

УДК 111.85

Парадокс социальной реальности: *fascinas* и *tremendum*

Романов Иван Юрьевич

Аспирант,
кафедра философии,
Волгоградский государственный университет,
400062, Российская Федерация, Волгоград, просп. Университетский, 100;
e-mail: gularrr@mail.com

Аннотация

Цель данной статьи заключается в рассмотрении состояния социальной реальности как парадоксального синтеза двух состояний: «*fascinas*» и «*tremendum*», которые проявляются в процессе фасцинации и апотропии, являющихся частью единого процесса антропологического поворота в XX веке, проблематизированного в контексте общества потребления. В статье рассмотрено, действительно ли синтез двух противоположных состояний является парадоксом, а не противоречием; введено понятие «серийная уникальность» как явление, описывающее антропологическую потребность в формировании и сохранении идентичности в современном глобализованном мире. Процедура и методы. Для реализации поставленной цели был проведен понятийный анализ концептов «*fascinas*» и «*tremendum*». Затем были использованы метод семиологического анализа и герменевтика элементов массовой культуры как отражение антропологической потребности человека в идентификации. Также была проведена критика общественного представления о научном дискурсе как делегитимированного нарратива в постиндустриальном обществе. Результаты. В результате исследования было выявлено, что состояния «*fascinas*» и «*tremendum*», в действительности являются парадоксом, а не противоречием, т.к. существование притяжения и отталкивания возможно в отношении одного предмета, но выведено в различные области чувственного восприятия. Также, был рассмотрен процесс делигитимации научного знания о постиндустриальном обществе, который стал возможен посредством деконструкции позитивистского мифа о всемогущей науке. Рассмотрено деэнергизированное состояние современной социальной реальности, а также найдены источники энергизации, путем «подключения» к множеству микро-нарративов и микросоциумов, на примере коллекционирования предметов массовой культуры. Определено понятие «серийная уникальность» как симуляция «уникальности», в условиях массового производства и симулятивности социальной реальности. Рассмотрен процесс перехода массовой культуры к производству знаков-символов потребления, формирующих у субъекта потребность в приобщении к микро-нарративу в условиях атомизированного общества. Проблематизирован процесс перехода законов рынка (капитализма) в статус современного нуминозного объекта. Теоретическая и практическая значимость. Теоретическая значимость данного исследования заключается в попытке отразить текущее состояние социальной реальности как атомизированного пространства, вызывающего кризис идентичности. Практическая значимость

исследования заключается в возможности применения представленных выводов для саморефлексии и формирования ясного взгляда на мир, в котором мы живем.

Для цитирования в научных исследованиях

Романов И.Ю. Парадокс социальной реальности: *fascinas* и *tremendum* // Контекст и рефлексия: философия о мире и человеке. 2025. Том 14. № 3А. С. 47-56.

Ключевые слова

Социальная реальность, *fascinas*, *tremendum*, постмодерн, апотропия, серийная уникальность, нарратив, коллекционирование, нуминозное, Бодрийяр.

Введение

Современный информационный мир состоит из множества парадоксально соединяемых элементов. Социальная реальность как результат intersubjectивного опыта Человека [Schutz, 2004, с.55] в эпоху постмодерна пронизана *фасцинирующими* и одновременно *апотропийными* свойствами [Baudrillard, 2015].

Фасцинация есть не что иное как завораживание, притяжение; в реконструкции Ж. Бодрийяра – гипнотическое обольщение, или даже зомбирование. Социальная реальность выражается в образе тотального театра, динамического пространства, в котором на месте исчезнувшего различия субъекта и объекта синтезируется *тактильно-эстетическая* (*aisthesiay* – греч. чувственное восприятие) среда [Baudrillard, 1976, с. 133]. Происходит слияние реальности и воображения в одно операциональное целое, структуру, привлекающую не столько своим замыслом или содержанием, а скорее процессом, дающим эстетическое наслаждение от него самого и правил игры [Schutz, 2004].

Одновременно с притягивающим свойством, в социальной реальности присутствуют и элементы *апотропии* – устрашение, запугивание, разубеждение и т. п. В настоящем исследовании будет проанализирована часть социальной реальности, находящаяся в парадоксальном, казалось бы, состоянии одновременного притяжения субъекта к текущей реальности и отталкивания от нее.

Гетерогенность социального пространства в постмодерне, в сочетании с потерей *энергизирующего* источника в виде метанарратива, проявляется в высокой степени атомизации общества и сопутствующем генезисе апотропийных знаков, ставшими следствием технического прогресса и глобализации: к ним относятся угрозы техногенных катастроф в промышленной сфере и вытекающих из них экологических катастроф, социальные потрясения в виде локальных войн, содержащих потенцию к глобальному конфликту, а также терроризм.

Подобного рода парадоксальное состояние социальной реальности, одновременно притягательной и отталкивающей, привлекательной и устрашающей, становится причиной эффекта «утраты смысла» собственной жизни у индивида [Lyotard, 1998, с.69]. Данный эффект проявляется на фоне глубокого кризиса институций, пропитанных симулятивностью, что стало результатом утраты легитимности, превращения институций в социальный спектакль, в котором референты легитимности являются скорее зрителями, чем акторами. Дополняет картину кризиса и операциональность институций, существующих в формате фикции. Противоречие формы и содержания идет вразрез с декларируемыми целями и утверждает порядок «организации ради организации».

В состоянии недоверия к формальности текущего статуса социальной реальности латентно возникает потребность в поиске чего-либо «настоящего», «искреннего», чего-то такого, что послужит действительным основанием для формирования пирамиды ценностей у субъекта. Таким привилегированным значением наделяется закон рыночных отношений, который представляется единственным витальным основанием для формирования ценностной пирамиды.

Законы рыночной стоимости представляются индивидам как нечто, максимально естественное, что в современном мире называется «экологичным». Так, капиталистический закон создает эффект освобождения индивида от ответственности за него, ввиду его «естественности» и «независимости» правил. Такой эффект обладает реверсивным основанием. Сама потребность в определении чего-то «настоящего», «естественного», формируется по дефицитарному принципу, т. е. от обратного, что, в свою очередь, может говорить о том, что в современной социальной реальности много «неестественного», «ненастоящего», или симулятивного. На фоне кризиса институций, которые возлагают ответственность за текущее состояние социальной реальности на самого индивида путем приобщения к социальным и политическим практикам, таким как: выборы, голосования, референдумы и прочее – субъект испытывает диссонанс между тем-как-есть и тем-как-должно-быть.

Основная часть

В нерефлексируемом поиске оснований для формирования картины мира одних лишь рыночных законов становится недостаточно. Они представлены как «естественные» законы, хотя и неподконтрольные человеку, но как оптика того, чем представляется только часть реальности. Необходимо нечто более «фундаментальное», и таким фундаментом провозглашает себя научный дискурс.

Особое место в данном дискурсе занимает отношение к знанию как таковому и к научному знанию в частности. Модернистская (позитивистская) идея о науке как спасителе человечества от всех проблем более не признается широкими массами, потому что стали актуальными альтернативные идеологические системы. Наука воспринималась как нарратив, стремящийся к глобальной экспансии во все сферы социальной реальности, но теперь становится лишь инструментом для оптимизации производственного процесса и создания новых областей потребления. Пропитывающая урбанистическое пространство позитивистская идея прогресса как чего-то самоценного, основанного на прагматике внутренних законов, имплицитно интериоризируется в субъекте в виде различных артефактов мировоззрения. Это уместно коррелирует с модусом *homo economicus* и его характерной чертой – достижением блага путем увеличения предметов потребления.

Казалось бы, в современном мире имеет место модель, исходящая только из прагматики существования, однако такой подход более актуален для доиндустриальных обществ, испытывающих объективные трудности с удовлетворением базовых потребностей. В индустриальную, а тем более в постиндустриальную эпоху проблема обеспечения базового блага уходит на второй план, уступая первенство уже не коллективному благу, а индивидуальному, не потребности, а желанию. В условиях кризиса легитимности институций и ослабления силы модернистских метанарративов – таких, как идеологический, религиозный, позитивистский, светский, – индивид утрачивает доверие к ним, создавая тем самым прецедент потери смысла, как индивидуального, так и глобального.

Одним из эрзац-объектов смыслообразования становится и научное знание, которое утрачивает свою легитимность под влиянием минимум двух факторов: неочевидность вклада науки в решение социальных, экономических и политических вопросов, процессуальность и некая закрытость внутреннего дискурса; перформация итогов политизированности научного знания – ядерной бомбардировки Хиросимы и Нагасаки, показавших, на что способна наука, вышедшая за границы гуманистического и этического нарратива [Lyotard, 1998, с.112].

Научное знание утратило нарративность. Оно не содержит в себе глубинного «рассказа», или «большого нарратива», состоящего из комплекса идей и мировоззренческих установок, являющихся базисом для формирования мировоззрения. Утратив легитимность, наука опускается из разряда идеалистического дискурса в более низкий – идеологический, превращаясь в инструмент власти, становясь скорее спекулятивной игрой, нежели тем, что хочет в ней видеть общественность [Lyotard, 1998, с. 94].

Представление широких социальных групп о научном знании редуцируются до понимания науки как набора фактов, где *энергизирующим* аспектом выступает сам процесс любования собственным разнообразием, подобно растительному или животному миру [Lyotard, 1998, с.69]. Из этого исходит и эффект «утраты смысла», который создает проблему осмысления опыта: у человека есть потребность в рефлексии, которая позволяет идентифицировать себя в мире, что необходимо для устойчивости психики (рефлексия продлевает жизнь), но с «утратой смысла» это невозможно. Именно поэтому в современном мире актуальны психология и психотерапия, как попытка возвращения смысла.

Говоря о состоянии современной социальной реальности, нельзя упустить один из главных её конструктов. Влияние массовой культуры в послевоенный период увеличивается экспоненциально. Формирование обществ изобилия, с их материально-центричной системой ценностей, основанной на доиндустриальном «голоде», в сочетании с кризисом «больших рассказов» и процессом глобализации, привели к формированию системы универсальных смыслообразующих знаков, сконструированных в рамках модели общества потребления. Такими «универсалиями» представляются знаки потребления, органично включенные в аксиологию индивида и общества, ставшие на пустующее место метанарративов [Marx, 1923, с. 130].

Что послужило причиной органичного включения знаков потребления в ценностную пирамиду индивида? В индустриальный период произошел аксиологический переход от религиозного дискурса к научному. Позитивистский миф работал лишь до определенной поры. В середине XX века, в процессе делигитимации позитивизма, образовалось рудиментарное, фрагментарное мировоззрение индивидов. Массовая культура еще оставалась в модернистском, можно сказать, традиционном представлении об общественных идеалах и инерционно пыталась интериоризировать их в общество. Сам процесс делигитимации институций и разложения метанарративов, посредством акта деконструкции стал энергизирующим.

Деконструкция культурных норм, традиционных представлений, ирония и критика институций парадоксально выступает культурным актом, изменяющим социальную реальность. Этот процесс энергизирует общественность, сплачивает отдельные социальные группы в едином порыве деятельности, что имплицитно создает эффект возвращения «общего дела», присущего модернистскому дискурсу. Данный процесс приобрел особенно широкий характер в 60-е годы XX века. На фоне Вьетнамской войны, мая 1968 г. во Франции, ожидания культурных революций, процесс деконструкции выступал как акт несогласия и одновременно как поле для генезиса «нового» в культурном и политическом пространстве.

Подобное состояние социальной реальности, в котором сочетаются, казалось бы, несочетаемые и парадоксальные процессы фасцинации и апотропии, в корне своем является частью единого процесса антропологического поворота. К этому процессу относятся два противоположных состояния – *fascinas* и *tremendum* [Baudrillard, 2021, с. 189].

Источником процесса фасцинации является состояние *fascinas* – очарование [Otto, 2008, с. 58]. Очарование испытывается посредством желания объекта, притяжения к нему, что порождает процесс овладения и приобщения к нарративу определенной группы таких же обладателей объекта фасцинации. Такими объектами сегодня выступают предметы престижа и потребления – бренды, массовая культура, индивидуализированная потребительская корзина.

Подробно рассмотреть фасцинирующие свойства в социальной реальности можно на примере процесса коллекционирования. В процессе гонки за максимизацией прибыли в массовой культуре трансформировалась модель получения дохода. На заре становления кинематографа главным источником дохода являлись кассовые сборы. С ростом масштабов и влияния корпораций, в фильмах появилась неявная реклама – *product placement*, которая помещала предметы потребления из реальности в мир кино. Следующий виток «разгона» потребления, случился после появления крупных серийных фильмов, таких как: «Star Wars», «Aliens», «Star gate» и т. д. Кино начинает ориентироваться на ранее казавшуюся неплатёжеспособную категорию – детей и подростков, являющиеся наиболее суггестивной группой. Фильмы перестали быть самодостаточным продуктом, и вслед за образованием фанатских сообществ открылась новая сфера товаров – фирменная продукция, или «merchandise».

Фирменная продукция обладает сильным фасцинирующим свойством за счет узнаваемости, доступности и группообразующей силы. Индивид, обладающий фирменной продукцией, автоматически приобщается к коллективному телу других ее обладателей. Серийность и разнообразие кино-вселенных позволяют расширять число фирменной продукции, что мотивирует индивида к коллекционированию множества франшиз. Коллекционирование *merchandise*'а выполняет минимум две функции: репрезентативную – предметы выступают перформативными маркерами, образующими невербальный топос в социуме; интериоризирующую – сумма коллекционируемых объектов образует множество микро-идентичностей у субъекта, которые проявляются через овеществление принадлежности к группе.

Таким образом, процесс накопления предметов обладает и фасцинирующим, и энергизирующим свойством. Нарративы, прикрепленные к группам «коллекционеров», фрагментарно формируют идентичность через множество каналов. У субъекта нет необходимости фиксировать статичную, монолитную идентичность, вместо нее формируются микро-идентичности, проявляющиеся в мерцающем режиме. Современный человек *интериоризирует* в себе множество фрагментарных нарративов, конструируя тем самым свою идентичность.

В противовес очарованию, возникает сопутствующий процесс – апотропия, возникающий посредством состояния *tremendum*. *Tremendum* – состояние страха, которое запускает процесс отстранения от объекта, или сдерживание путём разубеждения или устрашения [Otto, 2008, с. 21]. Так, наряду с пропозицией индивидуализированного потребления знаков, присутствуют угрозы, которые являются результатом деятельности человека, включенного в производственно-потребительскую модель. Максимизации производства сопутствует рост темпов загрязнения окружающей среды, политизация экономики приводит к геополитическим

конфликтам, которые, в свою очередь, ведут к нарастанию как локального, так и глобального напряжения. Медианой между терроризмом и ядерной войной выступает сам человек, *de facto* легитимирующий политизацию экономики своим участием в процессе умножения потребительских благ.

Состояние *tremendum* также усматривается и в процессе коллекционирования. В условиях отсутствия доступа к традиционным источникам энергизации в виде метанарратива, интериоризация множества фрагментарных нарративов является энергозатратным процессом. Перед субъектом стоят две задачи: аккумулировать энергию – искать должное количество устойчивых источников энергизации, в виде массы микро-идентичностей; сохранять энергию – выстраивать вокруг себя такую среду, чтобы ограничить количество потенциальных угроз выстраиваемой идентичности.

Если сравнить процесс коллекционирования в средние века и в современности, то можно усмотреть между ними ключевое отличие. Коллекционирование ранее являлось частью экстериоризации деятельности человека, перформацией его идентичности. В современности это обратный процесс: идентичность появляется посредством интериоризации множества микро-нарративов через их репрезентацию.

Отдельного внимания заслуживает эффект «потребности в уникальном», актуализированный в современной социальной реальности и выражающийся в процессе коллекционирования. Данный эффект возникает как у субъекта, так и в обществе, находящемся под воздействием культурного нарратива. Сущностной особенностью культуры как системы является стремление к собственному сохранению и воспроизводству. Особое место занимает идея сохранения целостности, продвигающаяся посредством норм, в значении не статистическом, т.е. усредненном, а ценностном. Основой данной идеи, является установка ценности отличия от других культур. Чтобы поддерживать эти различия, появляются «нормальные» отличия внутри, позволяющие избежать гомогенности, и случайного смешения с другими культурами [Lyotard, 1998, с. 42].

Стремление индивида к уникальности, обусловлено тем, что он вырос в культуре. Участвуя в процессе интериоризации, он вбирает в себя желание поддерживать ее различия, чтобы не допустить ее разрушения, и вследствие – разрушение самого индивида. Стремление быть уникальным исходит из желания поддерживать целостность культуры, так возникает эффект желания уникальности, *de facto* становящейся потребностью.

Ж. Бодрийяр, в своей работе «симулякры и симуляции» описывает процесс парадокса уникальности культуры следующим образом: «Подобным способом любая замкнутая система предохраняет себя одновременно и от референциальности и от страха референциальности — и от всякого метаязыка, упреждая его игрой своего собственного метаязыка, то есть дублируя себя собственной критикой» [Baudrillard, 1976, с. 147]. Таким образом, формируется симуляция, иллюзия, которая дублирует и дополняет собой иллюзию референциальности, создавая пространство различия между знаком и реальностью.

Любая культура признает себя вечной, при этом признавая смертность, а именно, конечность любого социального или природного образования: «Так, чувство виновности, страх и смерть могут подменяться наслаждением чистыми знаками виновности, отчаяния, насилия и смерти. Это и есть эйфория симуляции, стремящейся к отмене причины и следствия, начала и конца, к замене их дублированием» [Baudrillard, 1976, с. 148].

Возвращаясь к вопросу о коллекционировании, в нем видно влияние данного процесса. Серийность и процедурность отличительных перформативных маркеров объектов

коллекционирования решают проблему груза референциальности, т.е. статичного закрепления идентичности. Возобновляемость приобщает и к общему, не накладывая ответственность на субъекта, и при этом позволяет сформировать идентичность в границах существующих символов-знаков, не выключая его из культурного дискурса.

Феномены серийности, процедурности и возобновляемости выразим в концепте «модульность». Модульность – свойство системы; в нашем случае, системы производства знаков-символов. Сущностной особенностью указанного свойства является множественное воплощение частных элементов с потенцией к образованию целого. Массовая культура стремится к созданию пространства, которое будет скрывать его симулякральность, а потому смещает акцент с тиражирования копий на эстетическое и гармонизированное поле. Такой эффект возникает посредством наличия референта у предметной массы современной культуры, которым является концепт-образ. Но, учитывая груз референциальности, возникает потребность в маскировке референта. Такого результата можно добиться посредством использования модульных структур и «моделей для сборки».

Рассматривая массовую культуру, нельзя не заметить ее модульный характер. Начиная от автомобилей разных комплектаций, конструктора «lego», фигурок «фанко-поп», заканчивая модной одеждой, показами и формированием «идеала» (стандарта) красоты, предлагающего определенные варианты существования телесности. Даже в условиях деконструкции образа «sacred monster», механизм остается прежним – предложение различных образов при расширении их количества [Debor, 1999, с. 111].

В этих условиях, можно говорить о появлении парадоксального феномена «серийная уникальность». Он предполагает конструирование «уникального», в соответствии с антропологической потребностью формирования и сохранения идентичности, и исходит из продуцируемых, возобновляемых и серийных модулей, предоставляемых массовым производством. Данный феномен рассматривается именно как парадокс, т.к. сохраняется внутренняя логика его формирования, а также ясными являются причины и условия его существования. Формирование эффекта уникальности в массовой культуре, как ответа на антропологическую потребность, в условиях сохранения динамичной идентичности, возможно посредством сокрытия референциальности продуцируемых элементов, где референциальность, скрывается с помощью умножения количества модулей. Более того, понятие в достаточной мере органично встраивается в условия текущей социальной реальности и включает в себя как притяжение к уникальному, так и страх перед серийностью, которая выступает антонимом уникальности.

Заключение

Состояния *fascinas* и *tremendum* не являются уникальной отличительной чертой современной социальной реальности. Состояния притяжения и отталкивания усматриваются и в религиозном дискурсе. Верующего человека притягивает к Священному, к Богу, но также отталкивает страх перед Священным. Немецкий теолог и феноменолог Р. Отто вводит понятия «*mysterium tremendum*» и «*mysterium fascinans*» - чувство непостижимой тайны, вызывающее у субъекта ужас или восхищение [Otto, 2008, с. 21-58].

Важным аспектом одновременности антонимичных состояний является единый нуминозный объект, могущественная сила, имеющая возможность влиять на человеческую судьбу. Если в религиозном дискурсе данный объект обозначен и поставлен в иерархии

ценностей на соответствующее место, то в современном его место или пустует, или занято чем-то иным.

Знаки нуминозного объекта рекуперированы или остались в изначальном состоянии в атомизированных религиозных группах. Религиозная оптика вошла в знаковую систему товаров в медиакультуре, исказилась и обезвредилась через нейтральные интерпретации, превратившись в псевдорелигиозные практики «поиска себя» через психологию и квазисакральные предметы потребления, такие, как минералы, кольца, ленты и т. п.

Однако, несмотря на исчезнувшую артикуляцию нуминозного объекта в виде Священного, на её место пришла интериоризирующая сила законов капитала [Otto, 2008, с. 12]. Несмотря на множество научных и политических артикуляций роли и места рыночных отношений в современном мире, которые представлены в виде технической интерпретации рыночных законов, они всё равно не поддаются четкому контролю и пониманию.

Подобное состояние бесконтрольности рыночных законов, в сочетании с их суггестивной силой, возводит их в ранг современного «священного», диктующего свою волю как индивиду, так и государству, и обществу в целом. Любое действие или событие можно пропустить через рыночный механизм и определить его ценность в денежном эквиваленте.

Состояние невозможности контроля над этими законами одновременно притягивает и отталкивает индивида. Лишение субъекта ответственности за легитимацию рыночных законов вводит его в состояние, при котором невозможен безопасный (т.н. «экологичный») выход из данной ценностной структуры.

Библиография

1. Бодрийяр, 2015 – Бодрийяр Ж. Симулякры и симуляции. М., 2015. 240 с.
2. Бодрийяр, 1976 – Бодрийяр Ж. Символический обмен и смерть. Перевод на русский язык и вступительная статья: С. Н. Зенкин. — М., 2000. 389 с.
3. Бодрийяр, 2021 – Бодрийяр Ж. Общество потребления. М., 2021. 320 с.
4. Дебор Г. Общество спектакля / пер. с фр. С. Офертаса и М. Якубович. М.: Логос, 1999. 224 с.
5. Жирар, 2010 – Жирар Р. Козел отпущения. пер. с фр. Григория Дашевского. – СПб., 2010. 334 с.
6. Лиотар, 1998 – Лиотар Ж.-Ф. Состояние постмодерна СПб., 1998. 159 с.
7. Маркс, 1923 – Маркс К. Критика политической экономии. Т.1. Кн.1: Процесс производства капитала. Х., 1923. 610 с.
8. Отто, 2008 – Отто Р. Священное: об иррациональном в идее божественного и его соотношении с рациональным. СПб., 2008. - 269 с.
9. Шюц, 2004 – Шюц А. Избранное: Мир, светящийся смыслом / Альфред Шюц; [пер. с нем. и англ.: В. Г. Николаев и др. ; М.: РОССПЭН, 2004. – 1054 с.

The Paradox of Social Reality: Fascinas and Tremendum

Ivan Yu. Romanov

PhD Student,
Department of Philosophy,
Volgograd State University,
400062, 100, Universitetsky Ave., Volgograd, Russian Federation;
e-mail: gularr@mail.com

Ivan Yu. Romanov

Abstract

This article examines the state of social reality as a paradoxical synthesis of two conditions: fascinas and tremendum, which manifest in the processes of fascination and apotropaism—elements of the broader anthropological turn of the 20th century, problematized within the context of consumer society. The study investigates whether this synthesis constitutes a genuine paradox rather than a mere contradiction and introduces the concept of "serial uniqueness" as a phenomenon describing the anthropological need for identity formation and preservation in today's globalized world. To achieve the research objective, a conceptual analysis of fascinas and tremendum was conducted, followed by semiological analysis and hermeneutics of mass culture elements as reflections of humanity's need for identification. Additionally, a critique was performed of the public perception of scientific discourse as a delegitimized narrative in post-industrial society. The study reveals that fascinas and tremendum indeed form a paradox rather than a contradiction, as attraction and repulsion can coexist toward a single object but operate in different realms of sensory perception. The delegitimization of scientific knowledge in post-industrial society was also examined, made possible through the deconstruction of the positivist myth of science's omnipotence. The de-energized state of contemporary social reality was analyzed, with sources of re-energization identified through "connection" to micro-narratives and micro-communities, exemplified by the collection of mass culture artifacts. The notion of "serial uniqueness" was defined as a simulation of "uniqueness" under conditions of mass production and the simulacral nature of social reality. Furthermore, the transition of mass culture toward producing consumption-sign symbols was explored, fostering individuals' need to affiliate with micro-narratives in an atomized society. The problematic elevation of market (capitalist) laws into the status of a modern numinous object was also addressed. The theoretical significance of this research lies in its attempt to reflect on the current state of social reality as an atomized space precipitating an identity crisis. The practical significance resides in the potential application of these findings for self-reflection and developing a clearer understanding of the world we inhabit.

For citation

Romanov I.Yu. (2025) Paradoks sotsial'noy real'nosti: fascinas i tremendum [The Paradox of Social Reality: Fascinas and Tremendum]. *Kontekst i refleksiya: filosofiya o mire i cheloveke* [Context and Reflection: Philosophy of the World and Human Being], 14 (3A), pp. 47-56.

Keywords

Social reality, fascinas, tremendum, postmodernity, apotropaism, serial uniqueness, narrative, collecting, numinous, Baudrillard.

References

1. Baudrillard, J. (1976). Simvolicheskiy obmen i smert [Symbolic exchange and death]. Perevod na russkii yazyk i vstupitel'naya stat'ya: S. N. Zenkin. M. [Moscow], 2000. 389 s.
2. Baudrillard, J. (2021). Obshchestvo potrebleniya [The consumer society]. M. [Moscow], 320 s.
3. Debor, G. (1999). Obshchestvo spektaklya [The society of the spectacle]. Perevod s fr. S. Ofertasa i M. Yakubovich. M.: Logos [Moscow: Logos], 224 s.
4. Girard, R. (2010). Kozel otpushcheniya [The scapegoat]. Perevod s fr. Grigoriya Dashevskogo. SPb. [Saint Petersburg], 334 s.
5. Lyotard, J.-F. (1998). Sostoyaniye postmoderna [The postmodern condition]. SPb. [Saint Petersburg], 159 s.
6. Marx, K. (1923). Kritika politicheskoy ekonomii. T.1. Kn.1: Protsess proizvodstva kapitala [Critique of political economy. Vol.1. Book 1: The process of capitalist production]. Kh. [Kharkov], 610 s.

7. Otto, R. (2008). Svyashchennoe: ob irratsional'nom v idee bozhestvennogo i ego sootnoshenii s ratsional'nym [The idea of the holy: An inquiry into the non-rational factor in the idea of the divine and its relation to the rational]. SPb. [Saint Petersburg], 269 s.
8. Schutz, A. (2004). Izbrannoe: Mir, svetyashchiisya smyslom [The phenomenology of the social world]. Perevod s nem. i angl.: V. G. Nikolaev i dr. M.: ROSSPEN [Moscow: ROSSPEN], 1054 s.
9. Baudrillard, 2015 – J. Baudrillard Simulacra and simulations. Moscow, 2015. 240 p.