

Павлова Олена Юрївна
доктор філософських наук, професор,
професор кафедри етики, естетики
та культурології Київського національного
університету ім.Т. Шевченка
pavlova081@mail.ru

ВІЗУАЛЬНА КУЛЬТУРА ТА ПОВСЯКДЕННІСТЬ ДОБИ ПОСТМОДЕРНУ

Стаття присвячена аналізу становлення нової історичної форми повсякденності в ситуації Постмодерну. Доводиться, що релятивізація опозиції елітарної та масової культури призводить до екстраполяції культурного коду високої культури на цивілізаційні настанови в цілому. Візуальна культура як поле інтердисциплінарного дослідження є симптомом трансформації культурної парадигми. Адже візуальне є не просто домінантою нового типу онтології, а стає реальністю в цілому.

Ключові слова: візуальна культура, повсякденність, Постмодерн, елітарна культура, масова культура

Павлова Елена Юрьевна, доктор философских наук, профессор, профессор кафедры этики, эстетики и культурологии Киевского национального университета им. Т. Шевченко

Визуальная культура и повседневность эпохи Постмодерна

Статья посвящена анализу становления новой исторической формы повседневности в ситуации Постмодерна. Доказывается, что релятивизация оппозиции элитарной и массовой культуры приводит к экстраполяции культурного кода высокой культуры на цивилизационные установки в целом. Визуальная культура как поле интердисциплинарного исследования является симптомом трансформации культурной парадигмы. Визуальное является не просто доминантой нового типа онтологии, а становится реальностью в целом.

Ключевые слова: визуальная культура, повседневность, Постмодерн, элитарная культура, массовая культура.

Pavlova Olena, Doctor of Sciences in Philosophy, professor, professor at the Chair of Ethics, Aesthetics and Cultural studies, Taras Shevchenko National University of Kyiv

Visual culture and everyday life of Postmodern

The article analyzes the formation of a new historical form of everyday life in Postmodern situation. It is proved that the relativization of elite and mass culture opposition leads to cultural code's extrapolation of high culture in the context of civilization.

Visual culture as a field of interdisciplinary research is a sign of cultural transformation paradigm. The article analyzed the development of the concept "visual culture" according to the American researchers Nicholas Mirzoeff and Irit Rogoff. The new research field shows three stages of visual culture. Early modern stage was the absolutization of fixed position of the transcendental subject. Modern stage represents the basis for "dialectics" of photograph image, which creates more democratic type of reality, using the tools of mass copying. Heidegger's concept of "world picture" is not enough for the analysis of changing situation of Postmodern. Technology of Postmodern stage allows visualization of things that are not in themselves visual. Extraordinary expansion, extrapolation of images can't be agreed into a single picture for the mind contemplation. Virtual culture needs to find research methodology of new (virtual) reality, points of support in crisis of information and visual overload of everyday life. Postmodern humanities technologies don't make only copying, but – the correction of images in accordance with the tastes of a particular subject. Distinguishing of these three stages allows us to analyze the transformation of modern visual culture in Postmodern.

Transitional forms were identified on the way of relativization reality. The advertising, which provided everyday regimes of representation of high culture works in every day life played the important role. Thus it was proved that the image and its contents do not define the specific reality. But the regime of vision, which has become the subject of study of visual culture, provides conditions of the text connection to the context and level of its emotional experience. The outstanding work of a famous artist is perceived absolutely in another when it used as the cover of the book. The third regime of vision can occur in case when we use the same works as a wrapper for sweets. Thus the vision regimes act as the basis of the image content.

It is proved the implementation of the next stage of de-differentiation of postmodern everyday has become TV products. It provides transformation of knowledge into news, which modifies the meaning of the knowledge. Technology correction of visual images and the emergence of the genre of pseudo-documentary was the intermediary between artistic films and documentaries. The virtualization and its "effect of reality" is something more substantial than factual or imaginary. Reproduction technology has become an instrument for destruction of the reality. The result is an appearance of a new type of everyday life, where the immediacy of perception and intensity of emotions are created by visualization technologies.

The pseudo-reality's visual stereotypes of television melodramas and other sitcoms revive mythological settings of orientation in reality. TV reality replaces the solemnity of art galleries (elitist contemplation) and festive going to the cinema on weekend (mass consumption). Endless serials overcome the limitations of "picture frames" and provided

story of eternal love. A several technologies of realities provocations, which presented in the works of Richard Prince, Winfrey Gail Oprah, is analyzed in the article.

It is proved that visual images reproduction in industrial scale allows to transform the consumer of late modernism into postmodern perspective self-products subject. Thus, there is destruction of the subject-object opposition, which is the hallmark the Modern era. A gadget is not the object that opposes to the subject as a utility function or implement of subjective the principle of expediency. It is the continuation of the subject, because the gadget is the purpose and tool of reality converting.

Postmodern criticism of reality relativization is analyzed in the works of different philosophical directions. Representatives of neo-marxism and conservatism have negative attitude to reality visualization of everyday life as aggression on the status of high culture works. Followers of the phenomenological school had positive attitude to the routine as acquittal of "the highest reality". The special role for the purpose of this article plays a postmodern concept of sublimations rehabilitation, which clarifies the unity grounds of a horrible and exciting. In this context using of the works of Immanuel Kant, Karl Otto, Jean-Francois Lyotrad is analyzed in the article.

The article emphasized the importance of visual culture as a Western-style philosophy project and limitations of its research sittings. So the prospects of this research field depend on the power of the trans-cultural methodology. It is not just a visual dominant postmodern type ontology, it becomes a reality as a whole.

Key words: visual culture, every day life, Postmodern, elite culture, mass culture.

Візуальна культура – це історично необхідне предметне поле, засноване на усвідомленні того, що візуальний образ не є стабільним, а змінює своє співвідношення із зовнішньою реальністю в різних історичних формах культури. Актуальність вивчення режимів бачення позначається в гуманітарному дискурсі Постмодерну так званим "пикторальним" або "візуальним поворотом". Дане формулювання пов'язане з вивченням пикторальних образів була пов'язана з ім'ям американського теоретика У. Мітчела. Авторитетами поля дослідження візуальної культури за останнє десятиліття стали Ф. Кітлер, Н. Мірзоев, І. Рогофф. Завдання нашого дослідження є виявлення співвідношення візуальних практик та повсякденності в ситуації Постмодерна.

Особливо інтенсивною формою візуалізації культури характеризується постсучасність. Як аргументував французький філософ Ж.-Ф. Ліотар: "Модерність, де вона б не проявилася, не відбувається без знищення віри, без відкриття відсутності реальності в реальності – відкриття, що супроводжується вторгненням в інші реальності" [8, 9]. Оскільки одна модель репрезентації реальності втрачає засади, остільки інша займає її місце. Нью-йоркський професор Н. Мірзоев вважає, що формальна логіка раннє модерного режиму образу (1650–1820) вперше забезпечила підстави діалектичній логіці фотографії в модерний період (1820–1975). Це реалістичний образ виконував свою роль тим, що залежав від зовнішньої реальності. Постмодерн означає епоху, в якій візуальні образи та візуалізація речей, що не є по суті візуальними, різко зростають без пояснення для розуму. Образи перспективи намагалися зробити світ зрозумілим для впливової фігури, що стояла в певній точці, з якої вони були зображені. Фотографія пропонувала потенціально більш демократичну візуальну мапу світу. Зараз фільмографічний або фотографічний образ вже не індексує реальність, тому що кожен знає, що він може бути непомітно підправлений комп'ютером. "Відбулося релятивістське злиття / змішання фактуального (або, якщо завгодно, операціонального) і віртуального, "ефект реальності" взяв гору над принципом реальності, і без того, втім, серйозно оскарженим – зокрема у фізиці: ось у чому, на мій погляд, укладений один з найважливіших аспектів розвитку нових технологій цифрової образності і синтетичного бачення, заснованого на електронній оптиці" [2, 109]. Псевдо-документальні фільми про війну в Перській війні стали новим режимом образів. Як можна тепер реінтерпертувати відому цитату Альфреда Хічкока (в художніх фільмах режисер – це Бог, в документальних Бог – це режисер), стосовно нового жанру псевдо-документальних фільмів. Ця віртуальність постмодерного образу здається вислизає за межі розуму, створюючи кризу не лише раціонального, але і візуального. Такі метаморфози стають нерозв'язною проблемою для традиційних візуальних дисциплін.

Одним з головних завдань предметного поля візуальної культури є розуміння того, як народжується постмодерний режим бачення з модерного. Вони не походять від одного медіума або не створюють гомогенного культурного простору. Постмодерн розмиває опозицію елітарної та егалітарної культури Модерну, тим що екстраполює настанови високої культури на культуру в цілому. Як підкреслює Н. Мірзоев візуальна культура Постмодерну спрямовує нашу увагу від структурованих, формальних настанов перегляду, таких як кіно або арт-галереї на основу візуального досвіду повсякденності. Зараз поняття перегляду (що в західній традиції має настанову контролю над зображенням) та вуайеризму є трансдисциплінарними, тобто можуть бути апліковані як всередині, так і між всіма варіантами візуальних субдисциплін. Це, звичайно, створює підставу для диференціації.

Оптика людини не є однаковою на всі випадки життя, а варіюється відповідно до того чи ми будимо дивитися телебачення, або відвідуємо мистецьку експозицію. Проте, більшість нашого візуа-

льного досвіду залишається на узбіччі формальних, структурованих моментів бачення. Як відмічено в роботах дослідниці візуального Іріт Рогофф, твір живопису може бути представлений як суперобкладинка або в рекламі. Відповідно, наявність або відсутність "рамки картини" (Г. Зіммель) [3, 48] переналаштовує наші режими бачення мірою їх інклюзивності або ексклюзивності. Телебачення споживається переважно більше як частина домашнього життя, ніж як виключний, самодостатній вид діяльності глядача. Тому один і той самий фільм переглянутий в традиційному кінотеатрі або в на відео в літаку або по телебаченню може мати різні оптичні режими. "Точно як cultural studies намагаються пояснити підходи, якими люди виробляють смисли у споживанні масової культури, так візуальна культура робить пріоритетом повсякденний досвід візуального: від мистецької виставки, що має комерційний успіх, до моментального знімку або VCR" [9, 7] (англ. Video Cassette Recording – побутовий формат аналогової відеозапису розроблений компанією Philips в 1972 році). Це була перша успішна домашня система відеозапису споживчого рівня, що використовує касетну плівку).

Технології на кшталт VCR передбачають зсув масової культури від режиму не просто споживання, але і до виробництва та самовиробництва. Тим самим, здійснюється метаморфоза: виробництво речей придатних до споживання перетворюється в культуріндустрію в відтворення речей для культурного споживання окремою людиною за її власним смаком. Тим самим людина стає виробником самої себе, а "шлях, що сам себе конструює" не просто рефлексивним зусиллям мислячого суб'єкта, а новим культурним синтезом людини та речі, що повертає останній "її речовинність" та "забезпечує зібрання разом" (М. Гайдегер) [5]. Ще більше цей новий тип комунікації стане прозорим в інтернет-середовищі. Але навіть у касетному варіанті стає очевидним момент само-відтворення людини за естетичним принципом доцільності.

Ще раз вислідкуємо логіку трансформації Модерну: абсолютизація суб'єкт-об'єктної опозиції, що ґрунтується на протилежності виробництва речей та людей (у подвійному вимірі виробництва матеріальної та символічної продукції), передбачає розподіл високої та низької культури, еліти та маси. При тиражуванні символічної продукції масовими засобами культуріндустрії виникає момент, у якому технології тиражування досягають рівня "натурального виробництва" (тим самим підстави для міждисциплінарності виникають не лише у просторі візуальних субдисциплін, не лише в середині гуманітарних наук, але між науками про техніку та людину. Недарма більшість ключових слів і тегів, присвячених візуальному, у електронних бібліотеках сьогодення дають посилання на технічні розробки більш на соціокультурні дослідження).

Тим самим масова людина стає не лише споживачем культуріндустрії, але й її виробником. А тиражування, цитування новим типом культурного виробництва. Відповідно, гуманітарна наука отримує можливість переходу в гуманітарну технологію. Річ припиняє бути лише матеріальним носієм "картини світу" у кращому випадку (у гіршому одноразовим втіленням утилітарної функції), а стає моментом самовиробництва людини, токеном, медіумом комунікації, символом зрощеності людини та світу. Тим самим символізм та синкретизм премодерної культури відроджуються в новому культурному статусі.

Гайдегерівське поняття "картини світу" вже не є достатнім для аналізу змін та мінливої ситуації Постмодерну. Екстрординарна експансія, екстраполяція образів не може бути узгоджена в єдиній картині для споглядання розумом. Віртуальна культура прагне знайти методологію дослідження нової (віртуальної) реальності, знайти точки опори в кризі інформації та візуального перевантаження повсякденності. Адаптуючи фразу Мішеля де Кортю, візуальна культура є, таким чином, більш тактикою, ніж стратегією, оскільки "місце тактики належить іншим" (де Кортю). Тактика здійснюється в полі зору ворога, в суспільстві контролю, в якому ми живимо [6, 37]. Хоча дехто вважає військові обертони (приховані натяки) відштовхуючими.

Також може викликати суперечки метафора "зіткнення цивілізацій" (С. Гантінгтон), але таке визначення виявляється необхідним для уникнення поразки. Попередні дослідження повсякденності прагнули обґрунтувати пріоритетний спосіб, в який би пояснив: як люди створюють різні смисли при споживання масової культури?; чи буде візуальна культура досліджувати окремі форми культури (такі як мистецтво) чи культуру в цілому?; де точки опори в постмодерній повсякденності?; і чи є остання "верховинною реальністю" (А. Щюц) епохи Постмодерну?

(Пост)модерністське руйнування реальності здійснюється в повсякденності, а не в студіях авангарду. Так не інакше, ніж авангардистську провокацію є колекціонування прикладів дивних подій, що подавалися як нормальні в газетах. Зараз ми бачимо інформаційні війни, що здійснюють в масових візуальних медіа колапс реальності та повсякденності.

Постмодерністською може стати навіть фотографія, як доводять роботи американського митця Ричарда Принса, який здійснював привласнення штампів масової культури. Він прославився тим,

що перефотографував надрукований глянecь, переважно рекламні зображення, але без текстових повідомлень. Постмодерний принцип цитування доводиться до крайнощів, бо навіть індивідуальний стиль тлумачиться як плагіат по відношенню до самого себе (А. Хічкок).

Відеоряд, змінюючи свій інформаційний контекст, ще більше підкреслював своє значення споживацьких кліше та, тим самим, інтерпретувався художником як іконоборський жест привласнення. Гіперболізуючи стереотипи масової культури, Принс, тим самим, поставав і проти догмату оригінальності, що був абсолютизований естетичними концептами модернізму. Дискредитація опозиції елітарного та масового мистецтва, що має втілення в творчості американського митця, відповідає базовим орієнтаціям Постмодерну.

Цей епатажний жест відмови від вимог фотографії до репрезентації істини в особливому типі художньої практики, зараз є скріпою популярної культури в глянцевиx журналах, але також стосується і більш респектабельних публікацій. Технологія фотографії та суміжні з нею техніки дозволили розвинути електронної промисловості, а також створити світ цифрових технологій візуалізації.

Саме техніка найбільш ретельного відтворення, "ефекту реальності" (Р. Барт) стала підставою підозрливості та недовіри до будь-якого зображення. Фотографія вже не репрезентує реальність, а телебачення взагалі випереджає її. Так бандити наслідують стилям поведінки персонажів "Хрещеного батька" та "Бригади". Габітус персонажів екранної культури виявився більш аутентичним для постсучасності, ніж моралізаторські приклади позитивних героїв.

Ще більш міфічною стає оптика бачення телевістав. Мильні опери конструюють паралельний універсум, в якому повернення давно загубленого брата-близнюка переживається більш інтенсивно, ніж пияцтво власного чоловіка. Ідея воскресіння в сітках отримує новий секуляризований вимір, адже смерть персонажу не може стати індикатором того, що він чи вона не будуть повернені наступного тижня.

Якщо видовище театру було в Давній Греції візуалізацією міфу, то мильна опера являє собою "чисту форму" (тобто чистоту форми) телебачення. Мило являє собою єдність, співіснування міжнародної універсалізації теле-реальності та регіональну специфіку окремих національних телесеріалів. Кожна країна, яка не має своєї індустрії мильних опер, поступово зникає з карти світу, оскільки не здійснює експансію власного проекту реальності. Реальність руйнується щодня в годинних слотах по всьому світу і симулюється сітками.

Масове тиражування образів телебаченням, а потім й Інтернетом легітимізує норми та аномії сучасного життя. Ще у 1997 одностатевий шлюб був поза законом конгресу Сполучених Штатів, але персонаж сіткому "Елен", який подивилися сорок два мільйони людей, змінив не лише уподобання глядачів, але, в решті решт, і контури правового поля. Камінг-аут Елен-персонажа перед своїм психоаналітиком, якого зіграла Уінфрі Опра, дублювалося публічним зізнанням Елен-акторки в шоу Опри. Така імітація теле-реальності теле-реальністю створює дзеркальну галерею відображень "дурної нескінченності".

Якщо причина виникнення самої віртуальної реальності була у здешевленні тренувальних практик для воєнних пілотів (тобто рух здійснювався від спеціалізованих форм культури до масової), то повсякденність серіалу стає "верховиною реальністю" (А. Шюц) для Постмодерну. За традицією, що тягнеться за адорнівським викриванням популярної культури з тисяча дев'ятсот сорокових років, марксизм та консерватизм знайшли себе в курйозному альянсі, використовуючи різні мови та стратегії для досягнення однієї мети. В той час як послідовники Гуссерля взяли на себе адвокатів повсякденності.

Візуальне не є просто медіумом інформації та масової культури. Воно пропонує чуттєву безпосередність, з якою не можуть конкурувати друковані медіа. Безпосередність візуальної образності якісно відрізняється від текстів, що зорієнтовані на сенси. Написаний текст не може відтворити безпосередність візуального. Хоча останню не можна ототожнювати з простотою. Почуття безпосередності створюється мерехтінням голубих та зелених кольорів сезанівських пейзажів; бачення космічного кораблю "зіркових війн" або спогляданням падіння Берлінського муру, що транслювалося наживо. Це та грань, той гул, що відокремлює дивовижне від банального. Надлишок досвіду, що рухає різні компоненти візуального знаку або семіотичної схеми в стосунки один з одним. Такі моменти інтенсивності та дивовижності візуального викликають, за висловом Девіда Фридберга, захоплення, благоговіння (трепет), страх і бажання [7, 433]. Цей вимір в візуальній культурі є в центральним для досвіду людини Постмодерну.

Н. Мірзоєв використовує фрейдистський термін з ліотарівськими конотаціями для позначення цього почуття – сублимація. Остання в даному контексті є приємний досвід в репрезентації того, що могло би бути болючим та жахливим в реальності, що призводить до обмежень людини та сил природи. Сублимація в даному значенні є не лише етимологічно близькою до змісту категорії піднесеного, що вперше була обґрунтована в античній естетики Логіном. Останній звертається до описання блукань душі, що "підноситься та здійснює величний політ, та наповнена насолодою та хвастощами,

ніби вона породжує себе тим, що вона почувала". З цієї позиції класична статуя, відома як Лаокоон, є типово субліматичним твором мистецтва. Вона демонструє троянського жерця та його дітей, які борються зі змієм, що незабаром їх вб'є. Їх марна боротьба викликає сублімацію у покоління глядачів" [8, 15]. Недарма Лаокоон став приводом теоретичної суперечки між провідними естетиками Просвітництва – Г. Лессінгом та Й. Вінкельманом.

Класична культура наголошувала на позитивному сенсі естетичних категорій, оскільки він був найбільш очевидним для становлення регулятивної ідеї. Зміст піднесеного був оновлений в визначній роботі німецького філософа Імануїла Канта "Критика здібності судження". Феноменолог релігії К. Отто підкреслював інноваційність його "аналітики піднесеного" [4, 80], яка відкидає більш односторонню позитивність класичної естетики, та навіть "аналітики" прекрасного, і наголошує на можливості "змішення задоволення з жахом". Фундатор трансценденталізму протиставив прекрасне піднесеному на підставі неможливості гармонії розсудку та уяви в останньому. Геніальне бачення митця, що охоплює "правилівідповідність", веде людину зі смаком крізь випробування піднесеним, що тягне до морального. Ця кантівська аргументація переваги етики над естетикою привела Ж.-Ф. Ліотара до відродження концепту сублімації як ключового терміну постмодерністської критики. Він бачить його як "комбінування задоволення та болю: задоволення є причиною надмірності всіх репрезентацій, біль в уяві або почутті доводить недостатність концептуальності" [8, 15]. Завданням сублімації стає "презентація нерепрезентативного" відповідно ролі невпинної візуалізації ери Постмодерн. Більш того, сублімація породжується спробою здійснити ідею, що не корелює зі світом природи (наприклад, світ, справедливість, або свобода): "переживання сублімації направляє почуття до ідей, що не є природними, але набуваються через культуру" [8, 71]. На відміну від прекрасного, яке може бути пережитим в природі чи культурі (хоча у Канта конотації зворотні), сублімація є створінням культури і тому є центральною для візуальної культури.

Проте, для Н. Мірзоева ця проблема не є питанням загальної підтримки ліотарівської інтерпретації Канта. З одного боку, кантівське визначення естетичного судження виключає усе африканське мистецтво. Для менш упереджених очей, африканські скульптури, такі як пікісі, є чудовими взірцями поєднання задоволення та жаху, що створює сублімація. Вони настільки вражаючі, наскільки взагалі може бути мотивованим бажанням побачити невидиме.

Сьогодні має бути усвідомленим розуміння того, що візуальна культура залишається дискурсом Заходу про Захід. Але в такому ракурсі "теми", як нагадує нам Девід Морлей, "можна помислити сучасність не лише як специфічно або необхідно європейську, а умовно західну" [10, 350]. Тому що західна культура стала не регіональним варіантом, а історичним типом. Так, японську культуру Ж. Деріда називає найбільш постмодерною. Хоча в довгому періоді всесвітньої історії євроамериканська модель (що відповідає всесвітньо громадянському стану, якщо використовувати кантівський термін), існувала відносно короткий інтервал часу. Зараз постмодерністи описують її як завершену. Н. Мірзоев підкреслює, що успіх або крах візуальної культури може цілком залежати від її здатності мислити транскультурно, орієнтуватися на майбутнє, більше, ніж бути дзеркалом заднього виду для традиційного антропологічного підходу до культури.

Отже, руйнація опозицій високої та масової культури є ознакою доби Постмодерну. Модерн в культивативній автономних сфер культури (в першу чергу мистецтва) прагнув абсолютизувати їх апріорні принципи та обґрунтувати елітарність. Постмодерн, з одного боку, екстраполює код високої культури на масову, а з іншого - тиражує цей культурний гібрид промисловим способом культуріндустрії. В результаті виникає новий тип повсякденності, де безпосередність сприйняття та інтенсивність переживання створюються технологіями візуалізації. Причому, як доводить професор нью-йоркського університету Н. Мірзоев, ознакою Постмодерну є візуалізація принципово не візуальних речей. Теоретик візуальної культури наполягає на тому, що предмет його дослідження є не частиною постсучасної повсякденності, а повсякденністю в цілому.

Література

1. Барт Р. Camera lucida / Барт Р.; [пер. М. Рыклина]. – М.: Ad Marginem, Режим доступа: http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Culture/camera/index.php.
2. Вирильо П. Машина зрения / Вирильо П.; [пер. с фр. А. Шестакова]. – СПб.: Наука РАН, 2004. – 141 с.
3. Зиммель Г. Рама картины. Эстетический опыт / Зиммель Г. // Социология вещей. Сборник статей / [под ред. В. Вахштайна]. — М.: Издательский дом "Территория будущего", 2006. – С. 48–54.
4. Отто К. Священное. Об иррациональном в идее божественного и его соотношении с рациональным / Отто К. [пер. с нем А. Руткевича]. – С.-Пб.: Издательство С.-Петербургского университета, 2008. – 272 с.

5. Хайдеггер М. Вещь / Хайдеггер М. ; [пер. с нем. В. Бибихин]. – Режим доступа: <http://gtmarket.ru/laboratory/expertize/5582>.
6. De Certau M. The Practice of Everyday Life / De Certau M. - Berkley, Los Angeles: University of California Press. – 110 p.
7. Freedberg D. The Power of Images: Studies in the History and Theory of Response. – Chicago: University of Chicago Press, 1989. – 560 p.
8. Liotard J.-F. The Postmodern Explained / Liotard J.-F. – Minneapolis: Minnesota University Press. – 160 p.
9. Mirzoeff N. What is visual culture? // The visual culture. Reader / edited by N. Mirzoeff. – L., N.-Y.: Routledge, 1995. – P. 3–13.
10. Morley D. EurAm, Modernity, Reason or Alterity: or Postmodernism, the Highest Stage of Cultural Imperialism? // Morley D., Kuan-Hsing C. Stuart Hall: Critical Dialogues in Cultural Studies. – London: Routledge, 1996. – P. 324–360.

References

1. Bart, R. (1997). Camera lucida. (M. Riclin, Trans). Moscow: Ad Marginem. Retrieved from. http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Culture/camera/index.php [in Russian].
2. Virilo, P. (2004). Vision machine. (A. Shestakova, Nrans). St. Petersburg: Nauka RAN. [in Russian].
3. Zimmel, G. (2006). Picture frame. Aesthetic experience. (V. Vanshtein, Trans, Eds). Sociology of things. Collection of articles. Moscow: Izdatelskiy dom "Teritoriia budushego", (pp. 48 – 54) [in Russian].
4. Otto, K. (2008). The Holy – On the Irrational in the Idea of the Divine and its Relation to the Rational). (A. Rutkevich, Trans). St. Petersburg: Izdatelstvo S.-Peterbugskogo universiteta. [in Russian].
5. Heidegger, M. Thing. (V. Bibihin, Trans). Moscow: Respublica. Retrieved from: <http://gtmarket.ru/laboratory/expertize/5582> [in Russian].
6. De Certau, M. (1984). The Practice of Everyday Life. Berkley, Los Angeles: University of California Press [in English].
7. Freedberg, D. (1989). The Power of Images: Studies in the History and Theory of Response. Chicago: University of Chicago Press [in English].
8. Liotard, J.-F. (1993). The Postmodern Explained. Minneapolis: Minnesota University Press [in English].
9. Mirzoeff, N. (1995). What is visual culture? (Mirzoeff, N., Eds) The visual culture. Reader. London, New-York: Routledge, (pp. 3 – 13) [in English].
10. Morley, D. (1996). EurAm, Modernity, Reason or Alterity: or Postmodernism, the Highest Stage of Cultural Imperialism? – London: Routledge[in English].

УДК 930.85:130.2 (303) 338

Божко Любов Дмитрівна
кандидат історичних наук, доцент,
докторант Харківської державної
академії культури
bozhkolubov@rambler.ru

ТУРИЗМ ТА ФОРМУВАННЯ НОВОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ

Стаття присвячена туризму як формі глобалізації та об'єкту і фактору філософської рефлексії. Проаналізовано різні підходи до співвідношення туризму та філософії, зокрема вплив туризму на формування різних форм ідентичності. Зроблено висновок про те, що сучасний туризм є способом конструювання ідентичності і виконує певні екзистенційні функції. Стверджується, що зі збільшенням мобільності і розвитком туристичного бізнесу відбувається формування нової національної ідентичності, яка виходить за рамки однієї держави і однієї конфесії. Пошук ідеалів духовного життя сучасної людини зводиться до особистісних експериментів за максимальних можливостей експериментування з різними соціальними ролями та просторовими переміщеннями в пошуках самоідентифікації.

Ключові слова: туризм, глобалізація, філософська рефлексія, ідентичність, туристичний досвід.

Божко Любов Дмитрієвна, кандидат исторических наук, доцент, докторант Харьковской государственной академии культуры

Туризм и формирование новой идентичности

Статья посвящена туризму как форме глобализации, как объекту и фактору философской рефлексии. Проанализированы различные подходы к соотношению туризма и философии, в частности касающиеся вопросов влияния туризма на формирование различных форм идентичности. Сделан вывод о том, что современный