

УДК 130.122:37.013

Гірліна Н. Ю.,
старший викладач кафедри освітнього
менеджменту, Дніпропетровський обласний
інститут післядипломної педагогічної освіти
(Україна, Дніпропетровськ), yu_h@inbox.ru

МЕРЕЖНА ПАРАДИГМА УПРАВЛІННЯ ПРОЦЕСОМ СОЦІАЛІЗАЦІЇ ОСОБИСТОСТІ У МЕДІАКУЛЬТУРНОМУ ПРОСТОРИ

Розглянуті проблеми соціалізації особистості у медіакультурному просторі інформаційного суспільства. На основі використання системної та синергетичної методології, поєднання підходів соціальної філософії, медіа-філософії та філософії управління розкрито малодосліджений аспект проблеми, пов'язаний з цілеспрямованим впливом суспільства на медіакультурне середовище соціалізації підростаючого покоління з використанням потенціалу мережної парадигми управління. Показано, що комунікативна взаємодія як основа процесу соціалізації у медіакультурному просторі носить мережний характер. Обґрунтовано пріоритетність духовно-ціннісної соціалізації як об'єкта управління у порівнянні з технологічними аспектами розвитку соціокультурного простору.

Ключові слова: соціальна філософія, медіакультурний простір, мережна парадигма управління, інформаційне суспільство, соціалізація, особистість.

Найбільш очевидним проявом реалізації мережної парадигми управління у контексті розвитку особистості є управлінські впливи щодо перетворення електронного медіа-культурного простору у простір соціалізації та буття людини. При цьому в умовах становлення мережного медіа-культурного простору одним з найважливіших показників ефективності управління є інтенсивність і широта інформаційно-комунікативної активності суспільства стосовно процесів соціалізації, особливо у формі спілкування, співробітництва й погоджених дій з різними суб'єктами культурної діяльності.

Привабливість мережної моделі як основи управління соціокультурними процесами обґрунтовується у роботах С. Берковіца, М. Грановеттера, С. Вассермана, М. Кастельса, П. Марседена, Д. Ноука, Л. Фрімана й багатьох інших дослідників. Низка дослідників аналізує поняття культурного простору у контексті формування особистості у медіа-інформаційному суспільстві (Н. Апті, Г. Борулава, А. Бодров, А. Грачева, В. Зубов, Т. Каменева, Б. Коротяєв, М. Назар, В. Тестов, В. Федоров, С. Черних та інші). Однак, незважаючи на наявність значної кількості робіт з даної проблематики, у тому числі і філософського характеру, на сьогодні відсутні однозначне розуміння ролі мережної моделі управління медіа-культурним простором у забезпеченні соціо- та гуманоцентричної соціалізації підростаючого покоління.

Звідси впливає мета даної статті як визначення особливостей мережної парадигми управління медіа-культурним простором у контексті процесу соціалізації особистості.

Використання інформаційно-комунікативних ресурсів у процесі управління процесами соціалізації у медіакультурному просторі детермінується сучасними тенденціями в інформаційному полі суспільства: радикальною масовізацією інформаційних процесів, поширенням Інтернету, а потім мережних структур і інтерактивності, двостороннім зв'язком суб'єктів та об'єктів управління як на організаційному, так і на особистісному рівні тощо. Ці нові тренди обумовлюють нові підходи до інформаційно-комунікативної діяльності стосовно управління процесом соціалізації. Мова йде про значно більшу відкритість, прозорість

управлінської діяльності; використання інтерактивних форм комунікації; широке упровадження в управлінську діяльність мережних структур, блогінга для поширення ідей і програм тощо.

У цілому парадигма управління мережного типу може розглядатися передусім як комунікаційна, оскільки вона розкриває цілісно організовану систему всіх видів і типів комунікацій, функціонування й розвиток яких здійснюється відповідно до принципів створення, зберігання й поширення інформації. Інформація при цьому розглядається в якості субстанції для підтримки життєдіяльності будь-яких соціальних структур, включаючи й соціальні мережі. Необхідність набуття здатності ефективної комунікації є потребою, без задоволення якої в принципі немислимо управління будь-якими процесами у мережному медіакультурному просторі [3].

Таким чином, основною особливістю реалізації мережної парадигми у межах медіакультурного простору є акцентування в системі управління процесом соціалізації інформаційних та комунікативних потреб, які виступають як своєрідна міра інших соціально-управлінських потреб. Їх задоволення здійснюється шляхом використання ресурсів, пов'язаних з використанням мережних форм соціальної взаємодії.

Нове комунікативне середовище, що формується в умовах становлення соціальних мереж, специфічним образом контролює проходження інформації з вказаних мереж і добуває інформаційно-комунікаційне середовище. Переміщення значної частини інформаційних потоків в електронні мережі медіакультурного простору утрудняє контроль над ними як з боку соціальних інститутів, так і з боку органів управління, що переводить управлінські завдання з царини адміністративного контролю та директивних розпоряджень у царину системної взаємодії та превентивного управлінського впливу. Фахівці відмічають саме це, вказуючи на «фундаментальну децентралізацію комунікацій, у той час як потужність центральної мережі зменшується. Ми бачимо пригломшуюче поширення кабелів, касет, комп'ютерів і особистих електронних поштових систем, і все це штовхає в тому самому напрямку – до децентралізації. ... Питання в раціональному розміщенні прийняття рішень у системі, яка зазнає надмірно напруженої централізації в точці, де нові інформаційні потоки захлюстують тих, хто приймає рішення в центрі» [5, с. 681].

Завдяки інтерактивності нових інформаційних технологій сьогодні кожен, хто має доступ у будь-які мережі медіа-комунікативного простору, може виступати як відправником повідомлення, так і одержувачем інформації. При цьому якщо у мас-медіа одержувач інформації не бере участь у конструюванні повідомлень, то у гіпермедіа як мережі користувачів забезпечується комунікативна активність кожного. Відповідно мережне управління у медіакультурному просторі на змістовному рівні має справу передусім з гіпертекстами, що відображають позиції мережних суб'єктів стосовно тих чи інших аспектів мережної взаємодії. Певною мірою можна вважати, що саме гіпертекст як нова текстуальна парадигма може розглядатися не лише як спосіб комунікації в медіакультурному просторі, орієнтованому на множинні, одночасні потоки інформації, а й як об'єкт мережного управління з погляду інформаційного контексту міжсуб'єктних взаємодій. Інформація органі-

зується в гіпертекст, у мережу відносно вільних повідомлень, які можуть поєднуватися й розпадатися у процесі виробництва й споживання знання, а гіпертекст переходить в Інтернет у якості загальнодоступного засобу створення, зберігання й передачі даних. Звідси зрозуміло, що чи не найважливіша функція управління в мережах полягає у роботі з гіпертекстами, зі змістами інформаційних потоків у мережному середовищі, які й складають соціокультурно-змістовний об'єкт мережного управління.

З погляду потреб управління процесом соціалізації у медіакультурному просторі мережного характеру найбільше значення має визначення особистісного контексту мережних соціокультурних трансформацій. Акцентуючи насамперед розвиток самоврядного потенціалу мережних форм соціального устрою слід виділити саме інформаційну медіакультурну складову метасистеми «особистість–суспільство» в умовах руйнування традиційних моделей соціального контролю над комунікаціями. «Інформаційна культура знаходить свій прояв, по-перше, в уміннях і навичках оперування професійною інформацією; по-друге, у розумінні всеосяжних законів інформаційного розвитку з метою побудови комфортних і ефективних взаємин з навколишньої інформаційним середовищем; по-третє, здатності до саморегуляції й самоаналізу (рефлексії) власного інформаційного поля й інформаційної поведінки; по-четверте, у продуктивній переробці репродуктивно відтвореної інформації» [2, с. 206].

Увага до інформаційної культури людей є лише одним з проявів особистісно-соціокультурного виміру мережної парадигми управління. У цілому особистісно-управлінський вимір мережного медіакультурного простору в епоху електронних медіа визначається тим, що саме інформація, яка циркулює в електронних мережах, стає основним фактором впливу на людину й відповідно об'єктом управлінського регулювання. Формування електронного простору з домінуванням віртуальної інформації ставить питання про характер процесу продукування та засвоєння знання особистістю. Саме це визначає особливості мережного управління не як виключно технічного управління матеріальними процесами, пов'язаними з інформаційним обміном, а з погляду його впливу на медіакультурний простір як простір соціалізації та буття особистості.

Характеризуючи мережне управління як особистісно орієнтований феномен, ми маємо говорити передусім про його спрямованість на попередження ризиків для особистісного розвитку в медійно-інформаційному просторі, пов'язаних з його дегуманізацією. Важливо пам'ятати, що електронні мережі й медіа розкривають перед людиною багато можливостей, але вибір залишається за людиною, і він обумовлюється тільки факторами духовно-когнітивного порядку – знаннями, цінностями, сенсожиттєвими установками. Саме їх формування в умовах практичної неможливості впливу управлінськими засобами на розвиток мережного медіакультурного простору стає пріоритетною метою управлінської діяльності.

Проте тут і виявляється основний ризик для особистості, її становлення та буття у медіакультурному просторі. Інформація зводиться до формалізованих машинних текстів, а те, що відноситься до духовної

складової людського буття (етичне знання, ціннісні орієнтири, які ніяк не можуть бути раціонально обгрунтовані), відкидається. Це суттєво обмежує простір розвитку особистості, оскільки «перспективи інформаційного суспільства зв'язані не тільки з розгортанням комп'ютерних мереж, але також з розвитком тих людських якостей і здатностей, які в принципі не можуть бути замінені машинними операціями» [4, с. 106].

Зі сказаного вище зрозуміло, що вирішальне значення для розвитку медіакультурного мережного простору має формування самодостатніх особистостей з достатньою духовною культурою, щоб забезпечити його саморегулювання. Як справедливо вказує дослідник проблеми А. Цицарьов, у «сучасному суспільстві, що має мережну організацію й величезні швидкості передачі все більших обсягів інформації, немає адекватних механізмів регулювання та збереження людських форм. Існуючі способи просто не встигають за швидкоплинною інформацією й мінливим суспільством. Тому регулятором взаємодії, а також інструментом утримання й збереження людських форм може бути тільки сам взаємодіючий» [6, с. 82–83].

Відповідно мережна парадигма управління у медіакультурному просторі орієнтується не на засоби електронної комунікації, а на її суб'єктів, людей та їхній духовний світ. Ієрархія змістів у мережній взаємодії, що відбуваються у медіакультурному просторі, забезпечується людиною. Відтак основа мережної парадигми управління у медіакультурному просторі – це вплив на особистість, який має на меті сформувати її здатності до саморегулювання у межах мережі – духовно-ціннісні та когнітивні. Якщо взаємодія в медіакультурних мережах не ґрунтується на духовно-ціннісних вимірах, які привносяться в них у результаті управлінських впливів, то мережний хаос приводить до хаосу людського буття, деструкції особистості у результаті ціннісної дезорієнтації. Інформаційний хаос створює ситуацію відчуження людини від самої себе, веде від людської форми до безформності існування у ціннісно невизначеному світі [1].

Відтак забезпечення особистісно-екзистенціального змісту мережного медіакультурного простору стає найбільш значущою метою реалізації мережної парадигми управління. Вирішальною мірою досягнення цієї мети залежить від управління процесом соціалізації особистості у межах цього простору, оскільки саме на цьому етапі особистісного розвитку відбувається формування особистості, розуміння нею себе, свого місця у світі, сенсів власної діяльності та особистісних ресурсів для її здійснення. У медіакультурному просторі управління процесом соціалізації усе більше проявляє себе в мережній формі.

Мережна соціалізація представляє собою складну, ідейно й ціннісно детерміновану, історично диференційовану, багаторівневу систему взаємодії підростаючого покоління з інститутами й агентами соціалізації [7, с. 189]. При цьому сама взаємодія членів підростаючого покоління у медіакультурному просторі – це переважно мережна взаємодія. Її зміст полягає в тому, що головними елементами моделі соціалізації стають соціокультурні феномени, пов'язані з інформаційним мережним обміном.

Організуючим центром соціалізуючого впливу у мережах медіакультурного простору може стати будь-який суб'єкт, що є носієм ресурсу, актуального для

мережного співтовариства в конкретний момент. Система управлінського впливу соціалізуючого характеру в умовах мережної організації медіакультурної комунікації відповідно носить модульний характер, а загальними положеннями управління процесом соціалізації в мережній структурі, слід вважати поліцентралізацію на основі взаємодії рівноправних мережних суб'єктів; деструктуризацію з відсутністю чітких структур та ролевих функцій; управління «без контролю» з акцентуванням соціалізуючого впливу на основі принципу «координації без директивного управління» в умовах відсутності механізмів для контролю, але наявності можливостей для впливу.

Загалом слід констатувати необхідність переходу до мережної парадигми управління процесом соціалізації підростаючого покоління в умовах становлення медіакультурного простору, виходячи саме з потреб саморозвитку особистості. Процеси соціалізації в сучасних умовах характеризує значна диференціація, збільшується простір для локальних маневрів і адаптації. Відповідно стають затребувані такі моделі соціалізації, які беруть до уваги різноманітність, долають формальні організаційні перешкоди та ґрунтуються на розумінні ролі молодих людей як активних індивідуальностей.

Конструювання моделей соціалізації у медіакультурному просторі вимагає першочергового розгляду процесів, а не стабільності, структурації, а не структури, і саме ці елементи соціокультурного впливу найбільш характерні для мережної парадигми управління. У медіа-інформаційному суспільстві з домінуванням масової віртуальної культури мережне управління процесом впливу на становлення особистості дає можливість сформувати такий соціокультурний простір, де формуються моделі, форми, типи соціалізації молоді й реалізуються стратегії її участі в цьому процесі, зорієнтовані на постсучасні соціальні реалії. Не в останню чергу це відбувається і тому, що управлінські впливи в мережі містять у собі одночасно різні складові, які в традиційних моделях управління розглядалися ізольовано, і це дозволяє створювати інтегровану систему опосередкованого управління процесом соціалізації. У цьому контексті становлення мережної парадигми управління медіакультурним простором в умовах інформаційного суспільства слід розглядати як один з аспектів глобальної переорієнтації соціуму на мережні форми організації суспільного життя загалом та соціалізації зокрема.

Для управління процесом соціалізації особливо важливо те, що мережна організація дозволяє з мінімумом витрат з боку освітньо-виховних структур сформувати необхідні форми впливу на ціннісні орієнтації молодих людей. Особливо слід підкреслити, що управління процесом соціалізації молоді через мережні структури медіакультурного простору повністю відповідає загальній орієнтації на акцентування механізмів саморозвитку особистості. Адже найбільше значення у мережній моделі управління процесом соціалізації відіграє принцип самосинхронізації, реалізація якого суттєво підвищує ініціативність, автономність кожного учасника мережі, одночасно даючи йому відчуття власної незалежності та значущості. Тут принцип співучасті в діяльності мережного співтовариства означає звільнення від директивного підпорядкування й будується на усвідомленні цінностей

та мотивації власної участі у мережних процесах. Відтак процес соціалізації сприймається його суб'єктами як результат власних дій, власного вибору, власного самобудування, і управлінські впливи практично не відчуються.

Саме мережна парадигма управління процесом соціалізації демонструє надзвичайну гнучкість стосовно можливостей реагування на зміни у соціокультурних умовах становлення особистості. Цьому насамперед сприяє інтегрованість мереж у єдину систему віртуальної комунікації, побудовану на базі Інтернету. Стрімкий розвиток Інтернет-ресурсів (робота на приладах і устаткуванні, підключених до Інтернету й керованих з комп'ютерів; керовані моделі й мультиплікація; технологія спільного редагування в режимі он-лайн сайтів мережних проєктів; інтерактивне віщання; віртуальні видання та проєкти тощо) сприяє створенню єдиного соціалізуючого мережного медіакультурного простору, організованого на базі глобальних комунікацій і життєдіяльності «віртуальних» мережних спільнот.

Що стосується методології мережного управління процесом соціалізації у медіакультурному просторі, то в її основі має знаходитися максимально наближений до завдань саморозвитку особистості принцип демасифікації. В управлінні мережним процесом соціалізації він пов'язаний зі здійсненням точкових дій, що зорієнтовані на збільшення швидкості прийняття управлінських рішень та уникненні зосередження управлінських впливів на одному напрямку для того, щоб не допустити стандартизації умов соціалізації в мережах. Вказаному принципу мережної моделі управління процесом соціалізації найбільш відповідає синергетична парадигма, що акцентує нелінійність, необоротність, нестабільність і нерівноважність процесів, що стають об'єктами управління.

У межах синергетичного підходу особистість, яка перебуває у процесі соціалізації в мережній соціальній структурі постає як непорушна цілісність, а як динамічний суб'єкт, який знаходиться у постійному процесі самотворення. При такому підході стає зрозумілим і джерело ризиків для особистості у медіакультурному просторі. Відсутність стабільності у соціокультурному соціалізуючому оточенні може привести до того, що особистість стане «фрагментованою», «розірваною» людиною, з невизначеним змістом духовної культури та моральних цінностей, яка перестала бути тожодною сама собі. Оскільки ціннісні орієнтації особистості у мережному медіакультурному просторі набувають контекстуального, а не універсального характеру, її розуміння себе та навколишнього світу може розвиватися фрагментованим досвідом. Саме попередження таких ризиків і є основною метою мережного управління, яка досягається шляхом конструювання необхідного для процесу соціалізації змісту медіакультурного простору.

Висновки. Таким чином, мережна парадигма управління може розглядатися як найбільш досконалим механізмом впливу на процес соціалізації підростаючого покоління в умовах становлення медіакультурного простору не лише тому, що вона відображає реальні матеріальні процеси інформатизації суспільства, а й тому, що її упровадження є складовою глобального процесу соціокультурних змін та становлення нової системи цінностей постіндустріального суспільства.

Список використаних джерел

1. Бех Ю. В. Філософія управління соціальними системами: монографія / Ю. В. Бех. – К.: Вид-во НПУ ім. М. П. Драгоманова, 2012. – 622 с.
2. Зотов В. В. Становление информационно–коммуникативной среды современного общества: социологический анализ институциональных трансформаций / В. В. Зотов. – Курск: Изд-во Курского ГТУ, 2007. – 232 с.
3. Луценко Н. Ю. Мережевий простір: соціально–філософський аналіз: автореф. дис. ... канд. філос. наук: 09.00.03 / Н. Ю. Луценко; Нац. пед. ун-т ім. М. П. Драгоманова. – К., 2013. – 20 с.
4. Мантанова Л. В. Стратегия развития: Ценности новой цивилизации / Л. В. Мантанова. – Улан–Удэ: издательство ВСГТУ, 2004. – 246 с.
5. Тоффлер Э. Третья волна / Э. Тоффлер. – М.: АСТ, 2004. – 781 с.
6. Цыцарев А. А. Сетевое информационное общество: антропологическое измерение / А. А. Цыцарев // Вестник Приамурского государственного университета им. Шолом–Алейхема. – 2011. – №1–1. – С.73–85.
7. Чирун С. Н. Сетевые взаимодействия в постсовременной молодёжной политике / С. Н. Чирун // Вестник Кузбасского государственного технического университета. – 2010. – №4. – С.189–194.

References

1. Beh Ju. V. Filosofija upravlinnja social'nymy systemamy: monografija / Ju. V. Beh. – K.: Vyd-vo NPU im. M. P. Dragomanova, 2012. – 622 s.
2. Zotov V. V. Stanovlenie informacionno–kommunikativnoj sredy sovremennogo obshhestva: sociologicheskij analiz institucional'nyh transformacij / V. V. Zotov. – Kursk: Izd-vo Kurskogo GTU, 2007. – 232 s.
3. Lucenko N. Ju. Merezhevij prostir: social'no–filosofskij analiz: avtoref. dys. ... kand. fil. nauk: 09.00.03 / N. Ju. Lucenko; Nac. ped. un-t im. M. P. Dragomanova. – K., 2013. – 20 s.
4. Mantanova L. V. Strategija razvitija: Cennosti novej civilizacii / L. V. Mantanova. – Ulan–Udje: izdatel'stvo VSGTU, 2004. – 246 s.
5. Toffler Je. Tret'ja volna / Je. Toffler. – M.: AST, 2004. – 781 s.
6. Cycarev A. A. Setevoe informacionnoe obshhestvo: antropologicheskoe izmerenie / A. A. Cycarev // Vestnik Priamurskogo gosudarstvennogo universiteta im. Sholom–Alejhema. – 2011. – №1–1. – S.73–85.
7. Chirun S. N. Setevye vzaimodejstvija v postsovremennoj molodjozhnoj politike / S. N. Chirun // Vestnik Kuzbasskogo gosudarstvennogo tehničeskogo universiteta. – 2010. – №4. – S.189–194.

Hirlina N. Y., senior lecturer, Department of educational management, Dnipropetrovsk Regional Institute of Postgraduate Education (Ukraine, Dnepropetrovsk), yu_h@inbox.ru

Network management paradigm of socialization process in a mediacultural space

In the article the problem of socialization in mediacultural space of information society are considered. On the basis of systematic and synergetic methodology, combining the approaches of social philosophy, media – philosophy and management philosophy reveals unexplored aspect of the problem, associated with the targeted impact of society on the media culture socialization environment of the younger generation with the use of network management paradigm capacity. It is shown that communicative interaction as the basis of the socialization process in media culture space is a network network by character. It is grounded the priority of spiritual–values socialization as facility management compared with the technological aspects of social – cultural space.

Keywords: social philosophy, mediaculture space, network management paradigm, information society, socialization, personality.

Гирлина Н. Ю., старший преподаватель кафедры образовательного менеджмента, Днепропетровский областной институт последипломного педагогического образования (Украина, Днепропетровск), yu_h@inbox.ru

Сетевая парадигма управления процессом социализации личности в медиакультурном пространстве

Рассмотрены проблемы социализации личности в медиакультурном пространстве информационного общества. На основе системной и синергетического методологии, сочетания подходов социальной философии, медиа–философии и философии управления раскрыты малоисследованные аспекты проблемы, связанной с целенаправленным воздействием общества на медиакультурную среду социализации подрастающего поколения с использованием потенциала сетевой парадигмы управления. Показано, что коммуникативное взаимодействие как основа процесса социализации

в медиакультурном пространстве носит сетевой характер. Обоснована приоритетность духовно–ценностной социализации как объекта управления по сравнению с технологическими аспектами развития социокультурного пространства.

Ключевые слова: социальная философия, медиакультурное пространство, сетевая парадигма управления, информационное общество, социализация, личность.

* * *

УДК 17:82–3

Бондаренко О. О.,
пошукач кафедри етики, естетики та культурології,
Університет ім. Т. Г. Шевченка, вчитель історії,
зарубіжної літератури та російської мови
у приватному проєкті «Домашня школа в Києві»,
<http://homeschooling.com.ua/> (Україна, Київ),
Karldeniz19835@gmail.com

НАРОДЖЕННЯ ЛІТЕРАТУРНОГО ТЕКСТУ
З ДУХУ ЗЛА

Яким чином зло в літературі стає цінністю, чому тексти про зло написані високоморальними індивідуумами, де пролягає межа між злом і чеснотою, чи є добро злом і навпаки, що таке пристрасть і дитячий бунт, що краще для пізнання істини – оцадливість чи марнотратність, чи варто сидіти в очікуванні біля «брами закону», і як бажання зла і почуття провини сприяють появі морально насичених текстів? Автор статті, спираючись на філософський світогляд Ж. Батая, а також на тексти Е. Бронте і Ф. Кафки, не вважаючи, безумовно, себе останньою інстанцією розуміння, дає відповіді на ці та подібні їм питання.

Ключові слова: суверен, трансгресія, тривалість, інтенсивність, зло, літературний текст, сигніфікація, провинна, насолода, самовладність.

Актуальність вивчення літературного тексту зумовлена способом його сигніфікації, що демонструє крайній ступінь диференціації означника, означуваного та референта. Це дозволяє підірвати людині Модерну «універсум докси» та потрапити в «універсум дискурсу», який досі є провідним кодом культури, навіть в ситуації Постмодерну. Остання зберігає автономність естетичної та етичної сфер, а відповідно, настанову естетизації зла. Перехрещення цих сфер в теоретичному дискурсі представлено в роботах Ж. Батая, К. Розенкранца, Т. Куннаса, а також в художньому полі в творах Ш. Бодлера, Е. Бронте та Ф. Кафки. Метою нашого дослідження є вивчення витоків та зв'язку літературного тексту та проблеми зла. Стаття покликана описати механізм появи тексту, як носія смислів про зло. Для цієї мети обрано спадщину французького філософа Ж. Батая, зокрема, його працю «Література і зло». Найбільш ілюстративним матеріалом, в даному контексті, є творчість Е. Бронте і Ф. Кафки. Зазначені автори аналізуються через призму концепції зла Ж. Батая, де тривалість та інтенсивність складають подвійну структуру буття. Автор спробує з'ясувати, як якісний взаємозв'язок між автором і текстом з усією очевидністю породжує певний механізм народження «величних казок» [1, с. 24], – за влучним висловом В. Набокова, – в яких дух зла породжує філософію тексту.

Отже, Ж. Батай аналізує зло дещо в іншому ключі ніж К. Розенкранц, автор «Естетики потворного» і частково, як і німецький мислитель, ґрунтується на філософії Г. Гегеля. Те істотне, що, Ж. Батай сприйняв від автора «Феноменології духу», є основоположним і сенсоутворюючим. Йдеться про діалектику раба й пана, та подальшої трансформації пана в суверена. Суверен розглядається виключно в антропологічному полі: «суверенність, про яку я пишу, має мало спільного з