
СОЦИОКУЛЬТУРНАЯ КОММУНИКАЦИЯ

SOCIO-CULTURAL COMMUNICATIONS

УДК 316.77; 008

ФАКТАР ЧАСУ ДЛЯ РАЗУМЕННЯ КУЛЬТУРНОЙ ІДЭНТЫЧНАСЦІ

А. Д. КРИВАЛАП^{1*}

^{1*}Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт культуры і мастацтваў,
вул. Рабкараўская, 17, 220007, г. Мінск, Беларусь

Асэнсоўваецца роля фактару часу ў працэсе канструявання культурнай ідэнтывнасці на прыкладзе дзейнасці крэатыўных індустрыяў. У якасці тэарэтычнага фундаменту выкарыстоўваюцца падыходы Э. Гідэнса і З. Баўмана да вывучэння сучаснасці. Акрэсліваюцца магчымасці ўяўлення ў канцэпцыі К. Кастарыядзіса. Прапануюцца інтэрпрэтацыі разумення месца і ролі крэатыўных індустрыяў для працы з сучаснасцю і магчымымі ўяўленнямі праектаў будучыні. Прадстаўляецца аўтарская канцэпцыя культурнай ідэнтывнасці як часткі перфарматыўнай практыкі рэпрэзентацыі, што ствараецца як працэс асэнсавання і канструявання сябе падчас рэпрэзентацыі. Фарміраванне культурнай ідэнтывнасці непазбежна выклікае неабходнасць выпрацоўкі адказаў на аксіялагічныя пытанні адносна разумення мінулага і ўяўлення будучыні.

Ключавыя словы: крэатыўныя індустрыі; культурная ідэнтывнасць; час; будучыня; сучаснасць; мадэрнізацыя.

Образец цитирования:

Кривалап АД. Фактар часу для разумення культурнай ідэнтывнасці. *Человек в социокультурном измерении*. 2022;2:4–9.

For citation:

Krivolap AD. Time factor for understanding of the cultural identity. *Human in the Socio-Cultural Dimension*. 2022;2:4–9. Belarusian.

Автор:

Алексей Дмитриевич Кривалап – кандидат культурологи; доцент кафедры культурологии факультета культурологии и социально-культурной деятельности.

Author:

Alexei D. Krivolap, PhD (cultural studies); associate professor at the department of cultural studies, faculty of cultural studies and socio-cultural activities.
email2krivolap@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0002-4478-4930>

ФАКТОР ВРЕМЕНИ ДЛЯ ПОНИМАНИЯ КУЛЬТУРНОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ

А. Д. КРИВОЛАП¹⁾

¹⁾Белорусский государственный университет культуры и искусств,
ул. Рабкоровская, 17, 220007, г. Минск, Беларусь

Осмысливается роль фактора времени в процессе конструирования культурной идентичности на примере креативных индустрий. В качестве теоретического фундамента используются подходы Э. Гидденса и З. Баумана к изучению современности. Очерчиваются возможности воображения в концепции К. Касториадиса. Предлагаются вероятные интерпретации понимания места и роли креативных индустрий для работы с настоящим и возможными образами проектов будущего. Представляется авторская концепция культурной идентичности как части перформативной практики репрезентации, которая создается в процессе осмысления и конструирования себя. Создание культурной идентичности требует развернутых ответов на аксиологические вопросы понимания прошлого и представления будущего.

Ключевые слова: креативные индустрии; культурная идентичность; время; будущее; современность; модернизация.

TIME FACTOR FOR UNDERSTANDING OF THE CULTURAL IDENTITY

A. D. KRIVOLAP^a

^aBelarusian State University of Culture and Arts,
17 Rabkaraŭskaja Street, Minsk 220007, Belarus

The article is devoted to comprehension of the role of the time factor in the process of construction of cultural identity on the example of creative industries. The approaches of A. Giddens and Z. Bauman to the study of modernity are used as a theoretical basis, the possibilities of imagination in the concept of C. Castoriadis are outlined. The article offers possible interpretations of the understanding of the place and role of creative industries to work with the present and possible images of future projects. The author's concept of cultural identity is presented as part of the performative process of representation, which is created in the process of reflection and construction of the self. The creation of cultural identity requires detailed answers to the axiological questions of understanding the past and presenting the future.

Keywords: creative industries; cultural identity; time; future; modernity; modernisation.

Уводзіны

Эмацыйна лёгка працаваць з далёкім мінулым. Магчыма шукаць доказы і знаходзіць адказы на хвалюючыя пытанні, пры гэтым не звяртаць асаблівай увагі на дробязі штодзённага жыцця далёкіх продкаў. Даследчыкі ідэнтычнасці перыядычна звяртаюцца да славага залатога веку, які па-свойму вызначаецца для кожнай культуры. Але чым бліжэй да даследчыка вывучаемы перыяд, тым больш балючай і складанай будзе праца з ім. Сучасная беларуская культурная ідэнтычнасць уключае ў сябе і стаўленне да савецкага мінулага. Пры гэтым зараз у Беларусі ўзрастае колькасць людзей, якія не маюць ва ўласным габітусе (П. Бурдзье) досведу савецкага мінулага і ведаюць толькі практыкі ўзаемадзеяння не з савецкім, а з савецкасцю ці з рэпрэзентацыяй савецкага. Таксама істотным для разумення ўласнай культурнай ідэнтычнасці будзе не толькі мінулае, але і ўсе модусы часу – мінулае, сучаснасць і будучыня. Такім чынам, варта не столькі разгледзець працэс канструявання культурнай ідэнтычнасці ў кантэксце стаўлення і разумення мінулага, колькі зразумець гэта як працэс працы з сучаснасцю і ўяўленнямі пра будучыню.

Глабалізацыя мае і адваротны бок усеахопнай гамагенізацыі, калі адбываецца вяртанне да лакальнасці і імкненне да ўнікальнасці ператвараецца ў сусветны працэс, калі адраджэнне этнічнасці прыходзіць на змену глабальнасці. Але адраджэнне – гэта не вяртанне да мінулага (у асноўным таму, што далёка не ўсё зафіксавана і асэнсавана), а своеасаблівае гульня з гісторыяй, якая можа цягнуцца бясконца.

Пошукі культурнай ідэнтэчнасці – гэта не проста аднаўленне мінулага, якое ўжо стамілася чакаць, калі яго знойдуць і заўважаць.

Мэты артыкула – паказаць ролю фактару часу ў працэсе канструявання культурнай ідэнтэчнасці на прыкладзе дзейнасці крэатыўных індустрыяў і адзначыць, якім чынам уяўленні пра мінулае, стаўленне да сучаснасці і чаканне будучыні ўплываюць на разуменне саміх сябе.

Тэарэтычныя асновы праблематызацыі сучаснасці

Цікавы і складаны канцэпт сучаснасці патрабуе асобнага абмеркавання, калі яна робіцца даступнай людзям праз выкарыстанне пэўных тэхналогій, стылю, прыёмаў. Але гэта не толькі і не столькі пра існаванне тэхнічнай мадэрнізацыі, колькі пра пераасэнсаванне грамадства. Гісторыя культуры, як частка культуралогіі, цікавіцца адметнасцямі культурнага жыцця мінулых часоў, тады як арганізаваная і структураваная сістэма культуралагічных ведаў толькі падкрэслівае гэтую арыентацыю ў мінулае. Так, гісторыя культуры становіцца неабходнай часткай для разумення форм і дынамікі развіцця грамадства.

Для культуралогіі сучаснасць не з’яўляецца вельмі актуальнай даследчай праблемай. Ёсць разуменне існавання культуры і цывілізацыі, пагрозы мадэрнізацыі, дакладней, яе першай хвалі, калі, абапіраючыся на ідэі Асветніцтва, еўрапейская культура незваротна пераходзіла да новага тэхналагічнага ўкладу – таго, што можа ўспрымацца як пераход ад аграрнай (ці традыцыйнай) сістэмы арганізацыі грамадства і культурнага жыцця да індустрыяльнай. Гэтая новая сітуацыя мадэрна канца XIX – пачатку XX ст. істотна адбілася на разуменні магчымасцей для развіцця культуры. У самым спрошчаным выглядзе гэта можна заўважыць на ўзроўні крытыкі з’яўлення масавай культуры, а таксама дамінавання густы і патрабаванняў сярэднястатыстычнага спажываўца культурных прадуктаў у выніку паўстання мас.

У свой час прадстаўнікі франкфурцкай школы дасканалы апісалі і канцэптуалізавалі трансфармацыю грамадства, якая адбывалася падчас працэсу мадэрнізацыі. У пачатку XXI ст., калі чалавецтва знаходзілася на парозе магчымага пераходу да наступнага сацыяльнага ўкладу, які прывёў да рабатызацыі і аўтаматызацыі, культурологі быццам бы не заўважалі ўсяго таго, што было напрацавана ў XX ст. прадстаўнікамі іншых сацыяльна-гуманітарных дысцыплін, і працягвалі даследаваць праблемы існавання культуры, сапраўднасць і каштоўнасць якой правяраюць часам.

Этап пераходу ад традыцыйнага грамадства да індустрыяльнага выклікаў фарміраванне ахвяр і выдаткаў, з якімі не лічыліся. Уклад грамадства з традыцыйнай нацыянальнай культурай быў таксама прынесены ў ахвяру. Спробы прытрымлівацца постсучаснасці ўзмацняюць глабалізацыю. З аднаго боку, грамадствам, якія апіраюцца на ідэі постмадэрну, постіндустрыяльнасці і постпраўды, немагчыма адмовіцца ад лакальнай непаўторнасці і цалкам перайсці на глабальны праект сучаснасці. З іншага боку, гэтая самая лакальнасць непазбежна адсылае да актуалізацыі наяўнасці нацыянальных адметнасцей, якія былі ўласцівымі для традыцыйнай культуры.

Адным з вынікаў XX ст. стала відавочная залежнасць грамадства ад разнастайных тэхналогій. Калі раней яшчэ магчыма было спрачацца адносна абмежаваных магчымасцей тэхналагічнага дэтэрмінізму і яго ўплыву на сацыяльнае жыццё, то зараз выкарыстанне пэўных тэхналогій з’яўляецца атрыбутыўнай характарыстыкай грамадскага жыцця. У свой час такімі ключавымі тэхналогіямі, якія падкрэслівалі ўзровень развіцця культуры, былі пісьменнасць, кнігадрукаванне, тэлефон, радыё, тэлебачанне, інтэрнэт. Адносна кожнай з іх выпрацоўваліся адпаведныя культурныя формы спажывання і ўзаемадзеяння. Беспісьменныя культуры, якія засталіся на ўзроўні вербальных форм камунікацыі, у аспекце культурнай антрапалогіі разглядаюцца як прымітыўныя. З’яўленне кнігадрукавання сфарміравала «галактыку» І. Гутэнберга (у разуменні М. Маклюэна) і зрабіла магчымым пераход да культуры тэксту. Тэлеграф і тэлефон былі першым крокам у пераадоленні праблемы часу і прасторы, што радыкальным чынам дазволіла перагледзець культурныя межы і практыкі ўзаемадзеяння. Радыё і тэлебачанне сталі заўважнай ступенню да ўтварэння глабальнай інфармацыйнай прасторы, якая напачатку ўспрымалася як глабальная вёска (М. Маклюэн). Завяршэннем гэтай камунікацыйнай гонкі стала распаўсюджванне інтэрнэту і чаканне інтэрнэту рэчаў (*Internet of things*) і штучнага інтэлекту. У свой час выкарыстанне кожнай з гэтых тэхналогій камунікацыі было звышновым і магло паказаць тую будучыню, якая наступіла ўжо сёння.

Гэта можна разглядаць як адзін з міфаў масавай культуры на конт сучаснасці, якая можа быць зразумелай праз набліжэнне будучыні. Сучаснасць успрымаецца як тое, што мае сувязь з праектамі ці ўяўленнямі людзей адносна будучыні. Такі падыход быў шырока распаўсюджаны ў пачатку XX ст. на хвалі агульнай крытыкі мадэрнізацыі.

У праграмным тэксце «Вадкая сучаснасць» (*Liquid modernity*) З. Баўман спрабаваў патлумачыць трансфармацыю статуса сучаснасці ў XX ст., якая згубіла цвёрдыя і непахісныя формы і, як вадкасць, прыняла форму, якая залежыць ад лакальных практык. Былыя формы сацыяльнага жыцця быццам бы

расплавиліся ў плавільным катле сучаснасці, і гэтай вадкай пластычнай масе (З. Баўман) магчыма надаць розныя формы. Адным з вынікаў такой сучаснасці для культуры З. Баўман лічыў утварэнне гардэробных супольнасцей замест трывалых сацыяльна-культурных стасункаў. Аналогію можна прагледзець у тым, як наведвальнікі тэатра, аб'яднаныя толькі па адным крытэрыі, зацікаўлены ў спектаклі, што ўсе астатнія адрозненні і інтарэсы пакідаюць у гардэробе, каб пасля яго заканчэння вярнуцца да сваіх штодзённых праблем. Але тады заканамерным можа быць пытанне аб тым, аб'ядноўвае культура грамадства ці падзяляе яго. «Адна з мэт гардэробных супольнасцей палягае ў тым, каб эфектыўна прадухіляць кандэнсацыю “сапраўдных” (гэта значыць паўнаважных і доўгачасовых) супольнасцей, якія яны імітуюць і (зманліва) абяцаюць аднавіць ці спарадзіць на пустым месцы. Яны расейваюць, а не збіраюць разам нявыкарыстаную энергію сацыяльных падахвочванняў і таму робяць унёсак ва ўвекавечанне самотнасці людзей, адчайна, але беспаспяхова шукаюць кампенсацыі ў рэдкіх узгодненых і гарманічных калектывных справах»¹ [1, с. 216].

Э. Гідэнс, выкарыстоўваючы язду на калясніцы як метафару сучаснасці, ужо з іншага боку падыходзіў да пытання сучаснасці. Калясніца атрымлівае стабільнасць толькі падчас руху, што тлумачыцца дынамічнай, а не статычнай раўнавагай. Пры гэтым калясніца застаецца дастаткова небяспечнай. Рэалізацыя ідэй Асветніцтва істотна адрозніваецца ад таго, што прапануюць тэорыя і першапачатковыя планы. Гэтую розніцу Э. Гідэнс тлумачыў на двух узроўнях. Першы – памылкі праектавання, калі сучаснасць неаддзельна «ад абстрактных сістэм, якія прадугледжваюць вызваленне сацыяльных адносін па ўсім дыяпазоне прасторы і часу, ахопліваючы як абагульненую прыроду, так і сацыяльны свет» [2, с. 294]. Другі – памылкі кіроўцы (ці той самы чалавечы фактар), калі любая калясніца, нават ідэальна спраектаваная, можа разбіцца пры памылцы кіроўцы падчас руху: «І ў адрозненні ад памылак праектавання, сацыяльныя памылкі ўяўляюцца невыпраўнымі» [2, с. 295].

Ва ўмовах сучаснасці сацыяльна-культурнае вымярэнне рэчаіснасці, выкарыстоўваючы новыя веды і метады іх атрымання, не будзе здольным сфармуляваць стабільнае і прадказальнае атачэнне. Даследаванні ў сацыяльнай сферы не проста апісваюць грамадства, але і адначасова спрыяюць яго трансфармацыям. На думку Э. Гідэнса, «гэта фундаментальная ўласцівасць сучаснасці як калясніцы; яна ўздзейнічае на сацыяльную прыроду ў той жа меры, што і самі сацыяльныя інстытуты» [2, с. 297]. Культурныя даследаванні з'яўляюцца не толькі выключна акадэмічнымі. Яны маюць патэнцыял для трансфармацыі і развіцця сацыяльна-культурнай сферы.

Разгляд сітуацыі сучаснасці непазбежна закранае і пытанне мадэрнізацыі. Разнастайнасць культурных трансфармацый падказвае, што «глабалізацыя – гэта не адзін працэс, а складанае спалучэнне цэлага шэрага працэсаў, якія развіваюцца супярэчліва ці нават у супрацьлеглых кірунках» [3, с. 29]. Адначасова ў розных кутках свету пад выглядам глабалізацыі адбываюцца абсалютна неадназначныя працэсы. На лакальным узроўні магчыма стварыць такую праблему, якая страсяне свет і радыкальным чынам перафармацуе сацыяльна-культурныя практыкі насельніцтва планеты. Пандэмія COVID-19 можа быць ілюстрацыяй да гэтага.

Крэатыўныя індустрыі як частка інфраструктуры для мадэрнізацыі

Сённяшні выклік адпаведнасці сучаснасці – гэта перафарматаванне сацыяльна-культурнай сферы і пераасэнсаванне таго, чым з'яўляецца грамадства, а дакладней, грамадства спажывання. Праблема трансфармацыі грамадства ў грамадства спажывання даўно апісана ў межах сацыялогіі і іншых сацыяльна-гуманітарных дысцыплін, а таксама ў розных аспектах гэтага працэсу – спажыванне як канструяванне ідэнтычнасці, спажыванне як падстава для сацыяльнай стратыфікацыі, спажыванне як чыннік структурацыі грамадства і інш. Адбываецца трансфармацыя беларускага грамадства, калі замест невядомага пункта прызначэння сацыяльнай трансфармацыі грамадства пераходнага перыяду людзі паступова кіруюцца ў бок грамадства спажывання.

Гэтым магчыма патлумачыць і ажыятаж вакол спажывання, і ўзмацненне атамізацыі індывідаў, што вядзе да ўтварэння новай формы сацыяльнасці, якую З. Баўман называе «неаплямёнамі, якія па сваёй сутнасці з'яўляюцца ладамі жыцця, а лад жыцця амаль цалкам зводзіцца да стылю спажывання» [4, с. 217], калі складаныя культурныя формы арганізацыі сацыяльнага жыцця замяняюцца практыкамі штодзённага індывідуалізаванага спажывання.

Але ці застаецца ў гэтым працэсе канвеернага спажывання месца для творчасці, калі творчасць – гэта нешта большае, чым здольнасць паспяхова камбінаваць брэндзі ў працэсе спажывання? Варта спыніцца на адрозненні паміж творчасцю і креатыўнасцю. Творчасць успрымаецца як спроба і праява самарэалізацыі і індывідуальнай працы над сабой. Яна не залежыць ад рэакцыі публікі, якая наогул не з'яўляецца абавязковай. Творчасцю могуць займацца ў сваіх інтарэсах і не чакаюць ад гэтай дзейнасці

¹Тут і далей пераклад наш. – А. К.

грашовых узнагарод (яна пазбаўлена манетызацыі), тады як крэатыўнасць – гэта тэхналогія якаснага вырашэння нестандартных задач, вынік рэалізацыі якіх можа задаволіць кліентаў і стане кампрамісам для творчых амбіцый таго, хто непасрэдна займаецца выкананнем задач.

Крэатыўнасць – гэта не алгарытмічны перабор усіх магчымых варыянтаў дзеянняў у пошуках найбольш аптымальнага, а спалучэнне неспалучаемага. Яна ёсць тое, чым сёння заняты крэатыўныя індустрыі ў Беларусі – спробай даць другое жыццё тым фізічным прасторам, якія больш не выкарыстоўваюцца як індустрыяльныя пляцоўкі ў літаральным сэнсе. Пытанне не ў тым, каб паўтарыць практыку іншых замежных культурных прастораў, а ў тым, каб знайсці адпаведную форму тут і зараз, паспрабаваўшы часова зафіксаваць гэту няўлоўную вадкую сучаснасць у пэўным выглядзе. Фактычна гэта тое, што З. Баўман апісваў як праблему існавання гардэробных ці карнавальных супольнасцей, калі людзі не аб'ядноўваюцца на падставе нейкіх глыбокіх ідэй.

Крэатыўныя індустрыі, з аднаго боку, заняты канструяваннем неаплямёнаў на падставе абранага стылю спажывання, а з іншага боку, ствараюць магчымасці для ўтварэння часовых гардэробных супольнасцей. Пры гэтым разуменне адукацыі як чарговай паслугі непазбежна прыводзіць да камадыфікацыі акадэмічнай сферы таго, што можа быць названа акадэмічным капіталізмам. Калі ўсё падпарадкавана аптымізацыі і скарачэнню выдаткаў дзеля павышэння фінансавай эфектыўнасці, то ў выніку можна назіраць скарачэнне тэрміна навучання і інтэнсіфікацыю (фактычна канвеер) адукацыйнага працэсу. Такім прыкладам могуць быць адукацыйныя цэнтры камерцыйных кампаній, якія імкнуцца назвацца ўніверсітэтамі ці акадэміямі, але да ідэі акадэмічных свабод і ўніверсітэцкай аўтаноміі яны не будуць мець ніякага дачынення, таму што карпаратыўныя прафесары працуюць на карысць не ўсяго грамадства, а ў першую чаргу пэўнай карпарацыі, што супярэчыць самой ідэі ўніверсітэта.

Праект будучыні як складнік культурнай ідэнтычнасці

Мінулае вельмі істотна ўплывае на тое, з кім і з чым у ім варта суадносіць уласныя ўяўленні пра будучыню. Як стварыць прывабны праект будучыні, які быў бы скіраваны не ў мінулае, а выключна ў будучыню, і які будзе пазбаўлены пэўных комплексаў мінулага? Людзі, абдзеленыя ўласным мінулым, гатовыя больш лёгка прыняць новыя варыянты сацыяльнай арганізацыі. Цяжка пагадзіцца з такімі радыкальнымі прапановамі праектаў будучыні, як стартап-нацыя ці ІТ-генерацыя, якія татальна пазбаўлены мінулага ў выглядзе ўласнага гістарычнага наратыву. Магчыма, роля і месца крэатыўных індустрыяў у Беларусі заключаюцца ў тым, што індустрыі імкнуцца знайсці кампраміс паміж гэтымі радыкальнымі прапановамі варыянтаў будучыні. Не пазбаўляцца ад няпростага мінулага, а спрабаваць пераасэнсаваць яго. І ў той жа час не пагаджацца на прапановы пачынаць з нуля, а імкнуцца лакалізаваць глабальныя тэндэнцыі ў разуменні будучыні.

Крэатыўныя індустрыі прапаноўваюць розныя варыянты будучыні, якія можна параўноўваць і якія нават канкуруюць. Магчыма, што адчуванне сябе і ўласнай адметнасці прадстаўнікамі крэатыўных індустрыяў можа адрознівацца ад большасці насельніцтва, але асабліваю цікавасць для аўтара дадзенага артыкула прадстаўляе менавіта гэтая розніца поглядаў, адметнасці і новыя мадэлі і формы культуры штодзённасці. Што з'яўляецца сёння сучасным, з цягам часу можа стаць звыклым. Дзейнасць крэатыўных індустрыяў у некаторай ступені скіравана на стварэнне падобнага стылю, новай эстэтыкі і, відавочна, новых сацыяльна-культурных норм. Людзі не чакаюць, калі настане светлая будучыня, а трансфармуюць малымі крокамі рэчаіснасць вакол сябе ў адпаведнасці з тым, як лічаць правільным. Гэтае адчуванне пакуль што не з'яўляецца дамінуючым, але яно дакладна можа быць канкурэнтным для канструявання новай ідэнтычнасці ў пераадоленні мінулага.

Крэатыўныя індустрыі і сучасная культура прапаноўваюць уласнае бачанне будучыні. Падобнае візіянерства з'яўляецца папулярнай і запатрабаванай часткай грамадства спажывання. Анонсы новых мадэлей смартфонаў ці новыя стандарты перадачы дадзеных прывабляюць спажывацоў па ўсім свеце, нават калі да іх краін гэтая з'ява дойдзе не вельмі імкліва і дакладна, што не для ўсіх.

Трансфармацыю сацыяльна-культурнай сферы ажыццяўляюць крэатыўныя індустрыі. К. Кастарыядзіс разглядаў ролю і функцыі ўяўлення як механізма для сацыяльна-культурных трансфармацый. «Уяўленае не з'яўляецца вобразам чагосьці. Яно ёсць бесперапынная, па сутнасці сваёй неабгрунтаваная творчасць (як грамадска-гістарычная, так і псіхічная) сімвалаў (форм, вобразаў), якія толькі і могуць даць падставу для выражэння “вобраза чагосьці”. Тое, што мы называем “рэальнасцю” і “рацыянальнасцю”, з'яўляецца сутнасным вынікам гэтай творчасці» [5, с. 9]. К. Кастарыядзіс выкарыстоўвае метафару магмы як формы, дакладней, адсутнасці сталай формы для праяўлення сацыяльнага. Сацыяльна-культурнае вымярэнне існуе роўна настолькі, наколькі яно можа быць уяўленым супольнасцю. Калі пэўная сацыяльная група разважае пра нешта як насамрэч існуючае, а прадстаўнікі іншых сацыяльных груп адмаўляюць існаванне гэтага феномена, то гэта не калектыўная галюцынацыя першых, а магчымасць для трансфармацыі іх супольных уяўленняў пра рэчаіснасць. «Сацыяльнае ўяўленне (або грамадства, якое стварае інстытуты) існуе ў разуменні-стварэнні ўяўленых сацыяльных значэнняў, ін-

стытутаў і праз яго; у разуменні такіх інстытутаў як “увядзенне ў прысутнасць” гэтых значэнняў, а значэнняў як інстытуцыяналізаваных» [5, с. 452].

К. Кастарыядзіс апісваў механізм працы з будучым праз трансфармацыю сучаснасці тут і зараз: «Інстытуцыяналізацыя сацыяльнага свету кожны раз з’яўляецца неабходнасцю ўсталявання таго, што існуе і не існуе, мае значэнне і не мае значэння, таго, што можа адбывацца і не можа адбывацца, як “па-за” грамадствам (у адносінах да “прыроды”), так і “ўнутры” апошняга. Гэта з неабходнасцю павінна быць для грамадства таксама “прысутнасцю” нябыту, фальшывага, выдуманнага, проста магчымага, але несапраўднага. Менавіта з дапамогай сінергіі ўсіх гэтых схем азначэння для дадзенага грамадства ствараецца “рэальнасць»» [5, с. 454]. Рэалістычнасць супольнага праекта будучыні залежыць не ад масавасці яго прыхільнікаў, але ад глыбіні іх перакананняў і ўяўленняў. Лепшым іх пацвярджэннем выступае практыка, асабліва калі не ўзнікае супярэчнасці.

Заклучэнне

Культурная ідэнтычнасць не мае ўніверсальнага характару, які быў бы пазбаўлены часавага вымярэння. Сацыяльна-культурны кантэкст, у якім адбываецца фарміраванне культурнай ідэнтычнасці, патрабуе наяўнасці адпаведнай культурнай формы і пэўных прынцыпаў арганізацыі. Стварэнне культурнай ідэнтычнасці тут і зараз непазбежна выклікае неабходнасць выпрацоўкі адказаў на аксіялагічныя пытанні адносна разумення мінулага і ўяўлення праекта будучыні.

Культурная ідэнтычнасць трактуецца як частка працэсу рэпрэзентацыі і носіць перфарматыўны характар. Яна ствараецца не як спроба наблізіцца да якога-небудзь ідэальнага прыкладу, а як частка працэсу асэнсавання і канструявання сябе ў працэсе рэпрэзентацыі. Культура існуе як практыка, якая ўключаецца ў працэс сацыяльнага станаўлення, а не проста заклікае да вяртання ў славітае мінулае.

Сучаснасць разглядаецца як праблема ў кантэксце глабалізацыі і мадэрнізацыі. Будучыня не ствараецца ў выглядзе прагнозу ці прадказання. Задача ў тым, каб зразумець магчымасць сфармуляваць прывабны праект будучыні, які не быў бы абцяжараны мінулым.

Сучасныя крэатыўныя індустрыі адначасова выкарыстоўваюць і ствараюць умовы для мадэрнізацыі. Будучыня – гэта тое, да чаго людзі не маюць непасрэднага дачынення, але пры гэтым яна залежыць ад мінулага. Крэатыўныя індустрыі прапаноўваюць уласныя праекты будучыні, якія могуць быць складнікам для пабудовы культурнай ідэнтычнасці. З аднаго боку, гэта можа быць абсалютна павярхоўны і імітацыйны, не абцяжараны мінулым праект будучыні, а з іншага боку, гэта магчымасць прапрацаваць і стварыць прывабны праект будучыні, які не «выракаецца» лакальнай культурнай ідэнтычнасці і ўласнага мінулага, а наадварот, грунтуецца на рэфлексіі, эмоцыях, супольнасці і салідарнасці.

Бібліяграфічныя спасылкі

1. Бауман З. *Текучая современность*. Асочаков ЮВ, переводчик. Санкт Петербург: Питер; 2008. 240 с.
2. Гидденс Э. *Последствия современности*. Ольховиков ГК, Кибальнич ДА, переводчики. Москва: Практик; 2011. 352 с. (Образ общества).
3. Гидденс Э. *Ускользающий мир: как глобализация меняет нашу жизнь*. Коробочкин МЛ, переводчик. Москва: Весь мир; 2004. 120 с.
4. Бауман З. *Мыслить социологически*. Филиппов АФ, переводчик. Москва: Аспект Пресс; 1996. 255 с.
5. Касториadis К. *Воображаемое установление общества*. Офертас С, Волкова Г, переводчики. Москва: Гнозис; 2003. 480 с.

References

1. Bauman Z. *Liquid modernity*. Cambridge: Polity Press; 2000. 228 p. Russian edition: Bauman Z. *Tekuchaya sovremennost'*. Asochakov YuV, translator. Saint Petersburg: Piter; 2008. 240 p.
2. Giddens A. *The consequences of modernity*. Cambridge: Polity Press; 1990. 186 p. Russian edition: Giddens A. *Posledstviya sovremennosti*. Ol'khovikov GK, Kibal'chich DA, translators. Moscow: Praxis; 2011. 352 p. (Obraz obshchestva).
3. Giddens A. *Runaway world: how globalization is reshaping our lives*. London: Taylor & Francis; 2003. 140 p. Russian edition: Giddens A. *Uskol'zayushchii mir: kak globalizatsiya menyaet nashu zhizn'*. Korobochkin ML, translator. Moscow: Ves' mir; 2004. 120 p.
4. Bauman Z. *Thinking sociologically*. New York: John Wiley & Sons; 1990. 198 p. Russian edition: Bauman Z. *Myslit' sotsiologicheski*. Filippov AF, translator. Moscow: Aspekt Press; 1996. 255 p.
5. Castoriadis C. *L'Institution imaginaire de la societe*. Paris: Editions du Seuil; 1975. 498 p. Russian edition: Castoriadis C. *Voobrazhaemoe ustanovlenie obshchestva*. Ofertas S, Volkova G, translators. Moscow: Gnozis; 2003. 480 p.