

Бараш Любовь Александровна

ЦЕННОСТЬ ПОСТМОДЕРНИСТСКОЙ ХУДОЖЕСТВЕННОЙ КОММУНИКАЦИИ

Статья посвящена исследованию ценностей постмодернистской художественной коммуникации. Рассматривается возможность философской трактовки контактов художника и зрителя вне субъектно-объектной парадигмы. В качестве такой интерпретации предстаёт интерсубъективность в художественной сфере. В центре внимания автора - причины кризиса ценностей постмодернистской художественной коммуникации. Анализируется специфика высших (духовных) и инструментальных (социальных) ценностей в постмодернистской художественной коммуникации, а также аксиологический аспект массовой культуры.

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/3/2016/10/8.html

Источник

Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики

Тамбов: Грамота, 2016. № 10(72) С. 39-43. ISSN 1997-292X.

Адрес журнала: www.gramota.net/editions/3.html

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/3/2016/10/

© Издательство "Грамота"

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: www.gramota.net
Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: hist@gramota.net

3. Пионерская правда. 1941. 24 июня.
4. Пионерская правда. 1941. 5 августа.
5. Пионерская правда. 1941. 6 сентября.
6. Пионерская правда. 1941. 16 сентября.
7. Пионерская правда. 1941. 18 сентября.
8. Пионерская правда. 1941. 4 октября.
9. Пионерская правда. 1942. 31 января.
10. Пионерская правда. 1942. 14 февраля.
11. Пионерская правда. 1942. 18 февраля.
12. Пионерская правда. 1942. 28 февраля.
13. Пионерская правда. 1942. 4 марта.
14. Пионерская правда. 1942. 22 апреля.
15. Пионерская правда. 1943. 17 марта.
16. Пионерская правда. 1944. 29 февраля.
17. Пионерская правда. 1944. 14 марта.
18. Пионерская правда. 1944. 6 июня.
19. Пионерская правда. 1945. 22 мая.

ROLE OF “PIONERSKAYA PRAVDA (TRUTH FOR YOUNG PIONEERS)” IN EDUCATING SCHOOLCHILDREN IN THE YEARS OF THE GREAT PATRIOTIC WAR

Bakulina Tat'yana Ivanovna, Ph. D. in History, Associate Professor
Vycherov Dmitrii Aleksandrovich
Tyumen State University
bakulina_t_i@mail.ru; vorcyl@mail.ru

The article is devoted to analyzing the contribution of the “Pionerskaya Pravda (Truth for Young Pioneers)” newspaper to schoolchildren’s education in the years of the Great Patriotic War. The authors identify changes in the publication’s structure, analyze the functions and thematic orientation of the newspaper in the war years, describe its peculiarities, and discover its role as an ideological transmitter and initiator of a dialogue with the reader on patriotic education problems.

Key words and phrases: Soviet patriotism; mass media; children’s newspaper; military and patriotic education; historical memory; enemy image; improvement of military and physical training; ideological influence; periodicals’ communicative function.

УДК 74

Философские науки

Статья посвящена исследованию ценностей постмодернистской художественной коммуникации. Рассматривается возможность философской трактовки контактов художника и зрителя вне субъектно-объектной парадигмы. В качестве такой интерпретации предстаёт интересубъективность в художественной сфере. В центре внимания автора – причины кризиса ценностей постмодернистской художественной коммуникации. Анализируется специфика высших (духовных) и инструментальных (социальных) ценностей в постмодернистской художественной коммуникации, а также аксиологический аспект массовой культуры.

Ключевые слова и фразы: постмодернизм; ценность; трансцендентальные ценности; инструментальные (социальные) ценности; художественная коммуникация; субъективность; интересубъективность; эстетика симуляции.

Бараш Любовь Александровна, к. филос. н.
Российский университет дружбы народов (филиал) в г. Сочи
Libar3017@mail.ru

ЦЕННОСТЬ ПОСТМОДЕРНИСТСКОЙ ХУДОЖЕСТВЕННОЙ КОММУНИКАЦИИ

В чём заключается тайна незримой нити, связывающей художника и зрителя? Быть может, она в самом произведении искусства? Или в магии взаимного притяжения друг к другу художника, призванного сказать своим искусством нечто важное, и другого человека, которому необходимо услышать и понять сказанное им? Эта незримая нить, соединяющая человеческие души – *ценность* художественной коммуникации, где слиты воедино и художественные достоинства произведения искусства, и процесс общения между художником и зрителем. Но вот на сцену выходит пианист, садится за рояль, вскидывает над клавишами руки и – тишина... Только тишина в течении 4 минут и 33 секунд. Это произведение Д. Кейджа «4. 33». Вот книга, и читать её можно с любого места, в любом порядке и последовательности. Роман американского писателя Р. Федермана так и называется – «На ваше усмотрение». Ещё один роман – «Барышня из А.» Ж. Ривэ: ни одного авторского слова, только 750 цитат из 408 источников. А вот произведение изобразительного, впрочем, может быть, неизобразительного искусства – «звуковая скульптура». Скульптуры как материального объекта нет, зато есть формирование пластики звука – электронного и акустического. Что это – искусство или неискусство? И если это не искусство, то можно ли говорить о ценности художественной коммуникации на основе этого «неискусства»?

Действительно, в Постмодернизме стираются грани между искусством и неискусством, между его пространственными и временными видами, роль художника умалается до роли комбинатора чужих цитат, а роль зрителя возрастает до роли автора. Если на наших глазах рождается совершенно новая художественная коммуникация грядущей эпохи, то какова специфика ценностей этой коммуникации?

Периоды выработки новых ценностных ориентиров случались в истории культуры не раз. Происходила девальвация общепризнанных образцов, низвержение прежних кумиров и драматические поиски новых, столкновение идей, противостояние взглядов. В такие переходные периоды складывался новый тип отношений между художником и зрителем, проблема авторства решалась на основе других ценностей, возникали новые «ожидания» зрителя. И постмодернистский этап в этом отношении не является исключением.

Однако помимо сходства, касающегося разрушения старых ценностей и поисков новых, постмодернистская художественная коммуникация содержит в себе и различия по сравнению с коммуникационными особенностями прежних кризисных периодов. Противоречия, которые обнаруживаются уже в самих этих различиях, свидетельствуют о динамике культурного процесса, о том, что ценности являются неустоявшимися, что их бытие – это становление.

Во-первых, если в результате преодоления предыдущих кризисов взаимоотношения художника и зрителя гармонизовались в плане *взаимопонимания*, то сейчас они в целом далеки от этого. Недаром Бодрийяр считает такие отношения «*симулятивной моделью*» коммуникации, из которой заранее исключены *взаимность*, антагонизм партнёров и амбивалентность их обмена» [4, с. 186, 197]. По его мнению, это «некоммуникация», слово без ответа. Однако постмодернистская культурная ситуация настолько противоречива, что обнаруживается не только это качество, но и противоположное. В зависимости от многих факторов – общественной значимости произведения, уровня таланта автора и исполнителя, подготовленности аудитории – общение художника и зрителя может проходить при полном взаимопонимании.

Во-вторых, если в ходе прежних кризисных потрясений, даже с учётом всё возросшего количества стилей, художественных направлений и течений, в результате вырабатывались некие общезначимые, обусловленные объективными критериями ценности, то в постмодернизме их *плюрализм* в художественной коммуникации только усиливается.

В-третьих, если вся предыдущая история западноевропейской культуры свидетельствует о том, что по мере развития личностного, субъективного начала религиозная тема в искусстве становилась всё менее актуальной, то сегодня *религиозные ценности* снова занимают в художественной коммуникации немалое место (новозаветная тема в поэзии И. Бродского, религиозное содержание произведений Г. Свиридова, В. Гаврилина, В. Мартынова, О. Мессиана, Я. Ксенакиса, К. Пендерещкого, К. Орфа, К. Штокхаузена). И в то же время постмодернистский плюрализм допускает порой настолько вольное обращение с этой темой, что коммуникация приобретает характер глумления над сакральными ценностями.

На фоне всех этих противоречий возникают следующие вопросы. Какова причина кризиса ценностей постмодернистской художественной коммуникации? В чём специфика этих ценностей?

Самый краткий ответ на первый вопрос – это невозможность практического осуществления постмодернистской художественной коммуникации и её философской трактовки в рамках субъектно-объектной парадигмы. Гносеологическая направленность классической философии не исключала возможности мыслить взаимоотношения художника и зрителя в антропологическом измерении. Кантовская «всеобщая сообщаемость душевного состояния» как «субъективное условие» суждения вкуса связана с познавательными способностями, однако исходит «из естественной склонности людей к общению» [13, с. 85-86]. Все аксиологические понятия Канта – эстетический вкус, суждение вкуса, идеал красоты – соотносятся с человеком. Способность эстетического суждения зависит от удовольствия или неудовольствия, являющихся, в сущности, ценностными эмоциями. Антропологическая суть критериев ценности у Канта – это «субъективное», «человеческое», имеющее обоснование в нравственности, морали: «Прекрасное есть символ нравственно доброго».

У Гегеля искусство является одной из трёх ипостасей царства абсолютного духа наряду с религией и философией. В постижении абсолютного духа «художественное произведение представляет нам в чувственном виде истину, дух как *объект*» [7, с. 172] и в этом плане искусство *объективно*; в религии эта «объективность как бы поглощена и усвоена», её содержание «стало достоянием сердца и души» [Там же], и в этом её *субъективность*; в философии же объединены оба эти аспекта, мышление является «самой внутренней, самой подлинной *субъективностью*» [Там же, с. 173]. Индивид в качестве замкнутого в себе субъекта имеет дело с объективностью искусства, но здесь оказывается, что объективность оборачивается коммуникативной своей стороной: «любое произведение искусства представляет собой *диалог* с каждым стоящим перед ним человеком», «оно в качестве действительного, обособленного объекта существует не для себя, а *для нас, для публики*, которая созерцает художественное произведение и наслаждается им» [Там же, с. 313].

На основе субъектно-объектной парадигмы строилось изучение художественной коммуникации и её ценностного аспекта и в отечественной эстетике XX века. Рассматривая структуру искусства, эстетическую и художественную ценность, Л. Н. Столович утверждает, что «в художественной ценности материализуется, воплощается единство *объективной* и *субъективной* сторон эстетического отношения человека к миру» [18, с. 244], прослеживает исторический путь становления идеи эстетической ценности [17]. В основе философской теории общения и философской теории природы ценности М. С. Кагана также лежат субъектно-объектные отношения. Высказанные им идеи позволяют трактовать художественную коммуникацию как межсубъектные отношения, а её ценность изучать в соотношении с реальной социокультурной средой, где функционируют и изменяются ценностные отношения, оказывая на эту среду обратное воздействие [11; 12]. Эта мысль весьма плодотворна в том плане, что аксиологическая теория в целом и представления о ценности художественной

коммуникации в частности, складывавшиеся в прошлом веке, несомненно, будут развиваться в дальнейшем уже на основе социокультурных реалий XXI века.

Специфика современной социокультурной ситуации в том, что понятия «субъект» и «объект» наполняются новым содержанием. Соответственно меняется и характеристика художественной коммуникации, и понимание её ценности. «Смерть субъекта», «смерть автора» [1], провозглашённые постмодернизмом, означают, в сущности, не столько исчезновение субъектно-объектной парадигмы (в любом из направлений неклассической философии присутствуют и субъект, и объект, истолковываемые в разных концепциях по-разному), сколько уход с авансцены культуры рационального субъекта декартовского типа и утверждение в новых условиях субъекта «децентрированного». Если в классической философии существовала оппозиция и дополительность *воображаемого* и *реального*, то в структурализме открывается третий порядок, третье царство: царство *символического* [9, с. 135]. Субъект является связующим звеном между реальным, воображаемым и *символическим*, тем, что конституирует новые смыслы. Субъект – это «символическая инстанция», «подпочва под любым грунтом *реального* и любыми небесами *воображения*» [Там же, с. 136, 170].

Наряду с этим не может не меняться и трактовка объекта. Его онтологическая суть в классической философии подразумевала определённую значимость, существование конкретного денотата. В постмодернизме утверждается бесконечное *множество* значений объекта (*открытость* текста, произведения) [21], безграничные возможности самых различных интерпретаций. Неизбежное следствие этого – *релятивизм* ценностного отношения. Постмодернистская интерпретация текста – это прежде всего сформулированная Деррида *деконструкция*, при которой открывается множество точек «центрации», происходит бесконечная игра знаковых замещений [10, с. 449], выявляются многочисленные взаимодействия текста с другими текстами, когда теряется определённая значимость и становится гораздо более сложным ценностное отношение. Таким образом, отсутствие самодостаточности *субъекта* и определённости значения *объекта* как бы растворяют их друг в друге и ставят на повестку дня совсем иной тип философствования.

В чём же искать философские обоснования постмодернистской художественной коммуникации и её ценностных характеристик, если ускользает возможность её трактовки как межсубъектных отношений? Рассматривая различные концепции современной философии, мы находим только один плодотворный путь – объяснение коммуникативных процессов, в том числе художественных, в русле *интерсубъективности*. Интересно, что к интерсубъективности обращаются представители разных направлений, расходясь в деталях, но при этом обнаруживая общность исходной позиции: современное человечество живёт в *интерсубъективном мире*, и изучение коммуникации предстаёт как всё более глубокое проникновение в закономерности его существования.

Открытие Гуссерлем этого мира – это введение в научный обиход понятия «интенциональных объектов», существующих аподиктически и дающих множество аподиктических истин. Трансцендентальные субъекты Гуссерля – сообщество монад, общающихся друг с другом и обменивающихся мнением по поводу интенциональных объектов [8]. В постструктурализме субъект также является интерсубъективным [9, с. 170]. Но если постструктуралистский интерсубъективный мир центра не имеет, то в феноменологическом интерсубъективном мире есть центр – внутренний мир трансцендентального субъекта. Но что такое субъект – это человек, личность? По Гуссерлю, не следует с наивной прямотой считать его значимым в качестве конкретного человека, это только «феномен», полюс трансцендентальных вопрошаний, в которых конституируется душа, душевная жизнь, психофизические черты реального человека [8, с. 302, 303]. Структуралистский субъект также деперсонализирован. Это не больше и не меньше как «герой: ни Бог, ни человек, ни личный, ни универсальный, он – без тождества, сделанный из неперсональных индивидуальностей и до-индивидуальных единичностей» [9, с. 172].

В экзистенциальной философии проблема интерсубъективности связана с осмыслением роли Другого. У Ясперса присутствие Другого в фактическом бытии вырастает в проблему коммуникации, которая трактуется как встреча двух экзистенций – Я и Другого, где общность рождается в «борющейся любви» [22]. Интерсубъективность здесь может быть истолкована как *бисубъектность* (субъект-субъектность), а шире – *полисубъективность*. Я и Другой – соучастники общего экзистенциального переживания и у Сартра. Во взаимоотношениях обоих экзистенциальных партнёров здесь есть окраска агрессии, а в любви проявляются противоречивые стремления «владеть» Другим, но «владеть» так, чтобы Другой при этом оставался суверенным, свободным. Дилемма – либо «бытие-для-себя», либо «бытие-в-себе» – оказывается неразрешимой, а «бытие-для-других» изначально конфликтно [16]. Главной ценностью, обретаемой художником в коммуникации, по мнению Сартра, является уход в иррациональный мир из мира реального, как это описано в «L'idiote de la famille». «Истинную коммуникацию» Ясперса – высший, духовный вид экзистенциального общения равных, их «борющейся любви» – можно понимать и как художественную коммуникацию, если основа её – произведение искусства.

С точки зрения французского постструктурализма, ценностей художественной коммуникации просто не может быть – ни высших, ни инструментальных, ни истинных, ни ложных. Есть Текст, у которого нет и не может быть центра. Есть денотат с постоянно меняющимся, ускользающим и обновляющимся значением. Есть бесконечное множество изменчивых коннотатов. Но нет прочно закреплённого за денотатом значения. Нет качественной определённости художественного произведения. Нет критериев для его оценки. Поэтому любая точка зрения об этом произведении не может быть оспорена. Любое оценочное высказывание имеет право на существование. Что угодно может быть объявлено ценностью вне зависимости от его художественных свойств. И что угодно может быть ниспровергнуто как антиценность. Критериев красоты, выразительности, мастерства, таланта, идейной и художественной значимости не существует. В качестве произведения искусства может выступать любая вещь утилитарного назначения, грань между искусством и неискусством стирается. Отсюда – крайний аксиологический релятивизм, возможность произвольных интерпретаций, гиперреальность мира симулякров [5].

Что из этого следует? В ходе критики принципов классического рационализма и традиций метафизического мышления рождался новый способ философского объяснения мира, известный как лингвистический поворот второй половины XX века. Трансформация субъекта и появление специфических нюансов субъектно-объектных, субъектно-субъектных связей в переходной культуре Постмодернизма породили художественную коммуникацию нового типа. Можно предположить, что черты её только складываются, и она носит поисковый, экспериментальный характер. И при этом уточнить характеристику ценностного аспекта: возможно, то, что воспринимается сейчас как отсутствие художественных ценностей, на самом деле представляет собой постепенный процесс смены аксиологических ориентиров. Таков ответ на первый из поставленных вопросов – о причинах аксиологического кризиса. Ответ на второй вопрос – о специфике ценностей постмодернистской художественной коммуникации – зависит от соотношения духовных и материальных ценностей в общении художника и зрителя.

Общеизвестно, что характерной чертой современного ценностного отношения является преобладание материальных ценностей над духовными. Это нашло отражение в коммуникативном процессе в целом: прагматизм, меркантилизация отношений, стремление к выгоде. Но в художественной коммуникации отношения художника и зрителя носят *практически-духовный* характер. Полезность в них трактуется как чисто духовная. Со времён Канта известно, что прекрасное осознаётся именно как прекрасное только при полном бескорыстии, *свободе от всякого интереса* [13, с. 78]. Теоретически художественная коммуникация предполагает создание именно духовных ценностей и не допускает какого-либо материально-практического отношения к ним. А на деле мы наблюдаем, как происходит коммерциализация художественной сферы, *духовные* приоритеты ослабевают, а *материальные* стимулы выходят на первый план. Каким образом можно определить то место, которое занимают в культуре те и другие?

Воспользуемся для этого схемой, предложенной В. Прозерским [15]. Здесь пересекаются две оси – вертикальная (духовные, трансцендентные ценности) и горизонтальная (материальные, инструментальные или социальные ценности). Реальность, в которой мы живём, то есть культура, может быть обозначена как диагональ в пространстве между этими перпендикулярными осями. В любом месте пространства между двумя векторами мы можем обозначить точку, которая будет условным обозначением какого-либо явления культуры. В. Прозерский определяет таким образом масштабность, содержательность, ценностную значимость художественной формы. Но думается, что одним из возможных вариантов применения данной схемы будет определение ценностных характеристик не только актов культуры, но и художественной коммуникации. Ведь художественная коммуникация (любой её акт с определёнными характеристиками) как раз и будет таким явлением культуры. Спроецировав точку на материальный и духовный векторы, мы получим представление о доле материальных и духовных ценностей в данном коммуникационном событии.

Надо сказать, что немало произведений постмодернистского искусства могли бы претендовать на то, чтобы разместиться довольно высоко вблизи оси трансцендентных ценностей. Однако выяснить их соотношение с инструментальными ценностями, соразмерить долю тех и других в конкретном произведении искусства не всегда бывает просто. Так, в крупных симфонических музыкальных формах сложнейшие современные композиторские техники могут сочетаться с простым языком массовых жанров. О значении, смысле такого синтеза пишет в своём исследовании А. Цукер. Современные симфонические концепции, говорит он, воплощают духовное состояние эпохи: противостояние старого и нового, вечного и преходящего, бытие человека в мире. На примере Первой симфонии А. Шнитке он показывает, как пересекаются, диалогизируют, создавая напряжённость, повышая информативную нагруженность музыкальной ткани, три пласта: сериальная «авторская» музыка (голос автора), самый разнообразный жанровый материал (эстрадный шлягер, джаз-рок, свинг) и отголоски классики (Гендель, Гайдн, Бетховен) [19, с. 236-240]. В данном случае смысл и цель сочетания казалось бы несовместимого – так называемых «низких» жанров с серьёзными – в противопоставлении подлинных духовных ценностей со знаками нравственного обнищания. Противопоставлении, которое вызывает чувство тревоги, сожаления.

Применяя выбранную нами схему, мы можем, рассматривая конкретное произведение искусства как факт общения художника и зрителя, делать выводы о соотношении высоких духовных (трансцендентальных) и социальных (инструментальных) ценностей *в культуре*, поскольку произведение отражает общую картину культуры. Но можем также судить о *самом произведении* на основании его ценностных характеристик.

Каков характер ценностей (скорее, антиценностей) массовой культуры? Наверное, Кант, подчёркивавший общезначимость, всеобщность прекрасного, был бы весьма удивлён, убедившись, что в современном искусстве «то, что нравится *всем* без понятия» [13, с. 87], во многих случаях является не прекрасным, а *псевдоценностью*. Но именно так происходит в массовой, коммерческой культуре, которой в его время не было. Здесь налицо все условия для успешной коммуникации: публике предложено произведение, которое нравится ей без понятия, есть также «всеобщность субъективных условий суждения», «всеобщая субъективная значимость» предмета, «всеобщая сообщаемость» [Там же, с. 85-86]. Произведение, как клон, похоже на сотни тысяч таких же. Банальное, дилетантское, сработанное по известным штампам. Чисто коммерческий продукт на продажу. «Послание» художника, по сути, *безличностно*, это растиражированный суррогат. Но толпе совершенно не интересно знать, что представляет собой художник как *субъект*. Произведение искусства низводится до уровня объекта потребления, зритель же является потребителем этого объекта. Эстетика красоты и оригинальности, как показывает Бодрийяр на примере китча, заменяется эстетикой симуляции [3, с. 146]. О подобной ситуации, когда «хотят заставить искусство служить какой-то практической цели», писал Н. Гартман, указывая на «*псевдоэстетический*» подход. Подход, при котором зритель жаждет развлечений, хочет отвлечься от своих будней, и в то же время художественные достоинства произведения

ему безразличны [6, с. 598-600]. Тогда можно говорить о потреблении, удовлетворении спроса, но можно ли говорить о подлинном духовном общении художника и зрителя?

Есть ли будущее у постмодернистской художественной коммуникации? Ровно настолько, насколько она способна нести в себе ценности, значимые для будущих поколений. Быть может, одна из таких ценностей – это *множественность* постмодернистского текста, представляющая собой галактику означающих [2, с. 33], полифонию голосов [14]? В этом открытом, становящемся, расширяющемся пространстве текста каждый голос – *субъект*. Автора нет, он превратился в скриптора? Но он выполняет свою миссию – даёт высказаться каждому из *голосов-субъектов*, сталкивает их точки зрения, руководит их дискурсом. Ценность каждого голоса *индивидуальна*. А если так, то, может быть, эта расширяющая горизонты, обогащающая нас сложность интересна и перспективна? Быть может, *полистилистика* как особенность постмодернистского текста тоже является такой ценностью? Ведь она, как мост, связывает прошлое, настоящее и будущее. При наложении, переплетении жанрово-стилевых пластов перед нами развёртывается полная, объективная картина культуры в целом. Полистилистика – это то, что при всей специфичности постмодернистского текста, казалось бы, бегущего прочь от всякой объективности, делает его объективным. Как ни парадоксально, но в нём воплощается гегелевское требование *истинной объективности*, которое «состоит в том, что подлинное содержание, вдохновляющее художника, не должно оставаться в *субъективном* внутреннем мире. Всё это содержание должно быть полностью развёрнуто, и притом таким образом, чтобы его *всеобщая душа и субстанция* были выявлены...» [7, с. 337-338]. И разве не в *полилоге* голосов, утверждающих общечеловеческие ценности, разве не в диахронической перекличке разных эпох, культур, стилей, жанров, говорящих о вечном – о человеке, о жизни и смерти, о свободе и счастье – содержится эта объективность и всеобщность, связывающая настоящее и будущее?

Список литературы

1. **Барт Р.** Смерть автора // Барт Р. Избранные работы: Семиотика. Поэтика / пер. с франц. Г. К. Косикова. М.: Прогресс; Универс, 1994. 616 с.
2. **Барт Р.** S/Z / пер. с франц. Г. К. Косикова и В. П. Мурат. М.: Эдиториал УРСС, 2001. 232 с.
3. **Бодрийяр Ж.** Общество потребления. Его мифы и структуры / пер. с франц. Е. А. Самарской. М.: Республика; Культурная революция, 2006. 269 с.
4. **Бодрийяр Ж.** Реквием по медиа // Бодрийяр Ж. К критике политической экономии знака. М.: Библион – Русская книга, 2003. 272 с.
5. **Бодрийяр Ж.** Симулякры и симуляция / пер. с франц. О. А. Печенкиной. Тула, 2013. 204 с.
6. **Гартман Н.** Эстетика / пер. с нем. Т. С. Батищевой, А. В. Дерюгиной, Е. В. Касьяновой, М. К. Мамардашвили. М.: Издательство иностранной литературы, 1958. 692 с.
7. **Гегель Г. В. Ф.** Эстетика: в 2-х т. СПб.: Наука, 2007. Т. 1. 623 с.
8. **Гуссерль Э.** Кризис европейских наук и трансцендентальная феноменология: введение в феноменологическую философию. СПб.: Наука, 2013. 494 с.
9. **Делёз Ж.** Марсель Пруст и знаки / пер. с франц. Е. Г. Соколова. СПб.: АЛТЕЙЯ, 1999. 185 с.
10. **Деррида Ж.** Письмо и различие / пер. с франц. Д. Кралечкина. М.: Академический Проект, 2007. 495 с.
11. **Каган М. С.** Мир общения: проблема межсубъектных отношений. М.: Политиздат, 1988. 319 с.
12. **Каган М. С.** Философская теория ценности. СПб.: ТОО ТК «Петрополис», 1997. 205 с.
13. **Кант И.** Критика способности суждения / пер. с нем. М.: Искусство, 1994. 367 с.
14. **Кристева Ю.** Избранные труды: разрушение поэтики / пер. с франц. Г. К. Косикова, Б. П. Нарумова. М.: Российская политическая энциклопедия (РОССПЭН), 2004. 656 с.
15. **Прозерский В. В.** Ценностные основания актов культуры // STUDIA CULTURAE. СПб., 2013. Вып. 15. С. 28-35.
16. **Сартр Ж. П.** Бытие и ничто. Опыт феноменологической онтологии / пер. с франц. В. И. Колядко. М.: АСТ, 2015. 928 с.
17. **Столвич Л. Н.** Красота. Добро. Истина: очерк истории эстетической аксиологии. М.: Республика, 1994. 464 с.
18. **Столвич Л. Н.** Природа эстетической ценности. М.: Политиздат, 1972. 271 с.
19. **Цукер А. М.** И рок, и симфония... М.: Композитор, 1993. 304 с.
20. **Эко У.** Абсолют и относительность // Эко У. Сотвори себе врага и другие тексты по случаю / пер. с итал. Я. Арьковой, М. Визеля, Е. Степанцевой. М.: AST: CORPUS, 2014. С. 39-67.
21. **Эко У.** Открытое произведение: форма и неопределённость в современной поэтике / пер. с итал. А. Шурбелева. СПб.: Академический Проект, 2004. 384 с.
22. **Ясперс К.** Философия. Книга вторая. Просветление экзистенции / пер. с нем. А. К. Судакова. М.: Канон+; РООИ «Реабилитация», 2012. 448 с.

VALUE OF POST-MODERNIST ARTISTIC COMMUNICATION

Barash Lyubov' Aleksandrovna, Ph. D. in Philosophy
Peoples' Friendship University of Russia (Branch) in Sochi
Libar3017@mail.ru

The article investigates the values of post-modernist artistic communication. The possibility of the philosophical interpretation of contacts between the artist and the viewer beyond the subject-object paradigm is considered. "Intersubjectivity" in the artistic sphere appears as such an interpretation. The author focuses on the causes of the value crisis of post-modernist artistic communication. The paper analyzes the specificity of higher (spiritual) and instrumental (social) values in post-modernist artistic communication, as well as the axiological aspect of mass culture.

Key words and phrases: post-modernism; value; transcendental values; instrumental (social) values; artistic communication; subjectivity; intersubjectivity; aesthetics of simulation.