурою»

(*uncommon culture*) [14, 290]. Обґрунтована естетика – це конкретне сприйняття в конкретних ситуаціях реалізації символічної креативності. На відміну від мистецтва, символічна креативність не потребує заздалегідь заданої естетики, тобто заздалегідь сформованого сприйняття: «традиційна» естетика заздалегідь формує сприйняття твору мистецтва, – власне, завдяки цьому дещо і сприймається як твір мистецтва, а символічна креативність цього не потребує, – обґрунтована естетика має ситуаційний характер.

У зв'язку зі сказаним, виникає потреба прояснити, що Віліс розумів під поняттям «культура». За Вілісом, «культура» «позначає матеріально-символічні зразки (*materially symbolic patterns*) та пов'язані з ними практики людського смислу (*human meaning*), що виробляється в контексті, який не може бути зведений до відображення чогось іншого (*a reflex of something else*) – індивідуальної психології, “дискурсів” чи економіки» [15, 145]. Ось ці «матеріально-символічні зразки» дають припустити, що культура, насправді, це поєднання необхідної фізичної та символічної роботи, яка включає символічні ресурси та практики (мова, активне тіло, драма) та символічну креативність. Власне, це і є звичайна культура, тобто культура у найширшому сенсі цього слова. Мистецтво же має справу з незвичайною культурою, тобто з культурою у вузькому сенсі цього слова: фактично «культура» тут виявляється синонімом слова «мистецтво».

Віліс не обмежувався лише розкриттям змісту понять, які він сам же і створив. Він також намагався показати, що конкретно необхідна символічна робота та символічна креативність виробляють. Віліс виокремив три головні продукти необхідної символічної роботи та символічної креативності: «Перше та найбільш значуще це – те, що вони < необхідна символічна робота та символічна креативність. – *вставка моя.* – *К. Р.*> виробляють і відтворюють індивідуальні ідентичності – хто та що таке “Я” та ким і чим “Я” може стати» [14, 285]. Це уможлиблюється саме завдяки тому, що людина проробляє надзвичайну символічну роботу з допомоги

символічної креативності в процесі зіставлення «Я» з «Іншим» і відрізнення «Я» від «Іншого» [14, 285].

Другий продукт: «Символічна робота та креативність розміщують ідентичності серед великого цілого. Ідентичності не стоять окремо над історією чи поза історією. Вони співвіднесені у часі, просторі та речах. Це – символічна робота та креативність, які реалізують структурований колективізм індивідів так само, як їхні відмінності, які реалізують матеріальність контексту так само, як свій власний символізм» [14, 285]. Цим великим цілим можуть виступати раса, клас, гендер, вік тощо, взагалі соціальні групи, спільноти та суспільство в цілому.

І, нарешті, «третє, й останнє, символічна робота й особливо креативність розробляють і встановлюють наші активні почуття наших особистих життєвих можливостей, своїх здібностей, те, як вони можуть бути застосовані в культурному світі. Це – те, що робить діяльність та ідентичність минуцями та суто людськими. Це – динамічна та, тому, скріпна частина ідентичності. Це, на хвилиночку, очікування можливості застосування своїх здібностей у світі, щоб змінити його. Це – людська впевненість у майбутньому, в тому, що спільності можуть формуватися, незважаючи на розбіжності, а зразки поведінки (*patterns*) – незважаючи на відсутність кореляцій. Це – те, що уможливорює судження про те, хто друг, а хто – ворог; коли говорити, а коли – мовчати; коли йти, а коли – стояти. Однак це також пов'язано з формуванням (і сприяє цьому) взагалі стилів міркування, які передвіщають знаходження смислу життя особисто для тебе. Це також культурний смисл символічних форм – мов, образів, музики, стрижок, стилів, одягу – “труда”, найбільш економічно вигідного та креативного. Почуття культурної обізнаності про свої здібності та можливості – це те, що пов'язує “Я” з іншими та зі світом взагалі» [14, 285].

Як можна бачити, важливість необхідної символічної роботи, як і символічної креативності, полягає у тому, що саме завдяки їй формується людська ідентичність, її причетність до стосунків з

іншими ідентичностями та її поведінка в моменти взаємовідносин з іншими ідентичностями.

Висновки. Культура – це поєднання необхідної фізичної та символічної роботи повсякденної людської діяльності. Необхідна фізична робота, насправді, є виробництвом матеріальних об'єктів людської культури. Необхідна символічна робота – це природна потреба та необхідність людини виробляти та використовувати знаки/символи та значення/сенси; це необхідний символічний супровід фізичної роботи + виробництво ідентичностей і взаємовідносин між ними. Необхідна символічна робота як свої символічні ресурси («сировина») та практики («інструментів») використовує мову, активне тіло та драму (драматургію). Використання мови, активного тіла та драми уможливлується завдяки символічній креативності, тобто здібності людини виробляти та використовувати знаки/символи та значення/сенси взагалі. Певною мірою символічна креативність виявляється подібною до мистецтва. Лише символічна креативність має більш загальний і універсальний характер і бере участь у виробництві культури загалом; мистецтво виробляє свою, автономну культуру, яка є частиною культури взагалі. Так само, як мистецтво, символічна креативність потребує власної естетики – обґрунтованої естетики, яка, на відміну від «традиційної» естетики, не формує сприйняття твору мистецтва заздалегідь, а має ситуаційний характер (формується безпосередньо в конкретних життєвих ситуаціях).

Література

1. Боровинская Д.Н. Экономические и культурные основания креативности / Дарья Николаевна Боровинская // Вестник Томского государственного университета. – 2014. – № 388. – С. 47 – 53.

2. Пархоменко И.И. Экономика культуры как предметная область исследования практической культурологии / И.И. Пархоменко // Гілея : науковий вісник. – 2015. – № 95. – С. 205 – 209.

3. Хезмондалш Д. Культурные индустрии / Дэвид Хезмондалш ; пер. с англ. И. Кушнарёвой. – М. : Изд. Дом Высшей школы экономики, 2014. – 456 с. – (Исследования культуры).

4. Bennett A. Researching Youth Culture and Popular Music: a Methodological Critique / Andy Bennett // *The British Journal of Sociology*. – Vol. 53. – 2002. – № 3. – P. 451 – 466.

5. Brown S., Dissanayake E. The Arts are more than Aesthetics: Neuroaesthetics as Narrow Aesthetics / Steven Brown, Ellen Dissanayake // *Neuroaesthetics: Foundations and Frontiers in Aesthetics* / ed. M. Skov, O. Vartanian. – Austin : Baywood Publishing Company, 2009. – P. 43 – 57. – (Foundations and Frontiers in Aesthetics).

6. Davies S. The philosophy of art / Stephen Davies. – Malden, MA : Blackwell, 2006. – 252 p.

7. Elliot R. Symbolic Meaning and Postmodern Consumer Culture / Richard Elliot // *Rethinking Marketing: Towards Critical Marketing Accountings* / ed. D. Brownlie, M. Saren, R. Wensley, R. Whittington. – London : SAGE Publications LTD, 1999. – P. 112 – 125.

8. Glăveanu V.P. Creativity as Cultural Participation / Vlad Petre Glăveanu // *Journal for the Theory of Social Behaviour*. – Vol. 41. – 2011. – № 1. – P. 48 – 67.

9. Hesmondhalgh D. Cultural Industries / David Hesmondhalgh. – Thousand Oaks : SAGE Publications Ltd., 2012. – 480 p.

10. Jackson P. Towards a Cultural Politics of Consumption / Peter Jackson // *Mapping the Futures: Local Cultures, Global Change* / ed. J. Bird, B. Curtis, T. Putnam, L. Tickner. – London, New York : Routledge, 1993. – P. 207 – 228.

11. Shiner L. The invention of art: A cultural history / Larry Shiner. – Chicago : University of Chicago Press, 2001. – 352 p.

12. Thurlow C. Determined Creativity: Language Play, Vernacular Practice and New Media Discourse / Crispin Thurlow // *Discourse and Creativity* / ed. R. Jones. – London, New York : Routledge, 2014. – P. 169 – 190.

13. Willis P. Common Culture: Symbolic Work at Play in the Everyday Cultures of the Young / Paul Willis. – Boulder : Westview Press, 1990. – 165 p.

14. Willis P. Symbolic Creativity / Paul Willis // *The Everyday Life Reader* / ed. B. Highmore. – London, New York : Routledge, 2002. – P. 282 – 292.

15. Willis P. Twenty-Five Years on: Old Books, New Times / Paul Willis // *Learning to Labor in New Times* / ed. N. Dolby, G. Dimitriadis, P. Willis. – New York, London : Routledge Falmer, 2004. – P. 144 – 168.

Райхерт Константин. Концепция необходимой символической работы П. Уиллиса. Согласно П. Уиллису культура – это сочетание необходимой физической и символической работы повседневной человеческой деятельности. Необходимая физическая работа, по сути, это производство материальных объектов человеческой культуры. Необходимая символическая работа – это естественная потребность и необходимость человека производить и использовать знаки и символы и значения и смыслы. Необходимая сим-

волическая работа – это необходимое символической сопровождение физической работы + производство идентичностей и взаимоотношений между ними.

Ключевые слова: символическая работа, символическая креативность, искусство, культура, эстетика.

Raykhert Konstyantyn. P. Willis' Conception of Necessary Symbolic Work. According to P. Willis culture is a combination of necessary physical and symbolic work of everyday human activity. In fact, the necessary physical work lies in producing material things of human culture. The necessary symbolic work is a natural need and person's necessity to product and use signs, symbols and meanings as well as necessary follow-through of physical work plus production of identities and mutual relations between them.

Key words: symbolic work, symbolic creativity, art, culture, aesthetics.