

ВІДГУК

офіційного опонента доктора філософських наук,
доцента **Корнієнко Світлани Григорівни** на докторську дисертацію
Гречкосія Руслана Миколайовича
**«Культура консьюмеризму в контексті глобалізаційних процесів:
антропологічна перспектива»**, подану на здобуття наукового ступеня
доктора філософських наук
за спеціальністю 09.00.04 – філософська антропологія, філософія культури

Упродовж XX і на початку XXI століття відбулися зміни, які дозволяють говорити про формування нової культурної реальності. Процеси глобалізації та інформатизації, розвиток нових технологій і засобів масової комунікації змінили усталені уявлення про культуру, чинники її трансформації, поширення та споживання. Інформаційна відкритість світу сприяла подоланню національних меж і виникненню транснаціональних суб'єктів, розширила можливості міжкультурної взаємодії, але водночас призвела до поширення спільних культурних зразків, стереотипів і моделей поведінки. Візуальність, видовищність, тиражування та швидкість стали важливими характеристиками сучасного культурного простору. Людина отримала небачені раніше можливості обирати й змінювати образи, формувати імідж, демонструвати власну відмінність або належність до глобальної спільноти. Проте ці практики дедалі більше зумовлюються ринком, рекламою та виробництвом нових споживчих бажань. Культурна мімікрія, культ тіла, культура маски та прагнення до соціального визнання засвідчують суперечливість становища сучасної людини, яка одночасно прагне індивідуальності й орієнтується на поширені зразки успішності. Таким чином, глобалізаційні та інформаційні процеси істотно змінили не лише масштаби споживання, а й його культурний та антропологічний зміст. Споживання перетворилося на один зі способів входження людини в

соціальний простір, засвідчення її статусу, вибору певного образу життя та формування уявлень про себе.

Сучасна людина опинилася всередині своєрідного колажу, де поєднуються реальне і віртуальне, індивідуальне й масове, свобода та контроль, традиція і новація. Вона має змогу входити в різні культурні простори, змінювати образи, конструювати власну присутність, але не завжди має оперття, яке дозволило б відрізнити самовизначення від пристосування. Феномен споживання вже не обґрунтовується виключно як використання речей чи економічних благ. Він засвідчує належність, соціальний статус, смак, успішність і стає одним із засобів відповіді на питання про те, ким є людина. Разом із тим відповідь виявляється нетривкою, оскільки кожний новий образ потребує наступного підтвердження. Стверджується ситуація, коли вибір стає постійною вимогою, а відмова від оновлення сприймається як «випадіння» із сучасності. Суперечливість і парадоксальність цих трансформацій, їхній вплив на цінності, ідентичність і повсякденне буття людини зумовлюють необхідність ґрунтовного філософсько-антропологічного осмислення культури консьюмеризму в контексті глобалізаційних процесів.

Звернення Руслана Миколайовича Гречкосія до культури консьюмеризму є актуальним передусім тому, що дисертант розглядає споживання як процес формування нового образу людини. Формується людина-споживач / homo consumens, яку не можна зводити до покупця або учасника економічного обміну. Її бажання, уявлення про успіх, способи входження у соціальні відносини та репрезентації власного «Я» значною мірою виникають усередині вже створеного товарного світу. Отже, йдеться не лише про те, що споживає людина. Виникає запитання: якою постає людина, коли споживання перетворюється на одну з основних практик її повсякденного буття.

У процесі знайомства з дисертацією стає зрозуміло, що її логіка не вичерпується послідовним розглядом економічної глобалізації та масової культури. Автор поступово переводить проблему з площини товарного обміну у площину людської суб'єктивності. Консьюмеризм розкривається як система знаків, спосіб продукування бажань, ціннісна орієнтація, повсякденна практика

і, зрештою, середовище, у якому людина вибудовує відносини з іншими та із самою собою.

Методологічна побудова дослідження відповідає цій складності. Філософсько-антропологічний, соціально-критичний і культурно-аналітичний підходи поєднуються із семіотикою, феноменологією, деконструкцією, теорією практик, критичним дискурс-аналізом та критичною праксеологією. Поліпарадигмальність у роботі не є простим переліком методів. Вона дозволяє втримати різні модуси консьюмеризму, не зводячи його ані до моральної вади окремої людини, ані до дії безособової економічної системи. Завдяки цьому автор означає диспозитив: «бажання – соціальний контроль – економіка панування».

Теоретично плідним є звернення дисертанта до архаїчного мислення та міфу. Сучасність, попри технологічну раціональність, не усунула потреби людини у символічному впорядкуванні світу. Змінюються лише форми реалізації цієї потреби. Ідеться про неотрайбалізм у сенсі розмислів М. Маффесолі, де бренд, придбання речей, торговельний простір утворюють нову квазісакральність, яка перебирає на себе окремі функції духовного.

Залучення ідей представників Франкфуртської школи, Е. Фромма, Р. Барта, Гі Дебора, Ж. Бодрійяра, З. Баумана, Ш. Зубофф та інших мислителів дозволило авторові показати перехід від споживання речей до споживання образів. У цій ситуації людина обирає не тільки предмет, а й запропоновану разом із ним соціальну відмінність. Виникає парадокс: культура проголошує індивідуальність, водночас пропонуючи серійні способи бути іншим. Культурна мімікрія вже не обмежується пристосуванням до безпосереднього соціального оточення. Вона виявляється у відтворенні образів успішності, тілесності, стилю життя та репутації, які людина може сприймати як створені нею самою.

Прагнення швидкої заміни поширюється на враження і способи самопрезентації, а оновлення набуває значення самодостатньої цінності. Це спонукає людину до постійного вибудовування себе, оскільки завершеність може означати втрату здатності відповідати наступній зміні, підтримуваній культурою консьюмеризму. У цьому контексті результати дисертації можуть

бути продуктивно прочитані крізь концепт Капіталоцену, який переносить увагу з абстрактної відповідальності людства на такий спосіб організації природи, праці й бажання, який підпорядковує їх логіці безперервного накопичення. Людина-консьюмерист у такій системі не лише використовує запропоновані їй речі, а й сама потрапляє до мережі виробництва нових потреб. Земля водночас постає ресурсом і простором реалізації економічних інтересів, тоді як екологічні наслідки споживання відсуваються за межі безпосереднього вибору. Тому відповідальне споживання не може бути зведене до індивідуального самообмеження, вимагаючи осмислення тих економічних і культурних механізмів, які формують споживче бажання.

На окрему увагу заслуговує звернення дисертанта до New Age, представленого як децентрована мережа споживання ідей, практик, товарів і послуг (с. 182). Її гнучкість, відсутність єдиного центру та здатність поєднувати різноманітні елементи відповідають мережевій конфігурації сучасної культури. Водночас ця мережа виявляє принципову суперечність: проголошуючи гармонію з природою, духовне зростання та пошук автентичного Я, вона функціонує за законами ринку, що засвідчує внутрішню амбівалентність цього феномену. Людині пропонуються готові технології цілісності та образи «кращої версії себе», які, незважаючи на прагнення людини вийти за межі споживацтва, здатні повернути її до тієї самої системи через іншу групу товарів і послуг.

Логіка дослідження спонукає до ширшого висновку: культура консьюмеризму не лише пропонує людині готові товари, а й проєктує її бажання, способи турботи про себе та уявлення про духовність. Саме тут відкривається можливість звернення до сучасної парадигми філософії дизайну, предметом якої є не тільки створення речі, а й відповідальність за сформовані нею практики.

Глобальний світ зближує культури, але зближення не тотожне взаєморозумінню. Людина отримує знання про різні традиції, не проживаючи їх, і може використовувати окремі культурні фрагменти як елементи власного образу. Локальне при цьому не обов'язково зникає: воно глокалізується, переозначається, входить у нові зв'язки, але водночас може перетворюватися на впізнаваний продукт. Дисертант слушно не зводить глобалізацію до суцільної

уніфікації. Вона постає і механізмом стандартизації, і можливістю для відмінного бути почутим.

Антропологічний вимір цієї суперечності найбільш виразно розкривається через проблему «плинної ідентичності». Сучасна людина вже не отримує готової та остаточної відповіді щодо власної належності. Вона конструює і реконструює себе, використовує різні культурні коди, соціальні ролі та маски. Така рухливість може бути ресурсом адаптації й відкривати нові можливості самоздійснення. Водночас безліч пропонованих проєктів посилює відчуття хиткості людського буття: людина ніби може стати будь-ким, але втрачає впевненість у тому, що хоч один із цих образів є її власним. Відбувається пошук себе у «світі без опертя».

Дисертант не завершує цей аналіз твердженням про остаточне зникнення суб'єкта. Наразі йдеться про усунення наративу про незмінну, замкнену й самодостатню ідентичність. Можливість нової цілісності пов'язується з усвідомленою роботою людини над собою, здатністю не лише змінювати образи, а й відповідати за зв'язок між ними. На мою думку, саме тут проходить одна з найважливіших меж дослідження: між людиною, яка пристосовується до кожного нового сценарію, і людиною, здатною переозначувати запропоновані їй форми.

Змістовним є аналіз цифрового виміру культури споживання. Платформи не лише полегшують доступ до товарів та інформації. Вони збирають людський досвід у вигляді даних, передбачають поведінку, ранжують бажання і повертають людині вже відібраний образ її можливого вибору. Суб'єкт водночас залишається користувачем і стає ресурсом. Проте цифрове середовище не є цілком однозначним: ті самі мережі можуть забезпечувати контроль і створювати простір самоорганізації, комунікації та спротиву. Амбівалентність технологій у роботі відповідає загальній авторській позиції, яка уникає тотальності «або – або», розглядаючи сучасні процеси як взаємообумовлені та такі, що перехрещуються між собою.

Значення дисертації полягає і в тому, що пошук можливостей спротиву переноситься у сферу культури та освіти. Якщо консьюмеризм діє через готові образи, прискорення у контексті «швидкого мислення» (*fast-thinking*) й

нерефлексивне відтворення бажань, то освіта може повернути людині здатність до критичного мислення. У цьому зв'язку критична педагогіка П. Фрейре (с. 290) набуває значення педагогіки спротиву, здатної протистояти редукції освіти до товару та формуванню людини як пасивного споживача. Це не означає можливості перебувати поза економічними відносинами. Йдеться про здатність бачити межі товарної логіки й не ототожнювати людську цінність із купівельною спроможністю, видимістю або постійною конкурентоспроможністю. У такій перспективі людина знову постає не лише споживачем створеного світу / «світу як супермаркету» (М. Уельбек), а можливим учасником його зміни.

Український матеріал у дисертації виконує функцію оптики загальних положень. Довоєнний консьюмеризм формувався під впливом пам'яті про тоталітарне минуле, коли споживач мав існувати в межах чіткої системи координат, встановлених державою та ідеологією. Поряд із прагненням до «європейської нормальності» та формуванням нових образів успішності на повсякденну поведінку продовжували впливати практики накопичення. В умовах повномасштабної війни антропологічний зміст споживання змінився. Дисертант за допомогою концептів «військовий консьюмеризм» та «масовий військовий фандрайзинг» наголошує, що речі зберігають товарну форму, проте головним постає цінність безпеки та збереження можливості діяти. Український досвід показує, що споживча практика не має наперед заданого антропологічного змісту: він залежить від того, чи замикає вона людину в індивідуальному привласненні, чи відновлює зв'язок з іншими, що є особливо актуальним в умовах екзистенційних викликів, які переживає сучасна українська людина.

Наукова новизна дисертації визначається синтезом філософсько-економічної та філософсько-антропологічної проблематики, але не вичерпується самим фактом такого поєднання. Автор показує, що економічні відносини виробляють не тільки товари й послуги, а й певний тип людини, способи її бажання, самооцінювання та належності до соціального цілого. Консьюмеризм постає не зовнішнім середовищем щодо суб'єкта, а одним із чинників його становлення. Водночас введені автором поняття фіксують можливість смислової

трансформації споживчих практик, що особливо важливо для збереження не лише критичного, а й конструктивного потенціалу дослідження.

Теоретичне та практичне значення одержаних результатів пов'язане з можливістю їх використання у філософській антропології, філософії культури, соціальній філософії, економічній антропології, дослідженнях глобалізації, цифрової культури та ідентичності. Матеріали дисертації можуть бути залучені до викладання відповідних навчальних дисциплін, а також до осмислення громадянської стійкості, культурної та освітньої політики. Основні положення роботи належним чином апробовані й представлені у наукових публікаціях автора.

Високо оцінюючи масштаб здійсненого дослідження та самостійність авторської концепції, вважаю за необхідне висловити кілька міркувань, які не заперечують одержаних результатів, але потребують уточнення.

1. Заслугує на підтримку здійснена дисертантом критика західного універсалізму, який під виглядом загальнолюдських цінностей може нав'язувати уніфіковані економічні, культурні та аксіологічні моделі. Не менш важливим є те, що автор не ідеалізує й ліберальний мультикультуралізм, адже останній «схильний підтримувати та фіксувати групові відмінності (іноді штучно гіпертрофуючи їх)» (с. 294). Як альтернативу Ви пропонуєте модель «плюралістичного універсалізму», у межах якої спільні цінності мають вироблятися через рівноправний міжкультурний діалог. Погоджуючись із евристичністю такого підходу, хотілося б запитати: яким чином «плюралістичний універсалізм» може уникнути суперечностей, властивих як монологічному західному універсалізму, так і мейнстрімному мультикультуралізму?

2. Можу погодитися із продуктивністю постмодерної методології, яка дозволила дисертантові розкрити симулятивність культури споживання, фрагментацію ідентичності, плинність соціальних ролей та нестійкість сучасного людського буття. Концепти деконструкції, множинності й симуляції справді відповідають значній частині досліджуваного матеріалу, проте передусім пояснюють руйнування сталих форм, тоді як у роботі

простежується й інша тенденція: прагнення людини відновити смислову цілісність, відповідальність і зв'язок з Іншим. Можливо, доцільно було звернутися до метамодерної перспективи для пояснення ситуації людини, яка вже не може повернутися до попередньої цілісності, але й не погоджується залишатися у стані нескінченної фрагментарності.

3. Близькою до загальної логіки дисертації є концепція Капіталоцену Джейсона В. Мура, відповідно до якої капіталізм постає не лише економічною системою, а способом організації життєтворчості сучасної людини. У мережі створеній Капіталоценом ресурсом виступає як природа / не-людина, так і людина. У зв'язку із цим хотілося б запитати: чи може відповідальний споживацький вибір бути достатнім, якщо сама система продовжує відтворювати необмежене накопичення та утилітарне ставлення до Землі? Чи не потребує подолання цієї суперечності переходу від людини як споживача вже створеного світу до людини як його творця і співучасника проєктування? Так, у доповіді Римського клубу «Come On! Капіталізм, короткостроковість, населення та руйнування планети» (2018) сучасну кризу визначено не лише як економічну чи екологічну, а й як філософсько-світоглядну.

4. Заслуговує на увагу звернення дисертанта до гендерного виміру консьюмеризму. Залучення феміністської критики Н. Фрейзер дозволяє показати, що неоліберальна економіка не лише експлуатує гендерні відмінності, а й здатна привласнювати емансипативну риторичу, перетворюючи самореалізацію, незалежність і звільнення від традиційних ролей на складники ринкової логіки, тобто включаючи їх до процесів комерціалізації. У цьому зв'язку постає питання: чи можна за цих умов розглядати *homo consumens* як універсальний і гендерно нейтральний антропологічний тип?

Попри висловлені зауваження, дослідження виконано на високому науковому рівні і є вагомим внеском у розвиток вітчизняної філософської науки. Дисертація відкриває нові можливості для подальшого осмислення трансформаційних процесів сучасної культури, створюючи передумови для

трансдисциплінарних досліджень. Основні положення дисертації висвітлено у наукових публікаціях автора та належним чином апробовано.

За змістом та оформленням дисертація Гречкосія Руслана Миколайовича «Культура консьюмеризму в контексті глобалізаційних процесів: антропологічна перспектива» повністю відповідає вимогам пп. 7, 8, 9 «Порядку присудження та позбавлення наукового ступеня доктора наук», затвердженого Постановою Кабінету Міністрів України від 17 листопада 2021 року №1197, а публікації та апробація результатів відповідають наказам Міністерства освіти і науки України «Про опублікування результатів дисертацій на здобуття наукових ступенів доктора і кандидата наук» № 1220 від 23.09.2019 року і «Про внесення змін до наказу Міністерства освіти і науки України від 23 вересня 2019 року №1220» №496 від 27 травня 2022 р.

За сутністю проблем і характером їх дослідження дисертація «Культура консьюмеризму в контексті глобалізаційних процесів: антропологічна перспектива» відповідає вказаній спеціальності, а її автор Гречкосій Руслан Миколайович заслуговує на присудження йому наукового ступеня доктора філософських наук за спеціальністю 09.00.04 – філософська антропологія, філософія культури.

Офіційний опонент

доктор філософських наук, доцент,
професор кафедри філософії
імені професора М. Д. Култаєвої
Харківського національного
педагогічного університету
імені Г. С. Сковороди

Світлана КОРНІЄНКО

