

ГУРОВА Інна

доцент кафедри культурології та
філософської антропології

Національного педагогічного університету
імені М.П. Драгоманова

РАЦІОНАЛЬНИЙ ЕГОЇЗМ ЯК ПРОВІДНИЙ МОТИВ СУЧАСНОЇ УКРАЇНСЬКОЇ ПОПУЛЯРНОЇ КУЛЬТУРИ

На сьогоднішній день змінюється візія наукових розвідок у гуманітаристиці – від аналізу масової культури – до популярної, все більше гуманітаріїв по всьому світу звертають свої погляди на дослідження популярної культури. Не дивлячись на велике розмаїття її контраверсійних оцінок, беззаперечним є той факт, що популярна культура стала невід'ємною складовою буття сучасної людини, сформувала своєрідне середовище проживання, органічно поєднавшись з повсякденням. У зв'язку з цим до аналізу залучаються ті культурні практики, які раніше вважались маргінальними (комікси, телесеріали, бульварна література, реклама, туризм, способи дозвілля, мода тощо). Популярну культуру, ґрунтуючись на дослідженнях британської школи *cultural studies*, можна розуміти як «весь спосіб життя людей», як сукупність повсякденних культурних практик. Культурні практики можемо визначити як діяльність по створенню креативного продукту, яка виникає на межі професійної і аматорської творчості.

Як зазначає український дослідник Т.Лютий, масова культура – це ті культурні продукти, які спускаються згори до низу, а популярна – це ті людські практики, що виникають у

місті та з низин піднімаються вгору [2]. Тобто популярна культура твориться в середовищі людського повсякдення.

Егоїзм – це крайній вияв індивідуалізму, такого світогляду, в якому інтереси індивіда протиставляються інтересам спільноти. Починаючи з XVIII ст. (час появи у науковому дискурсі), егоїзм розумівся як пояснення людської поведінки, спрямованої лише на догоду собі, своїм бажанням, часто непотрібним забаганкам, а це, у свою чергу, призводило до споживацького ставлення до інших людей.

Класичне розуміння егоїзму дає нам приклади негативних конотацій пов'язаних з цим феноменом, бо наголос робився здебільшого на матеріальних, корисливих зацікавленнях суб'єкта, досягненні його особистого матеріального блага. Так, наприклад, Еріх Фромм розумів егоїзм як різновид жадібності, навіть ненажерливості.

Наразі егоїзм тлумачиться в українській популярній культурі переважно як така духовна цінність, що пов'язана з любов'ю до себе (себелюбство), але як така любов до себе, яка не заважає інтересам інших людей. У такому випадку він трактується як Рациональний (розумний) егоїзм. Теорія розумного егоїзму не нова в культурі, вона існує від античних часів, зокрема у Протагора з його висловом «людина є мірою усіх речей», у філософів XVII ст. (Локк, Гоббс та ін.), у мислителів доби просвітництва, але докладно розкрита у російського письменника і філософа Миколи Чернишевського (друга половина XIX ст.) та сучасної американської письменниці Айн Ренд (роман «Атлант розправив плечі»). Обидва автори обстоювали ідею про те, що правдиво усвідомлений особистий інтерес узгоджується із суспільним благом. Вони були переконані, що кожна людина – це не засіб

для досягнення чийхось інтересів, а людина є самоціль; що людина має право жити не задля цілого, спільноти, а заради себе, своїх розумних інтересів. Розумні інтереси – це ті, які свідомо обрані як такі, що не шкодять іншим, і раціональний (розумний) егоїзм у такому випадку, передбачає наявність логічного обґрунтування своєї поведінки, спроможності аналізувати і робити відповідні висновки.

В українській популярній культурі тема раціонального егоїзму активно почала розгортатись з часів незалежності як антитеза ідеології колективізму, яка була офіційною радянською доктриною і панувала в Україні за соціалістичної доби. З 90-х років ХХ ст. в суспільній свідомості все більше поширювались ідеї про те, що егоїзм властивий кожній людині як прояв природного інстинкту самозбереження, що він, усвідомлений як приватний інтерес, може бути важливим стимулом економічної поведінки.

С. Філоненко пише, що егоїзм наразі став поведінковою моделлю, модою і просто брендом [4]. Такі приклади ми можемо виявити у популярній українській культурі. Так, він пропагується в українській рекламі («І нехай увесь світ зачекає...» від компанії «Данон»).

Зі слоганами на зразок: «часопис для тих, хто себе любить» виходить глянцева преса під назвами «Его», «Generation Эгоист», «Егоїст».

Ресторани, парфуми, нічні клуби отримують розповсюджену назву «Егоїст». Жіночі журнали, пропонуючи товари по догляду за тілом чи обличчям, модне вбрання, косметичні процедури чи прикраси, закликають «полюбити себе».

Основна відмінність раціонального егоїста – навичка вправно розв'язувати посталі проблеми на свою користь, але зважаючи при цьому на інтереси оточуючих людей. Необхідно також турбуватися про себе усіма можливими засобами, тому масово започатковуються і функціонують культурно-оздоровчі практики часто-густо під брандом «Егоїст» (боулінг-клуби, спасалони, барбер-шопи тощо).

Раціональний егоїст віднаходить мету в самому собі, тому в українській популярній культурі поширились курси особистісного зростання, тренінги «Як досягти успіху», тренінги впевненості, тренінги про те, як правильно ставити цілі і досягати їх тощо. Як зазначають автори подібних заходів, вони допоможуть у самоактуалізації особистості, усвідомленні своїх можливостей і потенцій, розумінні граней своєї особистості, розкритті і вдосконаленні тих якостей, які можуть допомогти досягти життєвого успіху.

На тренінгах активного особистісного росту людину навчать лідерським якостям, допоможуть у підвищенні професійної кваліфікації та ефективності. Виходячи з того, що подібні культурні практики збирають чимало охочих, існує багато людей, що хочуть у собі щось змінити або поліпшити, а отже самостійно і свідомо вибудовувати свою життєву траєкторію, покладаючись лише на себе і не сподіваючись на інших.

В українській популярній культурі останнім часом вийшли друком літературні твори, провідною ідеєю яких постає саме раціональний егоїзм.

Так, Марина Гримич, знана письменниця і поважна вчена, у 2007 році написала роман під назвою «Егоїст» [1]. У ньому авторка пропонує читачеві у якості головного персонажа

непересічну особистість, нашого сучасника, адвоката і політика, з уславленими предками-козаками на ім'я Георгій Липинський. Він являє собою образ людини, яка яскраво втілює риси, притаманні егоїстам: намагання вийти за межі середньостатистичної людини, максималізм, принциповість, амбітність, високий професіоналізм, відповідальність за своє життя, власне задоволення.

Головний герой усвідомлює, що він егоїст, ба, більше, він цілеспрямовано формує себе як егоїста, і поводить себе відповідним чином. Він практично реалізує свої принципи, втілюючи їх зокрема й на побутовому рівні. Г. Липинський влаштовує своє повсякдення за власним розумінням, прасуючи шкарпетки та тішачись з великої кількості краваток, розкладених у бездоганному порядку. Навіть у таких дрібницях персонаж хоче бути досконалим. Це людина, яка в першу чергу, піклується про себе, але робить це свідомо і розумно. Тим не менше, це раціональний егоїзм, адже усі сповідувані ним принципи чи побутові звички не заважають, і тим більше, не шкодять оточуючим.

У 2008 році побачила світ збірка есеїв Світлани Пиркало про гастрономічні смаки і кулінарні уподобання: «Кухня егоїста». Але ці роздуми – не збірка популярних рецептів чи опис невідомих страв, це рефлексія авторки про внутрішню свободу людини, ту свободу, яка виявляється й у щоденній триразовій насолоді під час смакування стравами. Авторка закликає українців відмовитись від звичної традиції готувати найкращі наїдки лише на святковий стіл для гостей, а куховарити з задоволенням для себе щодня. Вона переконує, що людина гідна того, щоб споживати лише ті страви, які приносять радість і, навіть, щастя від їх вишуканих смаків.

С.Пиркало зазначає, що не лише її есеї будуть написані з точки зору кухаря-егоїста, але й пропонуватиметься егоїзм, але такий, який «дозволяє тобі індивідуальність і не дозволяє терпіти хамство на тій підставі, що всі інші терплять. Він змушує тебе бути терпимим до егоїзмів інших, але відстоювати своє право на особистий простір» [3, с.6].

Таким чином, в українській популярній культурі одним із провідних мотивів є раціональний егоїзм, який став актуальним як заперечення попередньої установки про цінність колективізму. Це один із різновидів егоїзму, який закликає любити себе, але робити це свідомо, без шкоди для інших людей. У зіставленні з бездумним животінням, коли людина взагалі не міркує, не вважає себе вартою кращого життя, розумний егоїзм видається цілком достойним та прийнятним варіантом, адже думати – важливо, турбуватись про себе – правильно, що й демонструється у сучасній популярній культурі.

Список використаних джерел:

1. Гримич М. Егоїст: [роман] / Марина Гримич. – К.: ПП «Дуліби», 2006.
2. Лютий Т., Ярош О. Культура масова і популярна: теорії та практики / Т. Лютий, О. Ярош. – К.: Агентство «Україна», 2007. – 124 с.
3. Пиркало С. Кухня егоїста / Світлана Пиркало. – Видавництво «Факт» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.dt.ua/3000/3680/61662>.
4. Філоненко С. «І нехай весь світ зачекає...». Егоїзм як світогляд у сучасній українській масовій літературі/ С. Філоненко // Українська література в загальноосвітній школі. – 2009. – № 10. – С.2-5.