



УДК 330.567.2

Е.А. Василевская

АНТИКОНСЮМЕРИЗМ КАК УЛОВКА «ОБЩЕСТВА СПЕКТАКЛЯ»

Данная статья анализирует с позиции теории «общества спектакля» некоторые проявления антиконсюмеризма в массовой культуре. Предложено соотношение общества потребления, «общества спектакля» и идеологии цинизма. Рассмотрена история описания общества потребления в художественной и документальной литературе.

Ключевые слова: общество потребления, «общество спектакля», антиутопия, антиконсюмеризм, цинизм.

E.A. Vasilovskaya

ANTI-CONSUMERISM AS THE TRICK OF THE «PERFORMANCE SOCIETY»

The article analyzes some manifestations of anti-consumerism in mass culture from the viewpoint of the «performance society» theory. The relationship between the consumer society, the performance society and the cynicism ideology is offered. The history of the consumer society description in fiction and documentary literature is considered.

Key words: consumer society, «performance society», anti-utopia, anti-consumerism, cynicism.

В последние десятилетия можно наблюдать появление большого числа произведений массовой культуры, критикующих и высмеивающих современное общество как общество потребления. У идеологии консюмеризма (потребительства), таким образом, появилось «новое лицо» – антиконсюмеризм как совокупность общественных, экономических, культурных и контркультурных движений, направленных на критику избыточного потребления и понимания потребления как источника личного и общественного счастья и бесконечного экономического роста. В фокусе идеологов антиконсюмеризма – разграничение естественных и искусственных потребностей (потребностей, не являющихся необходимыми для выживания человека и навязываемых обществом, корпорациями и СМИ), а также избавление от последних.

Характерно, что антипотребительское движение возникло в экономически развитых странах, в первую очередь в США, одновременно с движениями хиппи, антиглобалистов, экологов и других общественных активистов. Именно в странах Европы и Северной Америки консюмеризм критикуется не только философами и социологами, но и авторами популярных книг, фильмов, сериалов, мультфильмов, телепередач. Здесь же распространены такие массовые движения, как simple life (simple living, в переводе с англ. – простая жизнь) [14], инвайроментализм, дауншифтинг, фриганизм [См. 3, с. 95], глубинная экология [4], анархо-примитивизм [13] и т.д. Антиконсюмеризм нашел своих приверженцев среди субкультур хиппи, экологов, сурвивалистов («выживальщиков»), сторонников «зеленых» партий.

Антипотребительство как форма поведения человека в обществе свойственно не только отдельным индивидам, но и широким массам населения. Поскольку оно появилось в тех странах, в которых консюмеризм достиг пика своего развития, то возникает предположение, что антиконсюмеризм в массовой культуре является закономерным явлением, рефлексией общества потребления над самим собой. Действительно, многие произведения массовой культуры написаны от лица типичного представителя среднего или высшего классов, представляющих собой основу массового потребления. Некоторые авторы популярных романов, например Фредерик Бегбедер, непосредственно работали в «святой святых» общества потребления – сфере рекламы. Авторы не только описывают важные свойства и проявления общества потребления, но и подмечают сопутствующие ему явления – цинизм, оболванивание населения, несчастье, долговое рабство, лихорадочное состояние, при котором человек работает большее количество времени для того, чтобы больше потреблять. Последнее явление получило в медийном пространстве и документальной литературе особый

термин – *affluenza* (составное слово, производное от англоязычных слов «грипп» и «изобилие») [См. 5, с. 9]. Таким образом, общество потребления размышляет о себе и констатирует наличие у себя определенных симптомов болезни.

Однако здесь возникает вопрос: действительно ли антиконсюмеризм как установка общественного сознания представляет собой некую самокритику общества или мы имеем дело с циничным самообманом? Ряд современных философов, таких как П. Слотердаjk, считают, что идеология современного общества – это идеология цинизма. «Знать лучшее и делать худшее в пику ему – таково глобальное отношение, существующее сегодня в надстройке», – так описывает цинизм П. Слотердаjk [10, с. 34]. Иначе говоря, на словах мы принимаем антипотребительство как «правила игры», но в жизни поступаем противоположным образом.

Еще более близко к рассматриваемому явлению лежит концепция «общества спектакля» Г. Дебора. По определению философа, «спектакль есть основное производство современного общества» [6, с. 26]; «настоящая фаза тотального захвата общественной жизни плодами экономики ведет к повсеместному сползанию *иметь в казаться*» (курсив автора – Е.В.) [6, с. 26]. «Общество спектакля» носит тотальный повсеместный характер, в котором уже невозможно отличить правду от вымысла, искренность от обмана. «Навязываемая в современном потреблении псевдопотребность не может быть противопоставлена никакой подлинной потребности или желанию, которые сами не были бы сфабрикованы обществом и его историей» [6, с. 45].

Каким образом взаимосвязаны общество потребления и «общество спектакля»? Можно предположить, что спектакль представляет собой визуальное содержание общества потребления, его способ выражения. На наш взгляд, термин «общество спектакля» не заменяет «общество потребления» в полной мере, но отражает один из его аспектов. Иначе говоря, «общество спектакля» – это визуально-семантический модус общества потребления. Неслучайно, что концепции этих типов обществ возникли примерно в одно время – в конце 60-х гг. XX в., когда вышли фундаментальные труды Г. Дебора «Общество спектакля» (1967) и «Общество потребления» Ж. Бодрийера (1970).

Рассмотрим далее наиболее известные примеры описания общества потребления в художественной литературе, чтобы выяснить, являются ли они примерами «спектаклей», цинизма или искренним бунтом против этой системы. Пожалуй, самым ранним произведением в этом отношении является, безусловно, антиутопия Олдоса Хаксли «О дивный новый мир» (1932) – произведение, предугадавшее возникновение общества массового потребления еще до его появления (общеизвестно, что оно сложилось после Второй мировой войны). В романе описывается вымышленный мир далекого будущего, где люди рождаются искусственным путем, и определенным кастам еще на эмбриональной стадии развития прививаются качества, предпочтительные для формирования высокого уровня потребления (низкий интеллект, отвращение к книгам и природе) [См. 12, с. 165].

В мире Олдоса Хаксли правит спектакль: представления, «ощущальные кинозалы» (прототип современных 3-D кинотеатров) с примитивными по сюжету и содержанию фильмами [См. 12, с. 256]; даже дикарь Джон, не испорченный цивилизацией, сам невольно становится спектаклем – когда его привезли в Лондон, он становится популярным зрелищем у публики [См. 12, с. 250], а его самобичевание и самоубийство в финале произведения превращаются в забаву на потеху публике [См. 12, с. 315–317].

В «дивном новом мире» единственный смысл существования людей – счастье, понимаемое как получение удовольствия. Условия таковы, что неудовлетворение просто не возникает: люди биологически создаются так, чтобы между разными кастами не было конфликтов, любовь и страдания заменяются доступностью сексуальных объектов, а для всех случаев несчастья есть безопасный легальный наркотик сома. «Сомы грамм – и нету драм» [12, с. 187] – внушается всему населению. Теоретическое обоснование такому устройству общества дает его лидер, Мустафа Монд: «Нестабильность означает конец цивилизации. Прочная цивилизация немыслима без множества усаждающих пороков» [12, с. 303]. Но желания индивидов искусственны, навязаны пропагандой. Гедонизм, физическое и социальное оглушение людей привели к разложению высокой культуры, очаги которой еще можно было найти в резервациях. Поэтому отщепенец, дикарь Джон, анархически отказывается от такой «цивилизации», требуя подлинных человеческих ценностей: «Не хочу я удобств. Я хочу Бога, поэзию, настоящую опасность, хочу свободу, и добро, и грех» [12, с. 305].

Мы видим, как трагедия Джона превратилась в комедию для одурманенных сомой свидетелей его самоубийства. Аналогичным образом множество людей по всему миру восприняло катастрофу 11 сентября 2001 года как голливудскую постановку со спецэффектами. Можно заметить, что Хаксли описал в их основных чертах современное общество потребления и «общество спектакля» задолго до их появления. Вряд ли будет уместным обвинять писателя в уловке или цинизме, так как такой сценарий развития общества на тот момент воспринимался как фантастический.

Одной из наиболее успешных книг, критикующих общество потребления, стал «Бойцовский клуб» Чака Паланика (1996). Книга и последовавшая за ней экранизация (1999) приобрели культовый статус, особенно среди молодежи. В романе описывается, как безымянный среднестатистический офисный клерк, страдающий раздвоением личности, организует бойцовский клуб, а затем – анархо-террористическую организацию. Герой полагает, что современное общество потребления (особенно офисные службы и сфера обслуживания) подавляют природное мужское начало, превращая мужчин – борцов и охотников – в нечто пассивное и женоподобное (наглядная иллюстрация – образ Боба). Чтобы освободить маскулинность офисных клерков, главный герой и его альтер-эго Тайлер Дёрден и создают бойцовский клуб. Если психоаналитически рассказчик бунтует против фигур Отца (начальник, общество, Бог), то с точки зрения социологии он анархически разрушает символы общества потребления, начиная от взрыва собственной благоустроенной квартиры до крупномасштабного терроризма.

Герой последовательно воплощает по сути буддистскую идею о том, что освобождения можно достичь путем избавления от материальных благ. В начале книги мы видим его одиноким, изможденным бессонницей, что свидетельствует о глубоких психических проблемах. Он описывает свою рабскую зависимость от изобилия: «И вот ты стал пленником своего уютного гнездышка, и вещи, хозяином которых ты некогда был, становятся твоими хозяевами» [9, с. 49]. Наиболее ярко это рабство описывает известная фраза: «Поколение за поколениями люди работают на ненавистных работах только для того, чтобы иметь возможность купить то, что им не нужно» [9, с. 186]. Здесь мы видим замкнутый круг: извне человеку внушаются искусственные потребности, он удовлетворяет их, работая на ненавистной работе, затем его потребности еще больше возрастают, он работает еще больше, погрязая в долгах и страдая, не в силах избавиться от зависимости. Метод решения этой проблемы – анархо-фашистский: добровольное уничтожение своей собственности и насильное – чужой. Только культ насилия может победить культ потребления – таков итог книги.

«Бойцовский клуб» иллюстрирует идею Ги Дебора (также прославившегося своей анархистской деятельностью) о том, что «спектакль – это стадия, на которой товару уже удалось добиться полного захвата общественной жизни» [6, с. 34]. Также в романе заметно влияние Жана Бодрийера – герой, страдающий бессонницей, не может отличить фантазию от реальности, пребывая в своего рода гиперреальности: «Бессонница делает все вокруг очень далеким: копией, снятой с копии, которая, в свою очередь, снята с копии» [9, с. 117]. Таким образом, копировальный аппарат становится символом искусственной реальности консюмеризма, а офисные сотрудники – ее творцами, бесконечно создающими симулякры.

И здесь можно увидеть следующий парадокс: эта книга принесла автору мировую славу, умноженную коммерчески успешной экранизацией. Таким образом, книга, призванная разоблачить общество потребления, сама становится объектом потребления, а также способом преумножения материальных средств. Мы видим, как «Бойцовский клуб», протестуя против системы, сам же укрепляет ее основы, а значит, является ярким воплощением идеологии цинизма.

Своеобразным двойником «Бойцовского клуба» является вышедший в 2000 г. роман Фредерика Бегбедера «99 франков». Так же, как и рассмотренная выше книга, он имел большой успех и был экранизирован в 2007 г. Но здесь цинизм представлен в яркой, прямолинейной форме. Автобиографический герой по имени Октав раскрывает изнанку рекламного бизнеса, из которого уходит, не в силах больше выносить неприкрытый цинизм этой организации. Фактически его словами с нами говорит сама идеология общества потребления: «Я приобщаю вас к наркотику под названием «новинка», а вся прелесть новинок состоит в том, что они очень недолго остаются таковыми. Ибо тут же возникает следующая новинка, которая обратит предыдущую в бросовое старье <...> В моей профессии никто не желает вам счастья. Ведь счастливые люди – не потребляют» [1, с. 20]. Гедонистический цинизм (термин Жижека С.) оборачивается против самого себя; люди, посвятившие свою жизнь поискам удовольствия и материального «счастья», постоянно испытывают разочарование, поскольку это «счастье» раз за разом ускользает от них. Как отметил Г. Дебор, «предмет, который был столь престижным в спектакле, становится пошлым в тот момент, когда он приходит к одному потребителю в то же время, что и к другим» [6, с. 46].

Октав – творческая личность, обладающая талантом создавать привлекательные образы в спектакле. Однако он сталкивается с консерватизмом крупных капиталистов и решает уйти из рекламного бизнеса и спастись от потребления с помощью дауншифтинга (англ. «переключение на более низкую скорость» – переход с высокооплачиваемой работы на менее оплачиваемую в поисках самореализации). В отличие от персонажей Паланика, Октав не идеализирует фашизм как выход из общества потребления. Напротив, он утверждает, что потребление – это тоталитарный режим, приравнивая консюмеризм к фашизму («интегрированный спектакль» в терминологии Дебора). Персонаж Бегбедера иронизирует над бесконечным экономическим ростом: «Давайте производить миллионы тонн продуктов, и мы будем счастливы» [1, с. 39], «их за-

мысел сводился к тому, чтобы уничтожить леса и заменить их автомобилями», критикует безответственность индустриальных магнатов перед следующими поколениями.

Герой в своих рассуждениях описывает бесполезность бунта против спектакля: «Это первая в истории человечества система господства человека над человеком, против которой бессильна даже свобода. <...> Любая критика только льстит ей, любой памфлет только усиливает иллюзию ее слащавой терпимости. <...> Система достигла своей цели: даже непослушание стало формой послушания» [1, с. 26]. Бунт против спектакля – это тоже спектакль.

В отечественной литературе также существуют произведения, направленные на критику потребления, хотя советская экономическая система препятствовала консюмеризму, создав «культуру дефицита», а не «культуру потребления»: здесь господствовало накопление вместо кредита, долговечные товары вместо запланированного устаревания, государственная монополия на производство исключала конкуренцию и сводила рекламу к минимуму и, тем не менее, в СССР появилось одно из самых ранних произведений, критикующих «общество изобилия» Запада – «Хищные вещи века» Аркадия и Бориса Стругацких. Этот «роман-предупреждение» описал вымышленную страну с экономикой, полностью противоположной дефицитной, с главенствующей идеологией гедонизма. Наиболее ярко эта идеология декларируется доктором философии Опиром: «Мы родились в величайшую из эпох – в Эпоху Удовлетворения Желаний. <...> О наука! Ты дала нам, даешь и будешь отныне давать все... пищу – превосходную пищу! – одежду – превосходную, на любой вкус и в любых количествах! – жилье – превосходное жилье! Любовь, радость, удовлетворенность, а для желающих, тех, кто утомлен счастьем, – сладкие слезы» [11, с. 72]. Авторы предлагают нам современное воплощение мифа о Золотом веке, однако указывают на духовно-нравственную и интеллектуальную деградацию жителей города: мещан с крайне узким кругозором, представителей молодежных субкультур, зависящих от психоактивного электронного устройства «слег».

Потребительство и гедонизм в романе достигает своей кульминации в социальном явлении под названием «дрожка»: множество людей выходят на площадь и впадают в экстаз от аудиовизуального воздействия. В современной культуре аналогом этого выступают ночные клубы с их громкой, вводящей в транс музыкой и торговлей наркотиками. Агент Жилин, возмущенный бездуховностью и физической гибелью людей, предлагает «столетний план восстановления и развития человеческого мировоззрения в этой стране» [11, с. 197]. Начальство, возмущенное идеализмом героя (сознание определяет бытие), отвергает его план.

Книга, вышедшая в 1960-е гг., предугадала многие современные девиации и явления, порожденные обществом потребления, а также предложила наиболее эффективный способ их преодоления – работу с сознанием. Современные антиконсюмеристы также настаивают на методах перевоспитания масс населения. В связи с этим хотелось бы отметить фильмы австрийского кинорежиссера Ханса Вайнгартнера, чьи фильмы «Воспитатели» (нем. «Die fetten Jahre sind vorbei», 2004) и «Прочисть мозги!» (нем. «Free Rainer», 2007) обладают выраженной антиконсюмеристской направленностью и близки к произведению А. и Б. Стругацких; во втором из указанных фильмов мечта Жилина о перевоспитании сбывается. Самого Вайнгартнера нельзя определить как носителя цинической идеологии – его фильмы малобюджетны и не пользуются широкой популярностью, а сам автор известен как последовательный марксист.

В современной российской литературе невозможно не обратить внимание на роман философа и социолога А.А. Зиновьева «Глобальный человек» (1997). По сути, Зиновьев не рисует образ далекого будущего, а сатирически, с искренней болью описывает современное состояние общества. Мир «Глобального человека» во многом пересекается с вышеописанными антиутопиями в плане описания морального и интеллектуального разложения, страсти к потребительству, внушаемых людям желаний, эгоизма и культы посредственности, «оболванивания» населения сексом и легальными наркотиками, распада института семьи и т.д. Наглядным примером того, во что превратили людей ценности западной цивилизации, стал образ Евы Адамс [См. 7, с. 28–32] – нигде не учившаяся, не работавшая американка потратила всю свою жизнь на то, чтобы записывать бытовую информацию о себе на компьютер-«исповедальник», в результате чего стала культовой личностью. Рассуждая об антиутопиях прошлого, главный герой стал подозревать, что в его квартире есть устройства слежения, однако понял, что внешний контроль над «западоидами» не нужен – они поработаны своими желаниями изнутри [См. 7, с. 112]. Интегрированный спектакль устанавливает над людьми такой жесткий контроль, какого не могли добиться диктаторские системы XX в.

В романе предполагается, что «западоид» стал доминирующим социальным характером вследствие не биологической, а социальной эволюции [См. 7, с. 416]. Этот тип стал доминировать вследствие хорошей приспособляемости к капиталистическому обществу, умения наживать капитал и расточать деньги в потреблении. Такие качества, как логическое мышление, подлинные эмоции и ответственность, отсеялись в ходе такой эволюции.

В этом роящемся «человейнике» мы видим классические проявления современного общества спектакля. Автор пессимистично описывает его как завершающий этап развития человечества.

Итак, мы рассмотрели основные антипотребительские антиутопии российской и западной художественной литературы. В большинстве своем они схожи по описанию вырождения масс населения под воздействием общества потребления. Некоторые из них предугадали появление данного типа общества, но большинство описывают уже сложившиеся социальные структуры и отношения. И во всех случаях произведения сами стали предметом потребления.

Однако есть целый пласт нехудожественной, документальной прозы, критикующей потребление и предлагающей реальные пути спасения от «аффлюэнцы». В большинстве своем эти книги написаны активистами-антиконсьюмеристами; многие из них еще не переведены на русский язык. Можно видеть в этом элемент самоорганизации общества, понимающего свои дисфункции и пытающегося с ними бороться, поскольку ни в одной стране мира еще не зафиксировано государственных мер борьбы с потребительством (кроме введения прогрессивного налога); часто государство вместе с бизнес-элитой, наоборот, способствует созданию искусственного спроса – в этом заинтересованы все, кроме поработанных системой людей.

Наиболее популярной в мире телепередачей, направленной на всесторонний анализ консьюмеризма и борьбу с ним, была американская «Affluenza», выходящая в 1996–2000 гг. По мотивам передачи ее авторы, Дэвид Ванн, Томас Нэйлор и Джон Де Грааф, в 2001 г. выпустили книгу, известную в русском переводе как «Потреблятьство. Болезнь, угрожающая миру» (обращает на себя внимание название в духе философии киников, данное переводчиками). Авторы телепередачи хотели объяснить населению США, что чрезмерное потребление стало болезненным образом жизни, порождающим личные и глобальные проблемы. Они намеренно использовали цинические приемы спектакля: «В Чикаго на съезде журналистов, работающих на передачах РВС, мы были в белых халатах, со стетоскопами и табличками на груди <...> Мы хотели дать понять, что наше шоу будет столь же развлекательным, сколь информативным. Ложка сахара должна подсластить горькую пилюлю» [5, с. 3–4]. Телепередача пользовалась успехом в самых различных странах мира (в России, Израиле, мусульманских странах, странах Африки и т.д.), что свидетельствует, насколько широко распространилось влияние консьюмеризма. В качестве мотива написания книги авторы указывают необходимость более глубокого анализа этого «недуга», что невозможно в рамках телевидения [См. 5, с. 5]. В работе описываются не только рядовые американцы-потребители, но и дают оценку себе продавцы, политики, экономисты и другие эксперты; предлагаются советы по избавлению от зависимости и возвращению к естественной радости жизни, описываются антиконсьюмеристские социальные практики.

Можно заметить, что несмотря на ярко выраженную форму спектакля (телевизионное шоу), «Affluenza» достигла сдвига в массовом сознании – хотя бы на уровне понимания сложившейся ситуации как ненормальной. Можно негативно относиться к телевидению, однако книга «Потреблятьство. Болезнь, угрожающая миру» действительно представляет собой довольно тщательное журналистское исследование.

Другим известным примером журналистского исследования является книга Наоми Кляйн «No Logo. Люди против брэндов», критикующая рекламу, маркетинг и транснациональные корпорации. «No Logo превратилась в культурный манифест для критиков несдерживаемого во всем мире капитализма», – сообщается на официальном сайте писательницы [См. 8].

Несмотря на обилие критики консьюмеризма в массовой культуре, вопрос, насколько серьезно все это, остается открытым. Террористические акции анархо-примитивистов, Greenpeace и других организаций подвергают сомнению осмысленность экологического и антиконсьюмеристского активизма. Демонстративное потребление по сути порождает демонстративное антипотребительство, у каждого из этих товаров – свой покупатель, у каждого спектакля – свой зритель. Как заметил Жан Бодрийяр, «в системе запрограммировано ее собственное – мнимое – отрицание, подобно тому, как в промышленных товарах запрограммирован их быстрый износ. Между прочим, это самый надежный способ уничтожить какую бы то ни было альтернативу. Существующий мир лишается внеположенной точки, с которой можно было бы посмотреть на него, лишается антагониста; он полностью завораживает и поглощает всех и вся» [2]. Таким образом, реальная действительность оказывается мрачнее самой страшной антиутопии.

Литература

1. Бегбедер Ф. 99 франков. – М.: Иностранка, Азбука-Аттикус, 2013. – 400 с.
2. Бодрийяр Ж. «Матрица» – почему этот фильм восхищает философов. – URL: <http://jungland.net/node/953> (дата обращения: 05.10.2014).
3. Бурак П.М. Мировоззренческий кризис и коэволюционный нигилизм современного общества // Труды БГТУ. – 2012. – № 5. – С. 92–95.

4. Вайзер Т.В. Быть-вне-сообщества как проблема современной глубинной экологии // Философские науки. – 2013. – № 8. – С. 81–95.
5. Ванн Д., Нэйлор Т.Х., Де Грааф Дж. Потреблятьство. Болезнь, угрожающая миру. – URL: http://kob.rv.ua/doki-dai/dotu/other/vann_dyevid_potreblyatstvo_bolezn_ugrozhayushaya_miru.pdf.
6. Дебор Г. Общество спектакля. – М.: Логос, 2000. – 184 с.
7. Зиновьев А.А. Глобальный человек. – М.: Центрполиграф, 2000. – 459 с.
8. Официальный сайт Наоми Кляйн. – URL: <http://www.naomiklein.org/no-logo> (дата обращения: 05.10.2014).
9. Паланик Ч. Бойцовский клуб. – М.: АСТ: Астрель, 2012. – 252 с.
10. Слотердайк П. Критика цинического разума. – Екатеринбург: У-Фактория; М.: АСТ МОСКВА, 2009. – 800 с.
11. Стругацкий А., Стругацкий Б. Хищные вещи века. Чрезвычайные происшествия. Полдень, XXII век. – М.: ООО «Издательство АСТ»; СПб.: Terra Fantastica, 1997. – 672 с.
12. Хаксли О. О дивный новый мир // О дивный новый мир: сб. – М.: АСТ: АСТ МОСКВА: ХРАНИТЕЛЬ, 2006. – С. 149–317.
13. Booth S. Primitivism: An Illusion with No Future. – URL: <http://greenanarchy.org/primitivism> (дата обращения: 05.10.2014).
14. Eller V. The Simple Life. – URL: <http://www.hccentral.com/eller3/index.html> (дата обращения: 05.10.2014).



УДК 111

М.Н. Евструпов

«ЛЮБОЕ»: ОНТОЛОГИЧЕСКИЙ МАНЬЕРИЗМ ДЖОРДЖО АГАМБЕНА

В статье анализируется концепция «любого» бытия современного итальянского философа Джорджо Агамбена. При этом «любое» как манера существования трактуется как способ говорить о самости, поскольку та принадлежит грядущему сообществу.

Ключевые слова: Агамбен, самость, манера, сообщество, «любое» бытие.

М.Н. Evstropov

«ANY»: ONTOLOGICAL MANNERISM OF GIORGIO AGAMBen

The concept of «any» being by contemporary Italian philosopher Giorgio Agamben is analyzed in the article. The «any» as the manner of existence is interpreted as the way of talking about self as far as it belongs to the coming community.

Key words: Agamben, self, manner, community, «any» being.

Джорджо Агамбен – один из немногих современных мыслителей, призывающих в очередной раз обратиться к онтологической проблематике – к «самим вещам», к тому, что есть, вернее, к *такому*, как есть. К *любому*, какому угодно бытию. Категория «любого» оказывается в центре его размышлений, прежде всего, в книге «Грядущее сообщество» (*La comunità che viene*, 1990 [1, 13]). Об этой довольно странной на первый взгляд категории мы и хотели бы здесь поговорить.

Призыв «к самим вещам», давно уже представляющийся старомодным или провокационным, в исполнении Агамбена звучит несколько обескураживающе, поскольку означает «к *любым* вещам»: «сами вещи» перестают в нём быть каким-то особенным, привилегированным или специально подготовленным онтологическим регионом – «реальным», «реальнейшим», или даже «более реальным, чем само реальное». «Сами вещи» оказываются *какими угодно* вещами – предоставленными самим себе, покинутыми, вверенными безвозвратно своему собственному «так».

Любое – категория онтологического маньеризма, приходящего на смену большим онтологическим стилям. Это больше не фасцинирующее Единое и не отверженное Иное. Словно бы маргинальная философия, ища периферийные, ещё не актуализированные или уже смещённые темы, с удивлением обнаружива-