

ჰაიდეგერისეული ძრწოლისა და აფორიაქებულობის მიმართება
სამომხმარებლო ეთოსთან

ავთანდილ ძამაშვილი

*სამაგისტრო ნაშრომი წარდგენილია ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტის მეცნიერებისა
და ხელოვნების ფაკულტეტზე ფილოსოფიის მაგისტრის აკადემიური ხარისხის
მინიჭების მოთხოვნების შესაბამისად*

ფილოსოფია

ლუკა ნახუცრიშვილი

ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტი

თბილისი, 2021

განაცხადი

„როგორც წარდგენილი სამაგისტრო ნაშრომის ავტორი, ვაცხადებ, რომ ნაშრომი წარმოადგენს ჩემს ორიგინალურ ნამუშევარს და არ შეიცავს სხვა ავტორების მიერ აქამდე გამოქვეყნებულ, გამოსაქვეყნებლად მიღებულ ან დასაცავად წარდგენილ მასალებს, რომლებიც ნაშრომში არ არის მოხსენიებული ან ციტირებული სათანადო წესების შესაბამისად“.

ავთანდილ ძამაშვილი

ა.ძამაშვილი

25.06.21

აბსტრაქტი

წინამდებარე ნაშრომი ძრწოლისა და აფორიაქებულობის ჰაიდეგერისეულ ცნებებს სამომხმარებლო ეთოსთან აკავშირებს. ხსენებული ცნებები ჰაიდეგერის ონტოლოგიაში მნიშვნელოვან ადგილს იკავებს და მისი ფილოსოფიის კაპიტალიზმისა თუ კონსუმერიზმის კრიტიკასთან დაკავშირების საქმეში, ერთვარი ხიდის ფუნქციას ასრულებს. ძრწოლა და აფორიაქებულობა რადიკალურად განსხვავებული განწყობების მატარებელი კონცეპტებია და მათი სათანადო გაგებისათვის ჰაიდეგერის ფილოსოფიის ზოგიერთი საკითხისა თუ ცნების ექსპოზიციაა საჭირო. ნაშრომში, მე-19 და 20-ე საუკუნეებში მიმდინარე ეკონომიკური თუ სახელოვნებო მაგალითების ნათელყოფის ფონზე, კაპიტალიზმისა და სამომხმარებლო ეთოსის; ეკონომიკასა თუ კულტურაში ფუნქციონირების ლოგიკაა ახსნილი. კვლევისას ანალიზისა და სინთეზის მეთოდებია გამოყენებული. ნაშრომის მიზანს, ჰაიდეგერისეული ფილოსოფიის მარქსისტულ სააზროვნო სივრცეში შემოყვანა წარმოადგენს, რომელიც კაპიტალიზმის კრიტიკისას შემეცნებითი აპარატის გაფართოების საქმეს მიემართება.

Abstract

The paper below, Links Heideggerian Dread and Uncanny notions to Consumer ethos. Mentioned concepts takes an important place in Heidegger ontology and fits the bridge function, between the critics of the capitalism or consumerism and his philosophy. Dread and Uncanny are totally different emotional concepts and for proper understanding, exposure is needed of some issues and concepts about Heideggerian philosophy. Based on the background of economic and artistic examples in 19th and 20th centuries, in this paper there is described the logic of the function of capitalism and consumer ethos, in economy and culture. There are used analytical and Synthesis methods in this research. The aim of the paper is to introduce Heideggerian philosophy into the Marxist space of thought, which seeks to expand the cognitive apparatus in its critique of capitalism.