

СОЦІАЛЬНЕ УЯВНЕ ЯК КАТЕГОРІЯ СОЦІОКУЛЬТУРНОГО ПІДХОДУ

Дана стаття присвячена концептуалізації поняття «соціальне уявне» як категорії соціокультурного підходу. Уява розглядається як особливий механізм конструювання соціокультурної реальності, а соціальне уявне, відповідно, як необхідна категорія її аналізу. Концептуалізація поняття «соціальне уявне» вибудовується за допомогою його співвідношення з центральними поняттями соціокультурного підходу, а саме «культурної форми» та «репрезентативної культури».

Ключові слова: уява, соціальне уявне, соціокультурний підхід.

Данная работа посвящена концептуализации понятия «социальное воображаемое» как категории социокультурного подхода. Воображение рассматривается как особый механизм конструирования социокультурной реальности, а социальное воображаемое, соответственно, как необходимая категория её анализа. Концептуализация понятия «социальное воображаемое» выстраивается посредством его соотношения с центральными понятиями социокультурного подхода, а именно «культурной формы» и «репрезентативной культуры».

Ключевые слова: воображение, социальное воображаемое, социокультурный подход.

The paper is dedicated to conceptualization of notion «social imaginary» as a category of sociocultural approach. Imagination is considered as particular mechanism of sociocultural reality construction, and «social imaginary» is understood as a necessary category of its analysis. The conceptualization of «social imaginary» notion is carried out through the correlation with basic notions of sociocultural approach such as «cultural form», «representative culture».

Key words: imagination, social imaginary, sociocultural approach.

Соціокультурний підхід

Зв'язок між соціумом та культурою належить до класичних тем вивчення у соціальних науках. Упродовж «біхевіористської революції» у післявоєнний час (йдеться про Другу світову), соціальні вчені усвідомили обмеженість гранд теорій як засобу аналізу соціально-політичних змін. Методологічні перепони та дебати з приводу обмеженості теоретичної перспективи не лишили сумнівів стосовно валідності гранд теорій. Дослідники сфокусувались на віруваннях та цінностях людей різних соціальних спільнот, від «примітивних» до індустріальних. Теорії середнього рівня, які сконцентрувались на вивченні окремих феноменів культури та соціальних процесів, головним чином, у політичній перспективі, зайняли місце метатеоретичних пояснень. Суспільство та культура з'являються в аналізі у контексті факторів політичної участі, конфігурації влади або політичного режиму, іншими словами, політичної культури певних суспільств («political culture approach»). Вивчення політичної культури активізується на прикладах Сполучених Штатів та Західної Європи. Культурний аналіз інших

суспільств мав меншу цінність, але слугував головним інструментом для антропологів, етнологів та культур-соціологів.

Упродовж 1970-80-х рр. студії політичної культури зустріли жорстку критику, їх популярність серед соціологів та політичних дослідників різко знизилася. Хоча на сьогодні вчені (наприклад, Ян Кубік) відмічають тенденцію повернення інтересу до цього підходу (його використовують М. Аранофф, Л. Ведін, М. Березін, Р. Інглехарт, Д. Лейтін, Р. Вілсон) разом з повномасштабним переглядом ролі культури в соціальній теорії (А. Нортон, А. Свідлер, Бонель та Гант, Чабал та Делоз), культурній антропології (Страус та Квін), теорії ігр (Д. Лейтін, Фіджердо та Венгаст), економіці (А. Сен, Р. Велтон), і також у студіях глобалізації та транснаціоналізації (А. Аппадурі) [20]. Інтерес до культури призвів до безповоротних змін у багатьох дисциплінах соціогуманітарного знання, спричинивши так званий «культурний поворот».

Складні та багатомірні відносини між соціумом та культурою вивчено з багатьох перспектив. Ми зупиняємось на соціокультурному підході. Цей

підхід не належить певній гуманітарній дисципліні, а вбирає в себе напрацювання багатьох з них: соціології, антропології, політичної науки, історії, постколоніальних студій та економіки, тому це, радше «специфічний науковий напрям, який розвиває та розширяє можливості наукового пізнання у сучасних умовах» [12, с. 108].

Фундаментом для обґрунтування соціокультурного підходу в соціології стала культурно-аналітична традиція. Вона, у свою чергу, сформована концепціями розуміючої соціології М. Вебера, символічним інтернаціоналізмом, феноменологічною соціологією [12]. Усі вони ставлять на перше місце гетерогенність, множинність соціального життя та його спорідненість, «безшовне з'єднання» з культурою (Ф. Тенбрук). Соціокультурний підхід є багатовекторним вивченням та інтерпретації живого досвіду людей.

Виділимо п'ять важливих принципів розуміння культури в перспективі, яку пропонує соціокультурний підхід:

- 1) культура є водночас феномен семіотичний та психосоціальний;
- 2) культура як ресурс та, разом з тим, примус до соціальної дії;
- 3) культура може бути вивчена на індивідуальному та колективному рівнях;
- 4) культура як реальне життя спільноти, а не аналітична категорія спостерігача;
- 5) культура як система значень та (соціальна) практика.

Для того, щоб пояснити будь-яке явище чи процес у житті спільноти, необхідно специфікувати зв'язок між культурою, суспільством і індивідом, а це значить розглянути певний феномен крізь призму «соціокультурної тріади» (за Пітірімом Сорокіним) [13].

Для нас ця настанова означає необхідність інтерпретації повсякденних взаємодій і практик індивіда, з одного боку, та об'єктивних соціальних систем, з іншого – у взаємозв'язку та взаємобумовленості з певним культурним середовищем. Трактують культуру, в такому разі, не обмежуються лише визначенням культурного фактору політики. Тепер ми можемо сказати, що суспільство (у формі соціальних структур та інститутів), культура (за допомогою значень, смислів, символів та норм) і особистість як актор є трійністю в єдності і єдність в трійності. Коли ця єдність домінує в аналітичному підході, наші пізнавальні «окуляри» наведені в унікальне положення, яке дає можливість інтерпретації культури вже не тільки і не стільки як придатка соціального / політичного життя, але соціокультурної реальності.

Використання даної теоретико-методологічної матриці змушує по-іншому опрацювати існуючі поняття, неминує викликаючи їх модифікацію, яка відображає особливості соціально-історичного розвитку та соціокультурної ситуації певного місця.

Це нове опрацювання можливо завдяки введенню у аналіз основних категорій соціокультурного

підходу, а саме поняття «культурної форми» та «репрезентативної культури».

Поняття репрезентативної культури було запропоновано німецьким філософом Фрідріхом Тенбруком в 1970-90рр. XX століття. Тенбрук пише: «культура є соціальним фактом остільки, оскільки вона є репрезентативною культурною, тобто виробляє ідеї, значення і цінності, які дієві в силу їх фактичного визнання» [12]. Юлія Сорока, розвиваючи цю ідею як центральну для традиції соціокультурного аналізу, аргументує значимість цього поняття через положення про те, що «... суспільство існує лише в культурній репрезентації. Соціальні структури та інститути, система статусів існують і функціонують, оскільки втілюють представлені в культурі ідеї, значення та цінності ... Розуміння культури як репрезентативної дозволяє операціоналізувати ідею соціокультурної єдності, не протиставляючи культуру і суспільство» [12, с. 117].

Концепція культурної форми, представлена у працях соціолога культури Леоніда Іоніна, дозволяє охопити культуру, втілену в житті конкретної соціальної спільноти. «Культурна форма, пише Ю. Сорока – послідовник та критик ідей російського колеги, це культура групового життя» [12, с. 118]. Центральною ідеєю тут виступає єдність зовні спостережуваних і внутрішніх аспектів культурної форми: з одного боку, ритуалів, інститутів, норм поведінки, і ідей, значень, цінностей, з іншої. Культурна форма виявляється кінцевим джерелом значень, вона вибудовує межі будь-якої соціальної дії, процесу чи феномену.

Разом з тим використання даного інструментарію не надає соціокультурному підходу цілісності і завершеності. Для адекватної інтерпретації соціокультурної природи феноменів людського життя недостатньо заявити, що репрезентативна культура знаходить себе в соціальних відносинах, в об'єктах, які ми продукуємо і споживаємо, іншими словами, в культурній формі, що є статичним колективним уявленням, яке детермінує імовірні конфігурації сприйняття та траєкторій дії. Але як пояснити породження нового та культурні зміни?

У повсякденному житті, у процесі незлічених комунікацій і взаємодій, рівнозначна як сила примусу, так і можливість творчості. Традиція та зміна – саме на їх балансуванні тримаються цивілізації. Рішуча трансформація принципів призводить до знищення попередніх соціальних конструкцій і появи нової світобудови. Консервативний опір оновленню призводить до стагнації суспільства, воно втрачає здатність саморегулювання і регенерації. Жити так, щоб і не знищувати повністю, постійно заново відбудовуючи руїни, і не загинувати в болоті суспільних норм, не спрацьовує. Аналізувати та критикувати реальність або відшуковувати нереальне, передбачати можливість «чогось» існувати, між мисленням та уявою – в такому ходінні по тонкому канату між

протилежностями і полягає майстерність повсякденної соціальної практики.

Отже, у розпорядженні індивіда виявляються дві стратегії соціальної творчості і культурних змін: критичне мислення розвінчує застарілі норми, демаскуючи їх неспроможність і невідповідність умовам сьогодення (цю стратегію було блискучо озвучено в класичній соціології, особливо марксистського напрямку), а уява створює нові культурні пласти і соціальні конвенції, демонструючи, яким може бути світ, на відміну від того, що існує.

Оскільки феномену мислення та його квінтесенції, раціональній дії, в історії соціально-філософської думки було відведено достатньо багато уваги, пропонуємо детальніше розглянути феномен уяви.

Філософія уяви

Сучасні археологи, спираючись на останні дослідження в нейрофізіології, пов'язують із властивістю уявляти успіх «homo-sapiens» як виду серед інших тварин [10]. У певній мірі справедливий тезис, що людина починається з думки «якщо». Старт людської цивілізації, в такому разі, припадає на час, коли когнітивна операція «умови» була прикладена до дійсності у напрямку досягнення двох базових феноменів людського буття – часу та смерті. У відповідь на це, людина уявляє образи, які протистоять або заміщають ці феномени. Смерть у людській культурі – це ситуація відсутності уяви, коли не має нічого іншого. У такому випадку, культура – це засоби та форми уявлення смерті та часу. Різноманіття культур – у різниці їх уявлення.

Отже, ми наполягаємо на розумінні уяви не лише як здібності «зобразити», надати вид, як *imagination* (з акцентом на «*image*»), а й можливість творчості як *fantasy*. Фантазія (творча уява) – це психічна діяльність, яка виражається у створенні, моделюванні, комбінуванні уявлень та когнітивних ситуацій, які ніколи в цілому не сприймалися людиною у дійсності [5]. Використовуючи термін «продуктивна уява», російський філософ Ю. Бородіна за тим самим принципом розмежовує уяву як засіб програвання, тобто репрезентації та уяву як вихід за межі реального. Продуктивна уява оперує образами того, що доти не існувало та має суто суб'єктивний характер [4].

Таким чином, уява означає:

- 1) уявлення, поняття про щось, тобто репрезентацію знання;
- 2) здатність мислити образами, поряд з логосом;
- 3) домисел, плід фантазії, щось нереальне, призрачне [6].

Ці характеристики пов'язують уяву з іншими когнітивними здібностями людини: мисленням, сприйняттям і пам'яттю.

Уява дозволяє вийти за межі можливого, тобто реального, з метою пропозиції нового і зміни старого (традиційного). Процедура оновлення

радикально нелінійна, біфуркаційна. По відношенню до соціальної реальності це стосується «перспектив розвитку», тобто «забігання наперед» та вгадування «на кінчиках пальців». Тоді і треба говорити про магічність художнього твору, запевняє Е. Морен, коли воно може детонувати уявне, завдяки афективній перцепції. Більше того, тільки в цьому випадку вторгнення естетичного уявного у твір мистецтва він (твір) і може відбутися як такий [11].

У підсумку онтологія уяви приводить нас до усвідомлення обмеженості постмодерної логіки, з притаманною їй операцією «деконструкції» (Ж. Дерріда), та приближення до свого роду «неоромантизму» – потенціалізації як нової методології соціальних наук [9; 14]

Соціальне уявне

Введення феномена уяви в соціологію стало можливе завдяки розробці концепції соціального уявного (фр. – *imaginer*) французьким соціологом Жільбером Дюраном [17; 18]. Вона не є черговим «науковим поворотом», але еволюційним аналітичним надбанням, яке має коріння в поняттях «сакрального» Р. Отто, «колективного несвідомого» К. Юнга, «оніричного простору» Г. Башляра, «міфу» К.-Л. Стросса, але перші тези соціології уяви ми можемо віднайти ще у працях Платона, Р. Декарта, І. Канта та Е. Гуссерля. Для усіх них поняття вже не є знаком, який вказує на предмет безпосередньо. Для будь-якої знакової системи (мова, кіно, архітектура тощо) завжди присутнє викривлення реальності. Соціолог вивчає те, як вибудована структура тексту, розгадує образ візуального символу, архітектурної споруди для того, щоб зрозуміти, що в дійсності малося на увазі – що є референт. Тоді, наприклад, «чорнила, почерк, печатки є не просто атрибутами документу, в них втілено уявлення про канцелярію, адміністративну владу», – пише сучасний історик Жак ле Гофф у відомій книзі «Уявний світ Середньовіччя» [8].

У цьому контексті важливим є питання щодо принципів створення, функціонування та оновлення колективних образів у культурі й суспільстві. Саме тому необхідним виявляється використання поняття соціальне уявне. Нижче ми обговоримо те, чому соціальне уявне не менш важливе, ніж поняття культурної форми та репрезентативної культури.

Для того, щоб зробити це розмежування більш наочним, звернемося до класичного сосюрівського поділу означуваного й означника. У лінгвістичному аналізі знак має два елементи, означник (експресія, звук-образ) і означуване (зміст або концепт). У той час коли означник відсилає до символу як такого, кожному символу, у свою чергу, необхідний образ, щоб відобразити реальність. Ми маємо звернути увагу на це розрізнення, оскільки іноді те, що означає, відсилає до конкретного образу, у разі конкретних предметів (скажімо, дерево), але у випадку абстрактних концептів таких як свобода або демократія ми не в змозі зіставити зміст і його

образ як щось рівне в інтерпретації для різних акторів. У даному контексті уява завжди надає можливість розпізнавання (уточнення, визначення) між групами завдяки обговоренню, диспуту чи спору. Тому поняття уявного доповнює поняття культурної форми та робить інтерпретацію процесу культурних змін більш ситуативною.

Французький соціолог Мішель Маффесолі, чия робота цікава в контексті вивчення динаміки повсякденного життя на противагу теоріям продовження проекту Просвітництва і примату раціонального розуму, також стверджує, що уява відіграє першорядну роль у практиці повсякденного життя. У своїй найвідомішій книзі «Час племен» [20], М. Маффесолі підкреслює, що уявне це те, що дає силу утопії. Те, завдяки чому можливе перетворення соціального, оскільки соціальне уявне, колективне конструювання образів, легенд чи історій, дає життя новим культурним формам у символічній площині.

Соціальне уявне («social imaginary») – важлива ланка в теорії Маффесолі. Він розвиває ідеї свого вчителя, культурного антрополога Жільбера Дюрана, який працював над розвитком «симбології» – науки, яка заснована на твердженні, що сфера уявного та сфера мислення є взаємопов'язаними та рівноправними. Ми мислимо, зауважував Дюран, як категоріями мови, так і за допомогою образів [18, с. 80]. «Символічне уявне» Дюрана – це інструмент проникнення за межі можливого, за допомогою якого ми здатні творити сенс та значення [18, с. 82]. Ця думка є опозицією структуралізму, фрейдизму та історизму. Універсальні структури символічного уявного лежать в основі плюралізму культур, але перед нами, пише Дюран, завжди постає «проблема символу – це проблема експресії імманентності самого символізуючого». Тут мова йде про опосередкованість, отже, нетотожність; знак – це завжди неповна об'єктивність, він не може охопити предмет цілком. Це завжди двозначність та амбівалентність. Ми кажемо «уявне», коли існуючий символ наповнюється іншим смислом, протилежним від його «нормального», чи канонічного змісту.

Уявне має використовуватись символічним і не тільки для того, щоб знайти собі репрезентацію, але й для того, щоб перейти від віртуального до чогось більшого. Мова йде про радикальне уявне, спільного коріння фактичного та символічного уявного.

Вирішальний вплив уявного на символічне може бути зрозумілий, виходячи з наступного міркування: символізм передбачає можливість встановлення між двома термінами постійного зв'язку. Але лише у виключних випадках ці три елементи (означник, означуване та з'єднання) підтримуються одночасно і в єдності, і в роз'єднаності. Інакше кажучи, символічні відносини мають застиглий зв'язок означника та означуваного, символу з предметом, відповідний їх природі виникнення, тобто у фактичному уявному – соціальній репрезентації.

«Соціальне уявне» – це шлях означування соціокультурних феноменів у процесі дискурсивної взаємодії, в ході якої відбувається так би мовити «тестування», реформування змісту релевантних значень та міфів (від понять естетики в мистецтві до дефініцій демократії в політичних науках). Тому, використання концепту «соціального уявного», обґрунтована необхідністю вловити динаміку соціального життя, на противагу поняттям «стереотип», «соціальна роль», «стиль» та інших складових культурної форми.

Також концепт «соціальне уявне» пояснює чому соціальні групи діють та підтримують єдність навіть у тих випадках, коли вони дислоковані, розпорошені у просторі та часі [20]. «Уявне – опосередковує та обґрунтовує колективний зв'язок, який скріпленний уніфікованими віруваннями та звичаями, – констатує Бенедикт Андерсон у своїй відомій праці «Уявні спільноти»⁵ [1].

Інший французький мислитель грецького походження Карнеліус Касторіадіс у своїй книзі «Уявне встановлення суспільства» [7] також приділяє концепції уявного важливе значення. К. Касторіадіс відомий як політичний активіст, теоретик революції, економіст, соціолог, радянолог, філософ, психоаналітик, але, перш за все, його ім'я пов'язане з філософією соціального уявного. Уявне Касторіадіса безпосередньо пов'язано з уявленнями як елементарним поняттям психічної реальності Зігмунда Фрейда. Уявлення, для Касторіадіса, – творіння уявного світу. Уявлення містить два вектори – афективний та інтенціональний, що представляє бажання або мрію. Людина здатна формувати представлення у відповідності зі своєю уявою і бажаннями. Уявне Касторіадіса не співпадає з таким Жака Лакана, лаканівське уявне генетично пов'язане зі стадією дзеркала, «є чимось іншим відображенням; побічним продуктом платонівської онтології» [7, с. 9]. Особистість, за Ж. Лаканом, складається з трьох сфер: реального, символічного і уявного. Остання формується на основі ефекту впізнавання, вона регулюється міжособистісними відносинами. «Сфера уявного – це завжди діалектика самості і фігури Іншого» [21, с. 32]. Для Касторіадіса уявне не може виходити з образу в дзеркалі або погляду Іншого; скоріше, «саме дзеркало, можливість його існування та Інший як дзеркало суть творіння уявного як творчості» [7, с. 142]. Уявне – не образ чогось, воно «є безперервна, по суті своїй необумовлена творчість (як суспільно-історична, так і психічна) символів/ форм/ образів, які тільки й можуть дати підставу для висловлення «образ чогось». Те, що ми називаємо «реальність» і «раціональність», суть результати цієї творчості» [7, с. 124]. У якомусь сенсі, соціальне уявне більш реальне, ніж сама «реальність», і апогею свого

⁵ Уявні спільноти – буквально уявне спільне, це не ідея, яка отримана шляхом розмірковувань, пояснює Б. Андерсон, але розмірковування, якому передують практика, дистильована у форму інтенсивного ціннісного уявлення [1].

панування воно досягає в нинішню епоху, одержиму ідеєю раціональності та ефективності. Соціальне уявне відрізняється здатністю створювати щось нове, радикально нове, те, що неможливо вивести з попереднього досвіду.

Актуалізувавши поняття соціальне уявне як рівнозначного до репрезентативної культури (Ф. Тенбрук) та культурної форми (Л. Іонін, Ю. Сорока), нам потрібен підхід, який з'єднає важливість феномену уявного з динамікою групового життя і пов'язує їх з соціальною практикою. Комбінація понять «спільного», нормативних очікувань, цінностей, ідей, когнітивних карт, всього того, що спільнота використовує для встановлення та / або перегляду порядку в їхньому житті, тобто вмісту та можливостей соціального уявного допоможе у вирішенні цього завдання.

Цю комбінацію здатен охопити саме соціокультурний підхід, який дозволить нам сформулювати ключові моменти дослідження соціальних феноменів, прогнозування та детонації культурних змін певних топосів повсякденного життя суспільства, за допомогою інтерпретації його соціального уявного.

Як приклад, розглянемо зміни, які відбуваються у засобах сприйняття або бачення такого соціокультурного феномену, як «місто». Еволюція поняття «місто» може бути проаналізована як процес змін у його метафоричності. Місто, у свою чергу, виступає як центральне або первинне соціальне уявне (місто ніколи не може бути досягнуто нами безпосередньо, воно постає як соціальний факт, тобто спільна уявна цілісність), яке сполучається з уявними значеннями, автентичними певній епосі або соціальному класові. Олена Трубіна вирізняє п'ять варіацій гри з метафорами міста, присутніх у дискурсі урбаністики, культурної географії та соціології міста:

Місто як базар. Це значення породжує у соціальному уявному міста образ багатства можливостей та активності;

Місто як джунглі. Уявлення міста пов'язане з образами небезпеки та хрупкості. У місті виживає сильніший;

Місто як організм. Цілісність, спільне благо. Розуміння міських жителів, їх культурного різноманіття крізь призму ідеї автономного організму та її використання для соціальної сегрегації та виключення. Поява соціального уявного нетрів як рознощика фізичних, моральних та соціальних аномалій та хвороб;

Місто як машина. Уявлення міста як самостійного начала, що розвивається, в чийй основі його серце – завод. Спроектований групою людей для отримання прибутку;

Місто як бренд. Сучасне соціальне уявне міста як такого, що займається власною «розкруткою», маркетингом самого себе [15].

Звичайно, ми не можемо з впевненістю стверджувати що ці соціальні уявні міста відповідають соціальній динаміці повсякденного життя, вони, радше є шляхами розуміння та сприйняття міста в науковій спільноті та культурній політиці державних органів управління, в той час як повсякденність містить набагато ширший набір засобів уявлення міста.

Так само, простір Інтернет ми можемо розглядати з позиції як найменше п'яти соціальних уявних кіберпростору. Інтернет може інтерпретуватись за допомогою уявного значення – ринок – як місце пропозиції та споживання; для соціальних рухів та громадських об'єднань як простір участі та організації; для хакерів як простір свободи; для звичайного користувача як місце самопрезентації та спілкування; нарешті, для офіційної влади Інтернет може розглядатися як адміністративний простір вираження встановлених ідей, пропагування ідеології [19]. Усі ці трактовки є соціальними уявними Інтернету, бо вони впроваджені різними групами людей як реальні та діючі засоби.

Кожна людина, входячи до Інтернет, намагається використовувати його залежно від соціального уявного, яке вона застосовує в залежності від того з якою практикою вона ідентифікує Інтернет. Це положення породжує важливе питання відносно поняття «практики» для соціального уявного [23].

Висновки

Соціальне уявне – це не пасивна інстанція, яка невірно відображає соціальну реальність, а навпаки – активна, сенсо-логоутворююча і одночасно така, що конститує саму соціальну реальність, сам світ. Усе це не просто філософська чи психоаналітична конструкція, але категорія, яка може бути застосована в соціологічних дослідженнях. Якщо застосувати соціокультурний підхід до аналізу соціального уявного суспільства, ми отримаємо цілковито новий погляд на традиційні поняття соціально-політичного та повсякденного життя. У такому випадку, утопії, ідеали, соціальні фікції та ілюзії; раціональні проекти організації суспільного життя, формування колективних репрезентацій; етнічні типи уяви; конфліктологія етнічних конфліктів; підстави футурології; іміджмейкерство; політичне куміротворення і відношення до соціальних ідолів – ці та інші конструкти, і види культурного експериментування отримують відразу три ступені інтерпретації. По-перше, як культурний феномен (значення, цінність, сенс), по-друге, як соціальний факт, і, по-третє, як елемент або практика повсякденної взаємодії, виведених гігантським світом уявного.

Соціальне уявне визначається у практиці та дії суспільства, що розглядається як організуючий смисл людської поведінки та соціальних відносин незалежно від своєї присутності «у свідомості» цього суспільства.

ЛІТЕРАТУРА

1. Андерсон Б. Воображаемые сообщества [Электронный ресурс] / Бенедикт Андерсон. – Режим доступа : http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Sociolog/anders/index.php
2. Бауман З. Мыслить социологически / Зигмунт Бауман / учеб. пособие; пер. с англ.; под ред. А. Ф. Филиппова ; Ин-т «Открытое о-во». – М. : Аспект-Пресс, 1996. – 255 с. – (Открытая книга – открытое сознание – открытое о-во. Прогр. «Высш. Образование»)
3. Башляр Г. Избранное : Поэтика пространства / Г. Башляр ; пер. с франц. – М. : «Российская политическая энциклопедия» ОССПЭН), 2004. – 376 с. (Серия «Книга света»).
4. Бородина Ю. А. Эвристическая ценность продуктивного воображения / Ю. А. Бородина // Материалы II межвузовской научной конференции Центра онтологического исследования воображения. – СПб. : Санкт-Петербургское философское общество, – 2002. – С. 112–125.
5. Даль В. И. Толковый словарь живого великорусского языка [Электронный ресурс] / И. В. Даль. – Режим доступа : <http://vidahl.agava.ru/>
6. Каган М. С. Воображение как онтологическая категория / М.С. Каган // Виртуальное пространство культуры. – СПб. : Санкт-Петербургское философское общество, – 2000. – С. 71–74.
7. Касториадис К. Воображаемое установление общества / Карнелиус Касториадис. – М. : Гнозис, Логос, 2003. – 480 с.
8. *Ле Гофф Ж. Средневековый мир воображаемого / Жак ле Гофф. – М. : Прогресс, 2001. – 440 с.*
9. Миллс Ч. Р. Социологическое воображение / Чарльз Райт Миллс М. : Издательский Дом NOTA VENE, 2001. – 350 с.
10. Мерцанов В. Логика антропогенеза. Происхождение человека / Виктор Мерцанов. – СПб. : Алетейя, 2006. – 296 с. – («Мир культуры»).
11. Морен С. Эстетическое воображаемое и партиципации [Электронный ресурс] / Э. Морен // Психология. – Режим доступа : <http://psy-web.ru/2010/01/14/moren-e-esteticheskoe-voobrazhaemoe-i-participacii/>
12. Сорока Ю. Г. Видеть, мыслить, различать: социокультурная теория восприятия / Сорока Ю. Г. – Х. : ХНУ ім. В. Н. Каразіна, 2010. – 336 с.
13. Сорокин П. А. Родовая структура социокультурных явлений / П. А. Сорокин // Сорокин П. А. Человек. Цивилизация. Общество. – М.: Политиздат, 1992. – 543 с.
14. *Сербина А. В. Понятие возможного как основа развития науки и искусства / А. В. Сербина // Материалы II межвузовской научной конференции Центра онтологического исследования воображения. – СПб. : Санкт-Петербургское философское общество, 2002. – С. 45–56.*
15. Трубина Е. Джунгли, базар, организм и машина: классические метафоры города и российская современность [Электронный ресурс] / Неприкосновенный запас. – 2 (70). – 2010. – Режим доступа : <http://magazines.russ.ru/nz/2010/2/>
16. *Романенко Ю. М. Реальность мифа / Ю. М. Романенко // Метафизические исследования. Выпуск 3. История. Альманах Лаборатории Метафизических Исследований при философском факультете СПбГУ. – СПб. : Изд-во «Алетейя», – 1997. – С. 355–358.*
17. Durand, G 1986, *Wyobrażenia symboliczna*, Państwowe Wydawnictwo Naukowe, Warszawa.
18. Durand, G 1988, Fondements et Perspectives d'une philosophie de l'Imaginaire [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.religiologiques.uqam.ca/no1/fondements.pdf>
19. Estelles, IS 2009, 'The sociological reformulation of Laclau's social imaginaries', in *The Essex Graduate Journal of Sociology*, Volume 9, November 2009, pp. 34–44.
20. Kubik, J 2008, 'Ethnography of Politics: Foundations, Applications, Prospects, in *Political Ethnography: What Immersion Contributes to the Study of Power*, Edward Schatz, ed., University of Chicago Press.
21. Lacan, J 1990, 'Imaginary Fusion', in *Gender, Identity and Production of Meaning*, Westview Press, Inc., 221 p.
22. Maffesoli, M 1996, *The Time of the Tribes. The Decline of Individualism in the Mass Society*, SAGE Publications, London, Thousand Oaks, New Delhi.
23. Swidler, A 1986, Culture in Action: Symbols and Strategies, *American Sociological Review*, Vol. 51 (April: 273–286), pp. 273–286.

Рецензенти: Хижняк Л. М., д.соц.н., професор;
Гавеля В. Л., д.філос.н., професор.

© Заєць Д. О., 2011

Дата надходження статті до редколегії 30.09.2011 р.