

DOI: 10.31866/2410-1311.40.2022.269351

УДК 008:338.48:796.5]:7.038.6

## ПОСТМОДЕРНІСТСЬКА КУЛЬТУРОЛОГІЧНА РЕФЛЕКСІЯ ЯК МОДЕЛЬ ІДЕНТИЧНОСТІ ЛЮДИНИ

Бойко Людмила Павлівна<sup>1а</sup>, Кундеревич Олена Вікторівна<sup>2а</sup>,  
Оборська Світлана Валентинівна<sup>3а</sup>

<sup>1</sup>Кандидат педагогічних наук, професор,

ORCID: 0000-0001-8809-060X, e-mail: aspirantura-knukim@ukr.net,

<sup>2</sup>Кандидат філософських наук, доцент,

ORCID: 0000-0001-7248-5033, e-mail: l.kunderevich@gmail.com,

<sup>3</sup>Кандидат мистецтвознавства, професор,

ORCID: 0000-0003-3148-6325, e-mail: lychia0801@gmail.com,

<sup>а</sup>Київський національний університет культури і мистецтва,  
вул. Є. Коновальця, 36, Київ, Україна, 01133

### Для цитування:

Бойко, Л.П., Кундеревич, О.В., & Оборська, С.В. (2022). Постмодерністська культурологічна рефлексія як модель ідентичності людини. *Питання культурології*, (40), 22-32. doi: <https://doi.org/10.31866/2410-1311.40.2022.269351>.

### Анотація

Мета статті — визначити феномен культурологічної рефлексії як інтерпретанту постмодерної ідентичності людини. Актуальність статті обумовлена зверненням до культурологічної рефлексії провідних теоретиків постмодерністської культури в контексті пошуків ідентичності людини як суб'єкта культуротворчості. Проблемне поле інтерпретації провідних метафор, евристичних пошуків дескрипції модерної, постмодерної та метамодерної ідентичності людини відсилає до таких метафор, як «паломник», «турист», «бродяга», «гравець» (З. Бауман), «рефлексія туриста» (Д. Уррі), «атопос» (Т. Вермюлен і Р. ван ден Аккер). Актуальним вважаємо надати системне тлумачення постмодерністської рефлексії як синтезу суб'єктного потенціалу культуротворчості. Методологія дослідження орієнтована на компаративний та системний підходи, визначається феноменологічним та діалектичним методами, що дає можливість визначити феномен рефлексії як полімодальний образ в контексті культурних практик, зокрема туризму. Наукова новизна. Проаналізовано етнокультурний феномен політичної національної ідентичності в Україні, естетичний феномен «паломництва в часові» (за З. Бауманом) як тотальної метафори шляху, подорожі, що втрачає статус цілепокладання в культурі постмодернізму, метафору «обміну та виробництва місць» в глобальному туризмі (за Д. Уррі). Висновки. Рефлексія туриста є надзвичайно різноманітною. Це рефлексія філософів, де туристична діяльність осмислюється як культура, антропні, антропогенні ландшафти, людиновимірні,

© Бойко Л. П., 2022

© Кундеревич О. В., 2022

© Оборська С. В., 2022

Стаття надійшла до редакції: 26.08.2022

природовимірні й космологічні константи подорожування. Філософська модель формувати узагальнений образ світу і людини, подорожування як моделі світу. Це культурологічна, естетична рефлексія мандрівника як цілісного образ буття. Це специфікована рефлексія акторів інституцій, кластерів, рекламних агентів тощо.

■ **Ключові слова:** культура модерну; культура постмодерну; культура метамодерну; постмодерністська ідентичність людини; атопос; рефлексія туриста

## ■ Вступ

Сучасні реалії культуротворчості свідчать про надзвичайно радикальні трансформації культурних практик, що призводять до пошуку гармонійних рішень відносно людини та сучасного комунікативного середовища. Такі номінації, як «культура постмодернізму», «постмодерна культура», «культура метамодерну» не мають усталених автентичних визначень і тлумачаться дослідниками порізному. Надзвичайно гостро стоїть проблема постмодерної ідентичності людини, яка набуває ознак інтерпретативних метафор-аналогій. В статті здійснено аналіз стану сучасної глобалістської рефлексії та визначено пріоритети конституювання ідентичності людини у світі динамічних реалій культуротворчості.

Філософсько-антропологічна проблематика постмодерну як явища культури визначалася в контексті феноменологічних, лінгвістичних, семіотичних досліджень М. Мерло-Понті, Ж. Делеза, Ж. Дерріда та ін. (Merleau-Ponty, 2002; Deleuze & Guattari, 1977; Derrida, 1967/1997). Механізми актуалізації комунікативних реалій культуротворення, орієнтованих на домінантні та периферійні тенденції формування культурних практик, досліджувалися в роботах Р. Барта, Гі Дебора, Ж. Бодрійара та ін. (Barthes, 1964; Debord, 2022; Baudrillard, 1970/2016). Культурологічні та естетичні аспекти формування рефлексії акторів культурних практик досліджувалися в працях З. Баумана, Ю. Легенького, Ф. Тоффлера, Д. Уррі, Е. Усманової та ін. (Bauman, 2001; Легенький, 2005; Toffler, 1984; Urry, 2001).

Однак культурологічна рефлексія як засада інтерпретації системогенезу культурних практик постмодерну досі лишається малодослідженою.

## ■ Мета статті

Мета статті — визначити феномен культурологічної рефлексії як інтерпретанту постмодерної ідентичності людини.

## ■ Виклад матеріалу дослідження

Перед тим як безпосередньо перейти до аналізу рефлексії в практиках постмодернізму, варто схарактеризувати загальні моделі культури, зокрема постмодерну культуру. Культуру найчастіше розуміють як носія духовності, людиновимірну константу (субстанційна модель). У феноменологічній моделі культура інтерпретується як те, в чому людині дається світ. Цей аспект є суто естетичним і свідчить про унікальну самодостатність будь-якого фрагмента культурного цілого. Ця модель в українській філософській школі опрацьована в роботах В. Малахова (2008), В. Лобаса та Ю. Легенького (1997). Домінанта стану фіксує естетичний модус культуротворення, що формується надзвичай-

но антиномічно, в межах автентики смаку, естетичної рефлексії та образного сприйняття світу.

Суб'єктний модус культуротворення визначається як єдність поведінки діяльності і стану, об'єктний — презентується всіма артефактами, які актуалізують об'єктні реалії в посередниках комунікації, інституціях культури, тих об'єктах, котрі стають носіями опредмечування людської діяльності. Пост-культура, за В. Бичковим, або культура постмодернізму, є надзвичайно складною системою цілісністю, що формується як певний системогенез практик культури. Локалізм і універсалізм стають епіцентрами формотворення як маргінального середовища мультикультуралізму, так і мейнстріму. Це особливо стає актуальним у контексті глобалізаційних відносин культур, що потребує осмислення проблеми єдності локального й універсального модусів культуротворення, стає проблемою культурологічної рефлексії.

В Україні поширеним став феномен політичної ідентичності. Так, З. Звиняцьківська пише: «Про те, як уявлення про національну ідентичність змінюється на політичну націю ми говоритимемо 21 червня (15.00, Львівський Палац Мистецтв) на лекції “У пошуках ідентичності. Національні традиції в сучасній українській моді”. Ще нещодавно традиційний національний одяг, такий як вишиванка і віночок, був символом, що вирізняв справжніх патріотів, а ними були переважно люди, які вважали себе етнічними українцями. Натомість зараз, одразу по революції, відбулись дві речі. Перше: вишиванка стала символом приналежності до політичної нації — Президент Всеукраїнського єврейського конгресу Вадим Рабинович робить сімейне фото родини у вишиванці, муфтії Духовного управління мусульман України “Умма” Саїд-хазрат Ісмаїлов фотографується у вишиванці... “Я є українець, це мій національний одяг” — каже він. Це нечувано і небачено досі. Люди стають українцями не за ознакою крові, а за приналежністю до громадянства. Це геть нове, інше: і це дає нам шанс. І друге: в українській політичній нації, до якої належать вірмени, євреї, кримські татари, з'явилися нові символи — прапор і герб, на які до Революції майже не звертали увагу» (Клименко, 2017). Адже назвати цей феномен постмодерним не можна, швидше він є етнореконструктивним.

В англійській соціології розповсюдженим стає модель метафори туризму як певного атрактора постмодерної ідентифікації. Зокрема, З. Бауман зазначає: «Таким чином, “проблема ідентичності”, що переслідувала людину з самого початку доби модерніти, змінила свій зміст. Передусім це був різновид проблеми, котра завжди стояла перед паломниками: “Як потрапити туди?”. Тепер вона більш схожа на питання, з яким щоденно стикаються бродяги без визначеного місця помешкання і документів: “Куди мені йти? Куди заведе мене шлях, котрим я йду?”. Завдання полягає не в тому, щоб знайти достатньо сили і рішучості пройти через випробування і помилки, перемоги і поразки та йти вперед за встановленою стежкою. Воно полягає тепер і у виборі не менш ризикованого оберту у найближчому перехресті, зміні напрямів до того, як місцевість попереду визначається важкою для шляху, бо зміниться схема доріг. Або ж пункт призначення пересувається в іншому місці, де інше втрачає попередню правдивість» (Bauman, 1966). Метафори «паломник», «турист», «бродяга», «гравець» стають

у З. Баумана евристичними пояснювальними механізмами як самого шляху людини у світі, так і його мети.

З. Бауман здійснює певне «опустелювання» постмодерної культури, ідеалізує християнський топос, на відміну від топосу протестантського, і презентує надзвичайно евристичну універсалью «паломника в часові». «Ми паломники, що б ми не робили, ми нічого не можемо зробити з цим, навіть якщо забажаємо. Земне життя всього лише коротка увертюра до вічних мандрів душі. Лише мало хто бажає і має здібність зіграти цю увертюру самостійно, власне відповідно до музики небесних сфер, щоб їх участь була свідомо освячена долею. Ці деякі, які повинні були уникати безумств міста. Пустеля — місце існування, котре вони повинні обрати. Пустеля християнського відлюдника розташовувалась на певній відстані від сум'яття сімейного життя, якомога далі від міста і села, від всього мирського, від поліса. Пустеля мала передумову певної відстані між мною і моїми обов'язками, між теплотою і агонією бути з іншими. Буття, на котре дивляться інші, буття, що окреслене і виліплене відповідно до їх поглядів, потребує іншого погляду» (Bauman, 2001). Фінал «наближення» пустелі до власного дому описується так: «Протестанти відрізнялися від відлюдників. Відмінність полягала в тому, що протестант наполегливо працював, щоб змусити пустелю наблизитись до нього, щоб зробити світ за зразком пустелі. Безособистісність, холод і пустота — значущі слова в мові протестантизму. Вони мають бажання бачити зовнішній світ як пусту вказівку, що виказує недостатність сенсу. Це відмова, в котрій говориться про пустелю як про небуття, що чекає, щоб стати чимось на певний час» (Bauman, 2001).

Ще більш радикальне «опустелювання» постмодерної культури намагаються здійснити нідерландські філософи Т. Вермюлен і Р. ван ден Аккер: «Якщо модернізм висловлює себе через утопічний синтаксис, а постмодерн — через безвихідний паратаксис, метамодернізм, вочевидь, виражає себе через а-топічний метатаксис. Греко-англійський Лексикон перекладає атопос (ατοπος) як дивний, екстраординарний, парадоксальний. Однак більшість теоретиків і критиків наполягають на буквальному значенні: місце (топос), для якого немає місця. Отже, ми можемо сказати, що атопос — це водночас і місце, і не-місце, територія без кордонів, позиція без меж. Ми вже описували метатаксис як знаходження одночасно тут, там і ніде. На додаток до цього, таксис (τάξις) означає впорядкування. Якщо модернізм передбачає тимчасове впорядкування, а постмодерн передбачає просторовий безлад, тоді метамодерн повинен розумітися як простір-час, який одночасно існує ані в порядку, ані в безладді. Метамодернізм замінює кордони справжнього на межі безмежного майбутнього; замінює межі знайомих місць на дескрипцію безмежного. Насправді це і є «доля» людини метамодерну: переслідувати обрії, що нескінченно відступають» (Vermeulen & Robin, 2010). Як бачимо, суб'єкт культури «метамодерну» не визначений, але він легко ідентифікується з мандрівником в часові З. Баумана.

Найбільш поміркованим у конституюванні постмодерної особистості вважається Д. Уррі, який пише про «рефлексію туриста» як комунікативний феномен: «В іншій своїй роботі я провожу різницю між віртуальним мандруванням мережею Інтернет, явними переміщеннями за допомогою телефона, радіо і телеба-

чення та реальною подорожжю інфраструктурами глобальної індустрії туризму. За останні десятиліття об'єм руху значно виріс. Хоча немає ніяких свідочств про те, що віртуальні та уявні мандри заміщують реальні, але, безумовно, між ними існують складні перетини і різниця починає все більше і більше стиратися» (Urry, 2001, pp. 136–137).

Проте образні, віртуальні, рефлексивні ознаки мандрів «накладаються» на реальні. Зоною їх зустрічі стає категорія «місце», що є більш абстрактною, ніж «пустеля», але менш абстрактною, ніж «простір». «Світ захоплений процесом “виробництва” і “споживання місць”, — пише Д. Уррі. — Сьогодні основні компоненти дають змогу “використовувати” сучасну глобальну культуру, включно з готельним буфетом, басейном, коктейлем, пляжем, залом очікування в аеропорту і бронзовою засмагою. Передумовою загального поглинання стало зростання туристичної рефлексії, що формує дисципліни, процедури, критерії, які дають змогу кожному будь-якому місцю в межах виникнення зразків глобального туризму направляти, оцінювати і розвивати свій туристичний потенціал. Така рефлексія дає можливість ідентифікувати конкретне місце в історичних, географічних та культурних координатах, що оперізують Землю, і визначити його суттєві і потенційні матеріальні і семіотичні ресурси. Одним з елементів туристичної рефлексії є інституалізація досліджень туризму, поява нових монографій, посібників, екзотичних конференцій, відділів, журналів, включаючи ті, що виникли в 90-ті рр. Відкрились фірми, пов'язані з місцевими національними та міжнародними державними структурами, компаніями, добровільними асоціаціями і національними географічними громадами» (Urry, 2001, p. 137). Константації Д. Уррі дають можливість більш предметно поговорити про рефлексію туриста як суб'єкта постмодерної культури.

Отже, рефлексія як обертання свідомості на суб'єкта діяльності, як тип самовизначення реальності є складним комплексом думки і почуття, який в просторі культуротворення можна зазначити як рефлексію, вмонтовану в споглядання, і як споглядання, яке вмонтоване в рефлексію. Якщо рефлексія вмонтована в споглядання — це певне проєктне бачення світу, в якому панує настанова або установка, яка завдана ззовні і формує той чи інший тип рецепції суб'єкта. Можна також зазначити, що цей тип рецепції може бути нерелективним, але ця нерелективність є оманливою.

Людина, яка планує подорож, має певну установку, що завдається рекламними роликами, всім комунікативним пресингом, який здійснюють турагенції, і більшою мірою цей системний вплив завдає тип рефлексії. Д. Уррі говорить про рефлексію над практикою подорожування. Ця рефлексія більшою мірою свідчить про глобалізацію, яку він описує як негативний чинник, а «глобальний туризм» визначається як культурна цілісність, яка має екстенсивні та інтенсивні виміри.

Ідеться про те, що реальність культуротворення, яка рефлектується, є більш складною. Так, Ю. Легенький (2005) визначає чотири типи рефлексій: рефлексія зсередини практики, рефлексія над практикою, рефлексія в інше, рефлексія в себе (с. 36–37). Спробуємо схарактеризувати їх в межах глобального туризму. Відразу ж зазначимо, що глобальний туризм ми розуміємо як певну

модель синтетичного типу (модель ідентичності суб'єктного простору культури): модель туризму як цілісності, яка поєднує інституційний тип подорожування, тобто орієнтований на інституції, що надають послуги; туризм як систему діяльності, що охоплює діяльність реципієнтів-споживачів туристичного продукту, діяльність фірм, що надають послуги, тобто утворюють туристичний продукт; туризм як певну систему стану та поведінки.

Передусім це рефлексія зсередини практики. Цей тип рефлексії характеризує суб'єкта дії, який не рефлектує з позиції іншого, він цілком зосереджений в собі і його не цікавить, як сприймають його рефлексію, його не цікавить кінцевий результат рефлексивної діяльності. Тобто — це не теоретик, не пропагандист, не рекламист, не той, хто вважає, що його рефлексія має якусь функцію і ця функція має соціальне значення. Це рефлексія зсередини практики подорожування (віртуального чи реального), яка у віртуальному вимірі описується як «самообраз», за М. Носовим. Цей досвід належить особі, яка подорожує. Його фіксацією можуть бути щоденники, будь-які інші засоби презентації образів, впливів подорожування, а зараз це — відеозаписи, фото і весь комплекс аудіо-візуальної інформациї.

Рефлексія зсередини практики швидше всього документує внутрішній стан споглядача. Це певна біополітика — намагання зробити все побачене документом, який певною мірою спонукає до наступного подорожування, дає ефект цілісності бачення туристичного об'єкта і предмета як певної єдності. Можна стверджувати, що такий простір, така реальність є надзвичайно важливим комплексом, що існує на правах власної рефлексії, яка не претендує на те, щоб мати якусь соціальну значущість.

Якщо згадати ходіння паломників, то їх записи, які згодом набувають ознак святоотецької агіографії і ознак досвіду паломництва, з самого початку були лише констатацією тих вражень та почуттів, які людина отримувала через подорожі до святинь і зустрічі зі святими. Подібне ми можемо побачити в досвіді окремого туриста, який орієнтований на власне буття, на родину, на друзів. Хоча він може бути широко тиражованим і може набути надзвичайно соціального ефекту, якщо цей досвід потрапляє в мережу Інтернет, інші засоби комунікації. Досвід подорожування може отримати надзвичайно гнучку ауру, яка вже виходить за межі рефлексії зсередини практики. Тобто практика окремого туриста, окремої особистості стає загальним взірцем, своєрідним флеш-іміджем туриста, який певною мірою вже не просто є об'єктним виміром, тобто персональною характеристикою об'єкта подорожі, дестинацій, або чогось іншого, а є описом реальності, яка формується як цілісність екзистенційного типу.

Складність дескрипції цієї моделі в умовах глобального туризму полягає в тому, що вона рефлектує тотальну глобальну цілісність окремого «Я» як локальну реальність. Крім того, ця окрема локальна реальність, яка переживається одиничними суб'єктом, раптом може набути універсальних рис, якщо вона потрапляє в соціальний простір і люди відчують щось подібне, що вони переживали в туристичній подорожі. Якщо спробувати узагальнити цей досвід рефлексії зсередини практики, то він коливається між містичними прозріннями абсолюту у паломників, комплексом осяяння теологічного злету до звичайних



економічних нотаток, записів витрат, скільки грошей було витрачено на той чи інший тур, послугу тощо.

Тобто цей простір описується в межах досить широких осциляцій, коливання від аніконічного образу (безобразного опису, який фіксує лише економічні реалії) до образу-міфу, образу осяяння, богоодкровення, злету вгору, почуття зміни особистості. Л. Джуліані (Giuliani, 2013) надав цілу палітру образності, яку можна визначити й в межах туристичної діяльності: аніконічний образ (безобразний конструкт образу, де констатація факту в вербальному, візуальному, предметному вигляді перцептивного образу є естетично нейтральною). Алегорія — це фіксація змісту, який накладається на певну образну реальність. Наприклад, сокіл — це алегорія влади в Єгипті, сова — це алегорія розуму. Образ-емблема — це ще більш абстрактна характеристика, коли та чи інша образна конфігурація за конвенцією певних респондентів визначає емблему як сигніфікат певної культурної цілісності. Образ-метафора — це перенесення якостей з одного предметного середовища в інший. Образ-символ — більш місткий, структурний образ, що фіксує синтез усіх попередніх образних реалій і формує надзвичайно могутній експресивний простір.

Образ-міф формується і фіксується як контекст передання інформації, яка є інвертивною і здебільшого належить навколишньому простору, соціуму, світу людини. Цей образ переживається не як інтеріорний, а як екстеріорний. Прикладом цього образу є портрет Доріана Грея, що старів, а сам об'єкт, з якого був здійснений цей портрет, не змінювався. Потім, коли він в жаху порізав цей портрет, то відчув, наскільки є старим і жадливим за своєю вродою. Людина постаріла, а портрет залишився молодим, хоча це вартувало життя цьому рефлексуючому суб'єкту.

Якщо ми описуємо систему рефлексії в матриці міфологічної образності, то можемо визначити її градації: самообраз, віртуалізований образ, образ інтероцепції (образ внутрішніх переживань), який проходить через стадію аніконічного образу (хай це будуть просто економічні нотатки щодо подорожі), стадію емблеми, стадію метафори, символу і міфу. Це і є та образна матриця рефлексії туриста, яка переживається власне інтеріорно, як інтероцепція, адже вона може бути екстеріоризована через переведення в документ, який фіксується в соціумі і потрапляє в комунікативний простір.

Наступна стадія рефлексії — це рефлексія над практикою, зокрема практикою подорожування в такій ситуації, яку описує Д. Уррі. Він намагається дати теоретичний образ туристичної діяльності і не виходить за межі зазначеної моделі рефлексії. Ця рефлексія показує обмеженість дії і подієвості цього типу рецепції і мислення. Рецептивний комплекс рефлексії формує чуттєву ауру, яка впевнює, що людина адекватно або неадекватно реагує на систему глобалізаційних впливів. А теоретичний, тобто раціональний вимір, намагається знайти константи подорожі як культурної реальності, що піддалася трансформації, які варто повернути, а також компенсаторні механізми повернення втраченої реальності, що надається людині в цій рефлексії над практикою.

Дорога стає образом світу, а не лише засобом пересування. Філософська модель дороги описана по-різному, зокрема у поетичних творах М. Гоголя, де

можна осмислити все життя людства як дорогу, яка не стосується туризму. Її можна зіставити з паломництвом, якщо це дорога до абсолюту, але називати її туристичним артефактом не варто. Тобто філософська модель окреслює світоглядний образ глобального туризму. Все це спонукає до того, що філософія туризму стає планетарним феноменом (Заблоцький, 2008; Малахов, 2008).

Отже, рефлексія над туристичною діяльністю свідчить, що тотальна гомогенізація туристичного продукту нівелює його якості, і якщо ми в рекламі бачимо скрізь жовтий пісок і блакитне небо, то потрібні інші аргументи, які б упевнювали, що окрім жовтого піску і блакитного неба в цій дестинації є щось інше. Цим іншим є культурна аура, система звичаїв, система образної комунікації, яка пропонується у межах того чи іншого туристичного продукту. Рефлексія в інше та рефлексія в себе інтенсифікують як інституалізовану, так і суб'єктну складові рефлексії туриста.

## Висновки

Звернення до культурно-метафоричної моделі рефлексії туриста у З. Баумана, абстрактного атопосу метамодерну у Т. Вермюлена і Р. ван ден Аккера, моделі «рефлексії туриста» Д. Уррі дає змогу показати евристичний образ шляху, подорожі в контексті різних рефлексивних систем. Можна сказати, що така реальність, такий простір моделювання ідентичності людини в постмодерному просторі культури дає можливість реалізації завершеного і самодостатнього простору людського «Я» в культурологічній рефлексії.

## Список використаних джерел

- Заблоцький, В. П. (2008). Подорож як метафора. *Наукові записки Київського університету туризму, економіки і права. Серія: філософські науки*, 5, 134–154.
- Клименко, В. (2017, 14 червня). «Ми були людьми з СРСР, “совками”, а зараз стали тими, ким є», — Зоя Звиняцьківська. *ELLE*. [https://elle.ua/ludi/interview/mi-buli-lyudmi-z-srsr-sovkami-a-zaraz-stali-timi-kim-e-cey-shlyah-vartiy-togo-shchob-pro-nogo-rozpovsti-zoya-zvinyackvska-pro-pershu-vistavku-ukranksko/](https://elle.ua/ludi/interview/mi-buli-lyudmi-z-srsr-sovkami-a-zaraz-stali-timi-kim-e/)
- Легенький, Ю. Г. (2005). *Об архитектуре (очерки теории дизайна интерьера)*. Київський національний університет культури і мистецтв
- Лобас, В. Х., & Легенький, Ю. Г. (1997). *Українська та зарубіжна культура*. ВІПОЛ.
- Малахов, В. А. (2008). Екзистенційно-етичний сенс туризму як різновиду подорожування. *Наукові записки Київського університету туризму, економіки і права. Серія: філософські науки*, 5, 6–24. [https://tourlib.net/statti\\_ukr/malahov.htm](https://tourlib.net/statti_ukr/malahov.htm)
- Merleau-Ponty, M. (2002). *Phenomenology of Perception* (C. Smith, Trans., 2<sup>nd</sup> ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203994610>
- Toffler, A. (1984). *Future Shock*. Turtleback.
- Urry, D. (2001). Globalising the Tourist Gaze. *Department of Sociology at Lancaster University*. <https://www.lancaster.ac.uk/fass/resources/sociology-online-papers/papers/urry-globalising-the-tourist-gaze.pdf>.
- Barthes, R. (1964). Elements de semiologia. *Communications. Recherches sémiologiques*, 4, 91–135.
- Bauman, Z. (2001). Identity in the globalising world. *Social Anthropology*, 9(2), 121–129.



- Bauman, Z. (1966). From pilgrim to tourist, or a brief history of identity. In S. Hall & P. Du Gay. (Eds.), *Questions of cultural identity* (pp. 18–36). Sage Publications.
- Baudrillard, J. (2016). *The Consumer Society: Myths and Structures*. SAGE Publications Ltd (Original work published 1970).
- Vermeulen, T., & Robin, A. (2010). Notes on Metamodernism. *Journal of Aesthetics & Culture*, 2(1). <https://doi.org/10.3402/jac.v2i0.5677>
- Debord, G. (2022). *The Society of the Spectacle*. DigiCat.
- Deleuze, J., & Guattari, F. (1977). *Anti-Oedipus: capitalism and schizophrenia* (R. Hurley, M. Seem, & H. Lane, Trans.). Viking Press.
- Derrida, J. (1997). *Of Grammatology* (G. Spivak, Trans.) John Hopkins University Press (Original work published 1967)
- Giuliani, L. (2013). *Image and Myth: A History of Pictorial Narration in Greek Art* (J. O'Donnel, Trans.). The University of Chicago Press.

## References

- Barthes, R. (1964). Elements de semiology. Communications. *Recherches sémiologiques*, 4, 91–135 [in English].
- Baudrillard, J. (2016). *The Consumer Society: Myths and Structures*. SAGE Publications Ltd (Original work published 1970) [in English].
- Bauman, Z. (1966). From pilgrim to tourist, or a brief history of identity. In S. Hall & P. Du Gay. (Eds.), *Questions of cultural identity* (pp. 18–36). Sage Publications [in English].
- Bauman, Z. (2001). Identity in the globalising world. *Social Anthropology*, 9(2), 121–129 [in English].
- Debord, G. (2022). *The Society of the Spectacle*. DigiCat [in English].
- Deleuze, J., & Guattari, F. (1977). *Anti-Oedipus: capitalism and schizophrenia* (R. Hurley, M. Seem, & H. Lane, Trans.). Viking Press [in English].
- Derrida, J. (1997). *Of Grammatology* (G. Spivak, Trans.). John Hopkins University Press (Original work published 1967) [in English].
- Giuliani, L. (2013). *Image and Myth: A History of Pictorial Narration in Greek Art* (J. O'Donnel, Trans.). The University of Chicago Press [in English].
- Klymenko, V. (2017, 14 chervnia). “My buly liudmy z SRSR, “sovkamy”, a zaraz staly tymy, kym ye”, — Zoia Zvyniatskivska [“We were people from the USSR, “sovok”, and now we have become who we are,” — Zoia Zvyniatskivska]. *ELLE*. <https://elle.ua/ludil/interview/mi-buli-lyudmi-z-srsr-sovkami-a-zaraz-stali-timi-kim---cey-shlyah-vartiy-togo-shchob-pro-nogo-rozpovsti-zoya-zvinyackvska-pro-pershu-vistavku-ukrainsko/> [in Ukrainian].
- Legenkii, Iu. G. (2005). *Ob arkhitekture (ocherki teorii dizaina interera)* [About architecture (essays on the theory of interior design)]. Kyiv National University of Culture and Arts [in Ukrainian].
- Lobas, V. Kh., & Lehenkyi, Yu. H. (1997). *Ukrainska ta zarubizhna kultura* [Ukrainian and foreign culture]. VIPOL [in Ukrainian].
- Malakhov, V. A. (2008). Ekzystentsiino-etychnyi sens turyzmu yak riznovydu podorozhuvannia [Existential and ethical meaning of tourism as a type of travel]. *Naukovi zapysky Kyivskoho universytetu turyzmu, ekonomiky i prava. Serii: filosofski nauky*, 5, 6–24. [https://tourlib.net/statti\\_ukr/malahov.htm](https://tourlib.net/statti_ukr/malahov.htm) [in Ukrainian].

- Merleau-Ponty, M. (2002). *Phenomenology of Perception* (C. Smith, Trans., 2<sup>nd</sup> ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203994610> [in English].
- Toffler, A. (1984). *Future Shock*. Turtleback [in English].
- Urry, J. (2001). Globalising the Tourist Gaze. *Department of Sociology at Lancaster University*. <https://www.lancaster.ac.uk/fass/resources/sociology-online-papers/papers/urry-globalising-the-tourist-gaze.pdf> [in English].
- Vermeulen, T., & Robin, A. (2010). Notes on Metamodernism. *Journal of Aesthetics & Culture*, 2(1). <https://doi.org/10.3402/jac.v2i0.5677> [in English].
- Zablotskyi, V. P. (2008). Podorozh yak metafora [Journey as a metaphor]. *Naukovi zapysky Kyivskoho universytetu turyzmu, ekonomiky i prava. Serii: filosofski nauky*, 5, 134–154 [in Ukrainian].

## POSTMODERN CULTURAL REFLECTION AS A MODEL OF HUMAN IDENTITY

Liudmyla Boiko<sup>1a</sup>, Olena Kunderevych<sup>2a</sup>, Svitlana Oborska<sup>3a</sup>

<sup>1</sup>PhD in Education, Professor,

ORCID: 0000-0001-8809-060X, e-mail: [aspirantura-knukim@ukr.net](mailto:aspirantura-knukim@ukr.net),

<sup>2</sup>PhD in Philosophy, Associate Professor,

ORCID: 0000-0001-7248-5033, e-mail: [l.kunderevich@gmail.com](mailto:l.kunderevich@gmail.com),

<sup>3</sup>PhD in Art Studies, Professor,

ORCID: 0000-0003-3148-6325, e-mail: [lychia0801@gmail.com](mailto:lychia0801@gmail.com),

<sup>a</sup>Kyiv National University of Culture and Arts,

Kyiv, Ukraine

### Abstract

The purpose of the article is to define the phenomenon of cultural reflection as an interpreter of human postmodern identity. The relevance of the article is due to the appeal to the cultural reflection of the leading theorists of postmodern culture in the context of the search for human identity as a subject of cultural creation. The problematic field of interpretation of leading metaphors, heuristic search for the description of modern, postmodern and metamodern human identity refers to such metaphors as “pilgrim”, “tourist”, “tramp”, “gambler” (Z. Bauman), “tourist’s reflection” (J. Urry), “atopos” (T. Vermeulen and R. van den Akker). We consider it relevant to provide a systematic interpretation of postmodern reflection as a synthesis of the subject potential of cultural creation. The research methodology is focused on comparative and systemic approaches, determined by phenomenological and dialectical methods, which makes it possible to define the phenomenon of reflection as a polymodal image in the context of cultural practices, in particular tourism. Scientific novelty. The article examines the ethnocultural phenomenon of political national identity in Ukraine, the aesthetic phenomenon of “pilgrimage in time” (according to Z. Bauman) as a total metaphor for the pathway, journey that loses the status of goal-setting in the culture of postmodernism, the metaphor of “exchange and production of places” in global tourism (J. Urry). Conclusions. The tourist’s reflection is extremely diverse. This is a reflection of philosophers, where

tourism is understood as culture, anthropic, anthropogenic landscapes, human-dimensional, nature-dimensional, and cosmological constants of travel. The philosophical model forms a generalised image of the world and man, traveling as a model of the world. This is a cultural and aesthetic reflection of the traveller as a holistic image of being. This is a specific reflection of acting subjects of institutions, clusters, advertising agents, etc.

■ **Keywords:** modern culture; postmodern culture; metamodern culture; postmodern human identity; atopos; tourist reflection



This is an open access journal, and all published articles are licensed under a Creative Commons Attribution 4.0.