

УДК 130.2:165.18

Кандзюба М.О. – канд. культурології,  
ст. викл. Східноукраїнського нац. ун-ту  
ім. Лесі Українки

## ЕВОЛЮЦІЯ КУЛЬТУРНИХ РОЛЕЙ ПОВСЯКДЕННОЇ РЕЧІ

*Постановка наукової проблеми та її значення.* Буття людини в культурі реалізується, передусім, предметно, через речі, які вона створює і серед яких живе. Кожна, навіть найбуденніша, на перший погляд, річ, наділена своєю поетикою, а у взаємодії з іншими утворює нове смислове поле. Освоєння, вкорінення людини у світі відбувається через близькі нашому серцю речі з самого дитинства. Непомітна дрібничка стає багатозначним сакральним предметом, засобом соціалізації і зв'язком з усім світом взагалі. «Хіба не з річчю Ви розділили вперше своє маленьке серце, наче шматок хліба, якого мусить вистачити на двох?» [4; 58]. З того часу людина і річ перебувають у нерозривному зв'язку культурної взаємодії. Пошук предметних підстав персональної ідентичності в умовах суспільства споживання значною мірою зумовлений багатоманітністю світу речей. Річ стає атрибутивною ознакою соціального статусу, вікової чи гендерної приналежності, або ж їх нівелювання. Іншими словами, людина тісно пов'язана з предметним світом як необхідним супутником її життя. Характер цього зв'язку завжди обумовлений специфікою культурного топосу та історичними особливостями, але завжди зберігає своє значення в якості одного з засобів ідентифікації та для людини.

Споживацька культура, що сьогодні визначає буття індивіда, характеризується переорієнтацією моделі взаємодії людини і речі, що зумовлює актуальність проблеми їх взаємовідносин. Сучасна річ, позбавлена адресного виробництва, абстрагується від потреб та вподобань людини, нав'язується їй, спокушає, примушує, ззовні формуючи внутрішній предметний простір людини, витісняючи домашній затишок дизайнерським комфортом. Культурологічний аналіз речі дозволяє поглянути на неї не лише з точки зору утилітарної корисності, споживацької цінності, але й розкрити її внутрішні культурні смисли як Іншого, з яким людина веде безконечний діалог протягом усього свого існування.

Аналіз досліджень із проблеми. Історія осмислення речі має давню традицію. Серед зарубіжних дослідників, що займаються теорією створення і функціонування предметного світу, слід виділити Г.Ріда, який приділяв велику увагу принципам конструювання форми речі. У своїй концепції формотворчості дослідник об'єднав ідеї «художньої волі», «вчування» і «абстрагування», але головним методологічним ключем вважав відкриття психоаналізу, зокрема, теорію архетипів К.Юнга. На особливу увагу в контексті нашого дослідження заслуговує ліричне бачення речі Р.-М. Рільке, який у праці «Огюст Роден» поетично тлумачить інтимний зв'язок людини з річчю, що супроводжує її з дитинства. Онтологічний підхід до сутності речі знаходимо в працях М.Гайдеггера.

Відомим російським дослідниками культурного образу побутової речі є А.Еремеев, Е.Волкова, М.Каган, Ю.Борев; із зарубіжних авторів естетичними вимірами предметного середовища цікавились М.Гартман, Р.Інгарден, Я.Мукаржовський, а також відомий філософ-постмодерніст Ж.Бодрійяр, що здійснив систематизацію культурних значень сучасних речей.

*Метою статті є* культурологічний аналіз еволюції культурних ролей речі у комунікації «людина – річ», значення предметного середовища в культурі взагалі, а також трансформація ролей повсякденної речі в сучасній культурі.

Виклад основного матеріалу та обґрунтування результатів дослідження. Передусім, варто концептуалізувати поняття речі в контексті нашого дослідження. В найширшому розумінні слово «річ» означає деякий матеріальний об'єкт, наділений певними функціями, що має чітке призначення в побуті людини. З культурологічної точки зору дана дефініція потребує уточнення, оскільки річ вирізняється з усього предметного середовища особливими

внутрішніми смислами, якими її наділяє людина у процесі комунікації. Онтологічне тлумачення речі через її внутрішній зв'язок із людиною розвинув М.Гайдеггер. Мислитель впевнений, що якість речовинності триваліша за якість предметності, річ – це частина буття, не лише елемент культури. Сьогодні сутнісна повнота речі залишається потаємною, забутою. Суть речі, за М.Гайдеггером, розкривається саме під час її використання, під час її застосування людиною. «Чашність чаші здійснюється у відношенні налитого в ній» [5; 317]. Функціональне бачення неминуче одностороннє: людина торкається речі-явища, забуваючи про її істинне існування. Своєрідність речі, вважає філософ, народжується до її функціонального використання. Необхідно осмислити його онтологічно, не абсолютизуючи зв'язок із людиною. «Річ рече. Речуючи, вона дає статися землі і небу, божествам і смертним; приводить цих чотирьох в їхній далечині до взаємної близькості» [5; 163]. Філософ пов'язує буття речі з усім світом, з якого вона виникає, адже у процесі її творення і функціональному використанні розкривається істина, здійснюється алетейя, а отже, і найвище призначення речі. Водночас, людина, яка цією річчю користується, позбавлена самолюбівання і тотальності, дослухається до світової сутності, наближаючись до неї. Натомість випадкове, позбавлене суті, матеріальне утворення, ще не може називатися річчю. Це всього лише предмет, який пасивно терпить будь-яке насильне вторгнення, будь-яку зміну, що не співпадає із сутністю, а отже не зазнаючи при цьому суттєвих змін предмет однобічний, функціонально вузькоспеціалізований, річ цілісна, мета функціональна. Річ конститує «світлість світу», тобто через неї буття самовизначається в якості світу. В цьому контексті людська присутність стає буттям в світі, людина здійснюється. За Гайдеггером, річ – необхідна самостійна сутність, повнота буття якої розкривається лише у зв'язку з людиною і через неї.

Відправною точкою комунікації людини і речі є шанобливе ставлення до неї. Семантизація речі в традиційному суспільстві відбувалася в контексті синкретичного культурного топосу, де кожен його елемент наділений сакральною цінністю. «Людина первісних суспільств, зазвичай, намагалася жити, наскільки це було можливо, серед священного, в оточенні священних предметів. Для «примітивних» людей первісних і давніх суспільств – це могутність, істинна реальність. Священне насичене буттям» [6; 19]. Кожен предмет у традиційній свідомості постає безпосереднім явленням сакрального (ієрофанії). Традиційне шанування повсякденної речі притаманне культурі Сходу. Так, традиційна китайська та японська культури розглядали річ у космоцентричній перспективі, що сприяло міфологізації та поетизації предметного світу. Речі несуть у собі енергію давніх традицій, зв'язок поколінь. «Японцям характерне тихо-чутливе сприйняття і тонка вразливість, які породжують потребу вдивлятися в речі, проникати в них. Увесь життєвий розпорядок японців огорнений цією чарівливою атмосферою підвищеної уваги людини до речі, навіть найнезначнішої, навіть тієї, що належить, на перший погляд, побутовій сфері. Дотик до речі відбувається в ритмі дихання» [2; 4]. Саме через річ на Сході здійснюється найближче і найорганічніше спілкування людини з минулим, наближення до Єдиного, єднання з усім світом в цілісному живому світосприйнятті.

Особливе культурфілософське бачення глибинних смислів речі сформувалось в античності, де красою були пронизані всі форми буття. Космос сприймався як досконале гармонійне поєднання усіх елементів, кожен з яких наділений красою та корисністю. Принцип калокагатії визначав буття одиничного предмета і стосувався не стільки його форми та практичної доцільності, скільки ейдетичного наповнення. Відтак, автентичне буття речі в античності визначалося його онтологічною природою і стосувалося процесу витворення як явлення прихованої істини. Втім, конкретна річ в усій повноті її матеріального побутування та у взаємодії з усім комплексом предметного середовища людини залишалася поза увагою мислителів античності.

Статус речі в середньовіччі формується в лоні теоцентричного світогляду і опосередковано розглядається в світлі християнських істин. Річ позбавлена самототожності,

її автентичність визначається причетністю до божественної істини і реалізується в комплексі сакральних предметів культу в якості посередника між сакральним та профанним світом. Натомість існування побутової речі залишається не поміченим. Її статус напряму залежить від соціального становища власника. Сміслові значення речі обмежується її утилітарним призначенням та матеріальною цінністю, що опосередковано перетворювало її на маркер соціальної приналежності. Саме соціальні статусні конотації речі актуалізуються в епоху Ренесансу. В процесі секуляризації, гуманізації, урбанізації та стрімкого посилення інтересу до тілесності в усіх її проявах, що визначали культурний розвиток, зростає увага до всього, що оточує людину. Естетичне почуття стає предметом теоретичної рефлексії, а річ – одним із засобів його задоволення. Соціокультурні конотації предметного середовища стають все очевиднішими і визначають його природу. Річ поступово перетворюється на органічне продовження свого власника, вираженням його статусу та естетичного смаку.

Промислове виробництво Нового часу депоетизує річ: виникає розрив між користю та красою, спричинений розвитком промислового виробництва. Поява «масової» речі підіймає проблему її осмислення на новий щабель. Чітко виділяється, принаймні, три її роди: річ естетична, річ промислова і кітч, сформований на межі двох попередніх, кожен з яких відіграє свою культурну роль і вимагає відповідного теоретичного осмислення. Річ естетична стала предметом рефлексії І.Канта, який сформував теорію «автономії естетичного» від утилітарного зацікавлення. Німецький мислитель формує дискурс речі естетичної на протигагу речі утилітарній, яку обмежує в її базовій функціональності задоволення конкретних потреб. Відтак, естетичне задоволення, отримане в комунікації з предметами не утилітарного порядку, на думку філософа, незрівнянно вище за просте задоволення конкретної потреби певним предметним засобом. Річ естетична, таким чином, духовно осмислена людиною, перебуває у тісному внутрішньому взаємозв'язку з нею. Натомість предмет практично побутово-корисний, позбавлений особливого внутрішнього наповнення, онтологічної глибини, наділений простими смислами на поверхні. Кітч виникає наприкінці ХІХ століття в Німеччині, «супроводжуючи появу нової баварської буржуазії, яка своєю чисельністю, купівельною спроможністю та невибагливістю створила сприятливі умови для створення та поширення неякісних копій відомих художніх творів і дорогих речей» [3; 107]. Розвиваючись, кітч діалектично поєднує у собі як естетичну, так і функціональну складову речі, викликаючи дискусії культурологів, естетиків, мистецтвознавців щодо своєї істинної (художньої чи утилітарної) природи. Видимий розвиток кітчу послуговував своєрідним смисловим містком для розвитку функціоналізму, що сформував культ корисної речі як динамічного поліфункціонального комплексу. Проте особливості ролей театр повсякденних речей набуває в сучасній культурі. Французький філософ Ж.Бодрійяр, занепокоєний небезпекою втрати тонкого духовного зв'язку людини і речі, у своїй першій книзі «Система речей» порівняв два типи інтер'єрів, які, на його думку, ілюструють відповідний тип культури. Традиційний інтер'єр він називає системою «спальня-їдальня», порівнюючи його із сучасним конструктивістсько-функціональним дизайном квартир-студій, позбавленим подібного структурування житлового простору. Спальня та їдальня постають символами сакрального домашнього топосу: батьківської спальні як табу для дітей та гостей, недоторканого особливого місця, та їдальні як місця символічного циклічного єднання. Для сучасного інтер'єру наявність подібного зонування – анахронізм, функціонально не виправданий пережиток, як і більшість речей, з яких складався інтер'єр традиційної оселі. Так, велике ліжко, символ незворушності сімейних цінностей та патріархального порядку дому, витіснене розкладним диваном у кутку, цінність якого полягає в мінімумі займаного місця квартири, на протигагу масивним традиційним ліжкам посеред кімнати. Бодрійяр переконаний, що традиційний дім, на відміну від сучасної «машини для життя», був не лише набором функціональних речей-трансформерів, а справжнім «театром речей», де кожна з них грала свою роль і мала власне семантичне навантаження. У цьому контексті не випадковим є зникнення з житла дзеркал та портретів як атрибутів вкорінення індивіда в житло і життя

через примноження власного «я». Від масивного дзеркала в рамі залишився невеличкий його шматочок на дверях ванної кімнати. «В багатому домі дзеркало відіграє ідеологічну роль надлишку, в ньому виражається багатство і в ньому поважний господар здобуває право примножувати свій образ» [1; 11]. Дзеркало, як і портрет, не просто відображає зовнішні риси індивіда, а супроводжує розвиток індивідуальної свідомості як такої, формуючи, тим самим, цілий суспільний лад. Сучасний функціональний інтер'єр, позбавлений буржуазного відображення задля відображення, втрачає вишукані чари суб'єктивно-домашнього середовища. Вслід за дзеркалом, інші речі також втрачають спокусу замкнутися в замилюванні самим собою.

Дискурс сучасної речі формує реклама. «Реклама – це світ непотребу, неістотного, світ чистої конотації. Вона жодним чином не бере участі у виробництві і безпосередньому застосуванні речей, однак стає невід'ємною частиною в систему речей» [1; 83]. Реклама стає одночасно і дискурсом речі і самою річчю, оскільки споживається так само активно, як і будь-яка річ предметного середовища. Вона покликана не репрезентувати річ, а створювати її видіння, примарний неіснуючий образ, який триматиме споживача в постійному збудженні і невдачі, тому рекламний образ і його зчитування реципієнтом-споживачем шлях зовсім не до самої речі, а до іншого образу, симулякру речі. Відбувається насильна інтеграція системи потреб в систему товарів, внаслідок чого формується сфера чужих і насправді непотрібних речей, позбавлених внутрішнього, інтимного зв'язку з власником. Іншими словами, річ у сучасній культурі, позбавлена живого синтаксису від моменту своєї появи на світ, отримує убогу систему значень умовного коду, який Ж.Бодрийяр назвав «стендінгом» – універсальною системою симулятивного маркування соціального статусу людей. Відтепер річ не репрезентує соціальний статус свого власника, а симулює його. «Функція такої системи речей/знаків: не символізуючи собою жодне з людських відношень, перебуваючи увесь час поза ними, описувати порожнечу стосунків, коли обидва партнери взаємно не існують один для одного» [1; 102].

Таким чином, культурне буття людини нерозривно пов'язане з предметним середовищем, яке вона сама творить і наділяє сенсами. Річ, окрім свого функціонального призначення, постає як культурний феномен, виразник духовних цінностей епохи, в яку виникає та існує. Світоглядний наратив, в якому функціонує річ, визначає її культурні ролі, впливає на трансформацію її образу в процесі комунікації з людиною: від сакральних, метафізичних вимірів здійснення до утилітарного та симулятивного псевдоутилітарного призначення. Проведене дослідження еволюції культурних ролей повсякденної речі скеровує людину до моделі гармонійного співіснування та діалогу з предметним середовищем, позбавленого рабської покори йому, але, водночас, шанобливого ставлення до речі в усій повноті її смислів тілесності, матеріальності, буттєвості, а не розречевлення до знаку-привида самої себе.

### Список використаної літератури

1. **Бодрийяр Ж.** Система верей / Жан Бодрийяр / Пер. с фр. С.Зенкина. – М.: Рудомино, 2001. – 224 с.
2. **Вещь в японской культуре** / Сост. Н.Г. Анарина, Е-М. Дьяконова. – М.: Вост. лит, 2003. – 262 с.
3. **Кандзюба М.О.** Проблема кітчу в культурі: естетичний аспект / М.О. Кандзюба // Наук. Вісник Волин. держ. ун-ту ім. Лесі Українки. – 2006. – № 3. – С. 107-111.
4. **Рильке Р.-М.** Огюст Роден / Рильке Райнер Марія / Пер. В.Микушевича // Ворпсведе. Огюст Роден. Письма. Стихи. – М.: Искусство, 1994. – 368 с.
5. **Хайдеггер М.** Вещь / Марин Хайдеггер // Время и бытие: Статьи и выступления / Мартин Хайдеггер / Пер. с нем., вступ. ст. и коммент. В.В. Библихин. – М.: Республика, 1993. – С. 316-327.
6. **Элиаде М.** Священное и мирское / Мирча Элиаде. – М.: Изд-во МГУ, 1994. – 144 с.

### Резюме

Проводиться культурологічний аналіз речі, її онтологічна природа, соціокультурне буття, а також поетика індивідуальної взаємодії людини і речі. Досліджується чинники трансформації культурних значень речі в динаміці. З'ясовується специфіка її смислового навантаження в рекламному дискурсі.

**Ключові слова:** річ, культура, поетика, побут, предметне середовище, реклама.

### Summary

***Kandzyuba M. The evolution of cultural roles of everyday thing***

In the article the cultural analysis of the thing is carried out, as well as its ontological nature, social and cultural existence, and the poetics of individual interactions of people and thing. The factors of transformation of cultural values of the thing in the historical dynamics are investigated.

**Key words:** thing, culture, poetics, mode of life, object environment, advertisement.

*Надійшла до редакції 11.10.2012 р.*