

УДК 141.7:316

<https://doi.org/10.33989/2075-1443.2020.44.220519>

orcid.org/0000-0003-3896-9741

Аліна Новохатько

НОВОХАТЬКО Аліна Володимирівна – аспірантка кафедри філософії Полтавського національного педагогічного університету імені В.Г. Короленка. Сфера наукових інтересів – соціальна філософія, комунікативна філософія, історія філософії

ПРОДУЦЕНТИ ЕСКАПІЗМУ В ПРОСТОРІ МАСОВОЇ КУЛЬТУРИ

У статті розглядається масова культура як простір реалізації різних форм ескапізму, який трактується результатом прагнення людини звільнитися від рутинного повсякдення. Ескапізм, який існував в різні епохи і в різних культурах, сьогодні став особливо поширеним, з одного боку, через інтенсифікацію сфери повсякденності і деміфологізації культури, з іншого – через широкі технологічні можливості, які дозволяють ескапістам конструювати свої фантазійні світи і втілювати їх та самоідентифікуватися через них, що стає можливим завдяки сучасним технологіям. У статті також охарактеризовані такі форми ескапізму, як фантазії, втілені в літературі, кіно, комп'ютерних іграх; масовий туризм, який створює привабливі образи в основному в образах «Сходу»; а також віртуальна реальність як простір, найбільш важливий для конструювання «інших світів». Масова культура, з її культом ігор та розваг, масова література, яка допомагає читачеві зануритися в бажану реальність, а кінематограф та комп'ютерна графіка, роблять це занурення ще більш захоплюючим і глибоким, а віртуальна реальність, яка охопила весь світ з приходом інформаційної ери, зтягує в мережу інтернет і дітей і дорослих, створюючи нові світи, де людина сама обирає ідентичність, конструює своє оточення. Індустрія споживання постійно працює над створенням нових форм розваг та ігор з метою отримання комерційної вигоди, в той час, як для людини захоплення «іншим світом» може стати не тільки тимчасовим виходом з рутини, але і круто змінити його повсякдення, що часто веде до розриву з реальністю, яка часто супроводжується явищем

добровільно обраного екзистенціального ескапізму, як життєвої стратегії.

Ключові слова: ескапізм, масова культура, соціокультурна модель, деміфологізація культури, сучасні технології, ідентичність, віртуальна реальність.

Постановка проблеми. Поява явища ескапізму, як широко розповсюдженого культурного феномену в наш час, багато в чому обумовлено реаліями сучасного суспільства, з його мінливістю і медіанасиченістю, техногенністю культури, що охопили майже всі сфери життя індивіда і різних соціальних груп. Сьогодні ескапізм поширився в культурному просторі, домінантою якого є масова культура, характерними для якої є наступні риси – розважальність, ігрофікація, акцент на візуалізації – відповідають уявленням та мріям ескапіста про «інші світи», а сучасні технічні засоби надають величезну кількість можливостей для їх створення. Також, розповсюдженню можливостей ескапізму сприяє і тотальна медіатизація, розширення віртуального простору, яке дає можливість людині занурюватися в інші часи і епохи, а також створювати власні віртуальні світи. Прагнення до «інших світів» пов'язане з тим, що повсякденне життя, з її рутинною і одноманітністю, потребує можливостей вийти за межі повсякденного існування, оскільки «...періодичне повторення одноманітних дій і подій викликає у людей – у одних раніше, у інших пізніше – негативну реакцію, звану сатіацією (насиченням) або стресом монотонності» (Орлова, 20011, с. 261). Масова культура надає ескапістам різноманітні можливості, з точки зору як споживання різних текстів культури, так і занурення в «інший світ», реальне або віртуальне. **Метою** статті є розкриття тих форм масової культури, в яких прагнення людини втекти від повсякденної реальності з її рутинною і нормативною регулюванням поведінки реалізується найбільш повно.

Основна частина. Так, масова культура використовує в своїх формах різні зразки, створені культурою минулого, починаючи від казок і легенд і закінчуючи класичними творами, що увійшли до так званого «золотого фонду» світової культури. Особливу роль в створенні ескапістських текстів масового культу зіграв романтизм, який реабілітував казку, перетворивши її з фольклорної форми в літературний жанр. Дуже вдало підкреслив ескапістський характер казки німецький романіст Ф. Харденберг, який писав: «В справжній казці все повинно бути чудовим, таємничим, нескладним і жвавим, кожен раз по-іншому... Світ казки є світом, цілком протилежним світу дійсності », тим самим висловлюючи романтичне ставлення до казки (Новалис, 2003, с. 99). Роль ескапізму

в чарівній казці, як зазначає і Дж. Толкін (автор «Володаря перстнів», роману, який став основою одного з найуспішніших проектів масової культури) : «Я вважаю, що втеча від дійсності – одна з основних функцій чарівної казки, і оскільки я схвально ставлюся до всіх її функцій, то, природньо, не згоден з тим жалісливим і зневажливим тоном, яким слово «ескапізм» часто говорять: життя за межами літературної критики не дає для подібного тону ніяких підстав. Очевидно, що втеча від реальності не тільки корисна, але іноді навіть пов'язана з героїчним вчинком» (Толкін, 2014, с. 387). Тож можемо стверджувати, що казка, перетворена романтиками в літературний жанр, стала дуже популярною в сучасній масовій культурі, де казкові сюжети стали основою книг, фільмів, комп'ютерних ігор, тих форм культури, які доставляють ескапістські задоволення людині будь-якого віку, кидаючи виклик реальному світу.

Незважаючи на те, що все більша кількість «чарівних предметів», образів далеких країн, екзотичних артефактів входять в повсякденний спожиток, людина продовжує прагнути до чудесного, а культурна індустрія створює нові казково-фантазійні образи, щоб це прагнення задовольнити. З цієї точки зору цілком зрозумілий успіх таких проектів, як скажимо «Зоряні війни», «Володар перстнів», «Гаррі Поттер», у всіх їх формах – від літературного першоджерела до комп'ютерних ігор і сувенірної продукції. Найбагатші можливості для ескапізму створює кіноіндустрія. Кіно, яке домінувало в масовій культурі ХХ ст. і багато в чому зберігає свої позиції і сьогодні, спочатку було формою ескапізму, що відображено в його визначенні як «фабрика мрій». Особливе значення кіно має для створення «інших світів» для жінок, які склали значну частину кіноаудиторії, цей факт не оминули увагою дослідники феміністського напрямку, які шукали причини популярності голлівудського кіно. Так, Дж. Стейсі, провівши аналіз жіночої кіноаудиторії в Англії, приходять до висновку, що «... ескапізм – це один із найбільш поширених відповідей, які зустрічаються відповідей її респондентів на питання про те, навіщо вони ходять в кіно » (Storey, 2008, с. 70). Голлівудське кіно давало жінкам можливість зануритися в світ розкоші і задоволень, недоступними для них в реальності. «Голівуд, який асоціювався з розкішшю і гламуром, що контрастує з британською сірістю життя того часу, запам'ятовувався як можливість втечі в інший, матеріально кращий світ. Таким чином, асоціація розкоші Голівуду з розкішшю інтер'єрів кінотеатрів того часу створювала багатошарову структуру ескапізму для глядачів» (Storey, 2008, с. 71). А якщо врахувати, що сучасні технології дозволяють візуалізувати фантазійні світи, занурюючи в них глядача за допомогою все нових спец ефектів, то очевидно, що образи, які потребують роботи уяви, стали доступні, візуалізовані завдяки можливостям су-

часних технологій. Утопічний світ постає в видимих і майже відчутних (в 3D-технології) образах. У кінематографічних фантазіях «Просторово-часові трансформації забезпечуються космічними кораблями і машинами часу. Оживлення неживих предметів трактується високотехнічністю техніки, а метаморфози – успіхами генетики та інших областей біології і т. д.» (Зенкін, 2009, с. 62). Нові комп'ютерні технології створюють нові віртуальні світи, в яких традиційні культурні форми змінюються до невпізнання через постійний морфінг, виникають нові інтерактивні форми тексту, в яких не зазначені автор і читач. Так, Дж. Мюррей в своїй книзі «Гамлет на Холодеку: майбутнє оповідання в кіберпросторі» досліджує трансформацію традиційного наративу в «кібердраму», в якій читач виступає співавтором тексту і може впливати на хід наративу. Оповідання стає свого роду комп'ютерною грою, де шанси на успіх рівні у всіх учасників. Фантастичні сюжети кочують із фільму в фільм, з однієї комп'ютерної гри в іншу, не дивлячись на те, що присутні в них так звані «загадкові» явища пояснені в науці. Область ірраціонального, проте, продовжує зберігати свою значимість. Образи майбутнього існують в медіа продукції з привабливими фантазіями на теми минулого, які не мають нічого спільного з історією, але відповідають потребам масового глядача в ефектному видовищі. Завдяки небаченим технічним можливостям, сучасне масове мистецтво створює відчуття «іншовимірності» навіть у відверто комерційних проектах, вказуючи шлях занурення в іншу реальність, яка іноді буває настільки привабливою, що затьмарює буття «тут-і-тепер». Звідси захоплення сучасної людини віртуальною реальністю, комп'ютерними іграми, жанром фентезі, численними книгами і фільмами про вампірів, які пропонують забутись в світі набагато більш яскравому, наповненому героями і подіями, набагато більш привабливими, ніж ті, які оточують нас у повсякденному житті. В більшості випадків літературні або кінематографічні образи сприймаються як «фікціональні», існуючі в книзі або на екрані.

Незважаючи на численних фанатів жанру фентезі, відособлення вигаданого персонажа з реальністю є екстремальним, хоча такого роду явища також існують, зокрема в субкультурних практиках. Проте, популярність таких жанрів говорить про початкові потреби людини вийти за межі його рутинного існування. Незважаючи на панування раціональності в науці і суспільстві, на падіння ролі релігії і демістифікацію багатьох архаїчних уявлень, «ми як і раніше прагнемо вийти за межі реального рутинного життя. Люди звертаються до мистецтва, рок-музики або навіть наркотиків сподіваючись, що вони допоможуть «переступити поріг»; люди намагаються забутись в чарівному світі кіно» (Армстронг, 2011, с. 145). Ця іманентна потреба людини в «іншо-

вимірності», яка втілюється на рівні побутового свята або в пошуках трансцендентального на духовному рівні, пояснює багато явищ сучасної культури, що здаються парадоксальними в «розумній», високотехнологічній, інформаційно-насиченій культурі.

Варто також звернутися до масового туризму, який поширився в наш час не тільки в Європі, але і в країнах Азії та став невід'ємною складовою способу життя сучасної людини, формування якого відбувалося в залежності від всеохоплюючої культмасової індустрії споживання, мета якої не просвітницька, не спрямована на розширення кругозору мандрівника, а переслідує комерційні мотиви і зорієнтована на можливі витрати туриста, і відповідно до цього можна стверджувати, що збільшення прибутків набуло небувалого розмаху туріндустрії. Для західного туриста однією з найпривабливіших destinations був і залишається Схід: узагальнене поняття, яке включає різні країни і культури Азії і навіть Африки. Так, екзотичний образ Сходу існує в масовій культурі як засіб залучення туристів і як основа різноманітних текстів популярної культури, що нагадують туристичний проспект. Зазначим, що Р. Барт ще в 50-і роки ХХ ст., під час початку розвитку масового туризму, відзначав, як мало стурбовані діячі культурної індустрії реальною історією і культурою країн Сходу: «Проникнення на Схід для них не більше ніж невеликий круїз по морю і обов'язково під яскравим сонцем. І ось Схід, який якраз сьогодні виявився центром всієї світової політики, постає тут плоским, пригладженим і штучно розфарбованим, немов старомодна поштова листівка» (Барт, 2002, с. 205). Такий образ цілком відповідає цілям туристичної індустрії – залучити якомога більше «мандрівників», які очікують від своєї поїздки, не нових знань, а підтвердження тих стереотипів, які вже заздалегідь сформовані всіма засобами туристичного бізнесу. «Туристична поїздка – вид запланованого ескапізму, тимчасовий вихід з рутини, що передбачає безпечне в неї повернення і відновлення повсякденної діяльності з новою енергією, здобутою під сонцем південних країн. Екзотика, яку возвеличували романтики, стає необхідною частиною подорожі туриста, розважальною за своєю природою».

Сучасний турист, який хоче отримати гарантоване задоволення від своєї подорожі, має всі можливості заздалегідь ознайомитися з очікуваними на його пригоди і радощами. Він знайомиться з візуальними образами майбутньої поїздки, які туристична індустрія робить найпривабливішими, адже може зробити 3D-тур по пам'яткам і допоможе вивчити маршрут до дрібниць. Потім проводиться порівняльний аналіз запропонованих йому туристичним бізнесом задовольень, кожне з яких включено в прейскурант послуг. Таким чином, туристична по-

дорож стає в першу чергу не відкриттям нових місць, а підтвердженням заздалегідь запланованих задоволень.

Ескапістські можливості подорожі на Схід пов'язані як з динамікою повсякденності, так і активністю туристичної індустрії. Туристичні подорожі, які спочатку були надійним шляхом втечі, нехай тимчасової, від повсякденності, самі стали перетворюватися в частину культури повсякденності. Сама структура туристичних поїздок передбачає певну рутину, яка зберігається при видимій різноманітності маршрутів і засобів пересування. Звідси втома і розчарування людини, яка побувала у багатьох країнах і побачила безліч «скарбів культури», але привабливість новизни втрачається в глобалізованому просторі сучасного туризму. «Схід» також втрачає свою екзотичність, а освоєння туристами різноманітних destinations набуває характеру пародії і другорядності, поширених форм культури постмодернізму, який перетворює подорож в простий акт повсякденного споживання. Сучасна індустрія в своєму прагненні залучити споживача часто створює можливості подорожі в штучному просторі виставки або тематичного парку, де відвідувач може за один день «побувати» в декількох країнах. «Це передбачає, що через отримання досвіду у всьому від кулінарних традицій, музики, телебачення до розваг та кіно, сьогодні стало можливим пізнавати світову географію як штучно створену, як симулякр». (Harvey, 2002, с. 301). В результаті подорож на Схід стає одночасно розвагою, доступною «в один клік», і мрією ескапіста, котрий сподівається знайти в ньому ті переживання, яких йому не вистачає в повсякденному житті.

Відомо, що ескапізм – явище неоднозначне: з одного боку, воно дозволяє витримати «стрес монотонності», з іншого – може повести людину в «іншовимірність» закривши шляхи виходу з неї. Захоплення фантастичними світами і занурення у віртуальну реальність називають хворобою XXI століття, болючою залежністю, яку порівнюють навіть із наркоманією і алкоголізмом. «Питання про те, який саме вплив здійснюють на індивіда рольові комп'ютерні ігри, регулярні занурення у віртуальну реальність, поки залишається невирішеним і, можливо, взагалі не має однозначного рішення. У ряді аспектів цей вплив має або може мати негативний характер. Про це свідчить досить швидке виникнення стійкої залежності схожої з наркотичною, ескапізм, що приводить до дезадаптації в реальному світі». (Хачатурян, 2010, с. 81). Винахід комп'ютера, а з часом швидке поширення інтернету, який став наймасовішим медіапростором всіх часів, створило для ескапізму нові можливості, зробивши легкодоступними найсміливіші фантазії, а відтак інтернет переповнений всілякими фантазійними світами, які затягують не тільки дітей і підлітків, що «підсіли» на комп'ютерні ігри,

але і цілком дорослих людей, які не мають вираженого потягу до ескапізму, але легко піддаються спокусі віртуальних фантазмагорій, настільки привабливих і яскравих, в порівнянні з нудною буденністю. Дійсно, комп'ютерні технології, віртуальна реальність – це реалії наших днів, які, безумовно, вплинули на формування цілого покоління, причому процес створення нової ідентичності почався ще раніше, з приходом медіагізації як головного напрямку культури. В останні десятиліття мультимедіа стали невід'ємною частиною життя людини, сучасна молодь, з раннього дитинства звикли користуватися всіма новими мобільними гаджетами, число яких постійно зростає. Цікаво те, що тотальна медіагізація, яка охопила весь світ, з точки зору нашого інтересу до феномену есканізму, все ж таки містить парадокс: з одного боку, комп'ютер став невід'ємною частиною того повсякденного життя, від якого ескапіст прагне перенестись в іншу реальність, а з іншого – саме комп'ютер є його провідником в це «інший світ», відкриваючи найширші можливості не тільки пасивно сприймати образи, створені фантазіями, але і втілювати їх в різних віртуальних просторах, відчувати себе творцем свого життя і долі. «Технологія, що виникла в результаті найпередовіших наукових досягнень, що стала вінцем раціональної думки Нового часу, надає ритуалок безлічі ірраціональних фантазій і міфічних образів. Реальність перетворюється в світі комп'ютерного екрану в гіперреальну, текст – в гіпертекст, а сам користувач (суб'єкт) відрізняє реальний світ від віртуального. По своїм ескапістським можливостям кіберпростір незрівнянний з іншими формами ескапізму, зовнішнього або внутрішнього, які існували до появи комп'ютера». Віртуальні світи, створені комп'ютером, послугують інтересам культурної індустрії, яка готова задовольняти найхімерніші ескапістські фантазії за допомогою різних форм віртуального споживання, що вимагає частих і реальних витрат. Сучасний ескапіст потрапляє в різноманітний кіберпростір, з його образами, текстами, гіпертекстами, і натиснувши кілька кнопок, він потрапляє в чудесні світи, зовсім несхожі на повсякденну суєту, нудні обов'язки і правила та часто малопривабливі міські пейзажі. У мережі інтернет потрапляють і діти, для яких гра – невід'ємна частина життя, і дорослі, які з радістю занурюються в яскравий світ комп'ютерної фантазії, і навіть ті, хто спочатку використовує інтернет для отримання інформації та інших прагматичних цілей, але виявляється мимоволі втягнутий в гіперреальність, в цьому контексті варто згадати зауваження, яке в своєму аналізі соціокультурного простору дає соціолог О. Орлова і виділяє гру як важливий аспект рекреаційної функції масової інформації, який пов'язаний «з перемиканням уваги людей від повсякденного життя і професійної діяльності на світ гри, свята, фантазії. Різні рекреаційні форми дозволяють людям

відмовитися від повсякденності і на час зануритися в світ барвистих, фантастичних образів та гострих переживань» (Орлова, 2011, с. 244). Очевидно, що ескапістські задоволення від комп'ютерних ігор в багато разів перевершують все створене раніше в цій галузі, захоплюючи людину все більше і більше, змушуючи забути про час і роблячи повернення до повсякденної реальності з часом все важчим. Причини такого впливу комп'ютерних ігор вивчають психологи і соціологи, все частіше проявляючи тривогу з приводу наростаючої ігрової залежності до якої схильні майже всі соціальні групи населення різного віку.

Висновки. У порівнянні з усіма іншими формами реалізації уяви і фантазії (літературою, фільмами, телебаченням), комп'ютерна графіка створює найяскравіше і захоплююче відчуття бажаної «іншовимірності». Механізми віртуальної реальності дозволяють ескапістам входити в уявні світи, які дають йому можливість реалізувати свій потенціал фантазії і творчої уяви. Кіберпростір є місцем здійснення будь-яких форм ескапізму, які створюють ілюзію світу, де людина може стати щасливою, не піддаючи себе небезпекам і складнощам реального життя. У кіберпросторі співіснують різноманітні форми культури всіх часів, надаючи людині вибір будь-яких вподобаних йому фрагментів, без необхідності логічного обґрунтування. Різні картини світу, які постають у вигляді привабливих візуальних образів, є сусідами в чарівному світі гіперреальності, вихід з якої часто стає проблемою. Розглянувши деякі форми ескапізму і їх місце в сучасній масовій культурі, можна стверджувати, що ці форми набувають неабиякого розповсюдження з високою інтенсивністю, чому сприяють реалії життя та характер сучасної масової культури і містять в собі нові можливості для «втечі від повсякденності», яке ми розглядаємо як основу ескапізму. Можливості, створені сучасними технологіями для занурення в «інший світ», великі як ніколи, а результати цього вельми неоднозначні і можуть бути, як свого роду терапією втоми від рутинного існування, так і залежністю, яка може відірвати від реальності з різними наслідками.

Список використаних джерел

- Армстронг К. Краткая история мифа. Москва : Ексмо, 2011. 149 с.
Барт Р. Мифологии: пер. с фр. / вступ. ст. и коммент. С. Н. Зенкина. Москва : Изд-во им. Сабашниковых, 1996. 312 с.
Зенкин С. Эффект фантастики в кино. Работы о теории: статьи. Москва : Новое литературное обозрение, 2012. С. 276–292.
Новалис. Фрагменты. Литературные манифесты западноевропейских романтиков / под ред. А. С. Дмитриева. Москва : Изд-во МГУ, 1980. С. 94–107.
Орлова Э. А. Социология культуры : учеб. пособие для вузов. Москва : Академический проект, 2012. 575 с.

- Толкін, Дж. Про чарівні казки, мову, психологію фантазії і те, чому неможливо писати «для дітей». URL: <http://bokmal.com.ua/people/j-r-r-tolkien-on-fairy-stories/>
- Хачатурян В. М. «Вторая жизнь» архаики: архаизирующие тенденции в цивилизационном процессе. Москва : Academia, 2009. 260 с.
- Шапинская Е. Н. Путешествие на Восток как бегство от повседневности: феномен туристического эскапизма. Международный журнал исследований культуры. 2011. № 4(5). С. 86–94. URL: <http://www.intelros.ru/readroom/mezhdunarodnyy-zhurnal-issledovaniy-kultury/m42011/17966-puteshestvie-na-vostok-kak-begstvo-ot-povsednevnosti-fenomen-turisticheskogo-eskapizma.html>
- Шапинская Е. Н. Пространства эскапизма и бегство от повседневности: религия, любовь, искусство. Культура культуры. 2017. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/prostranstva-eskapizma-i-begstvo-ot-povsednevnosti-religiya-lyubov-iskusstvo>
- Harvey D. The Condition of Postmodernity. Cambridge. USA : Blackwell, 2002. 379 с.
- Murray J. Hamlet on the Holodeck: The Future of Narrative in Cyberspace. Cambridge, Massachusetts : The MIT Press, 2017. 336 с.
- Storey J. Cultural Studies and the Study of Popular Culture. Edinburgh : Edinburgh University Press, 2008. 147 с.
- Tevans A. This Virtual Life. Escapism and Simulation in Our Media World. London : Fusion Press, 2011. 275 с.

References

- Armstrong, K. (2011). *Kratkaia istoriia mifa* [A brief history of the myth]. Moskva: Eksmo. [in Russian].
- Bart, R. (1996). *Mifologii* [Mythology]. Moskva: Izd-vo im. Sabashnikovykh. [in Russian].
- Harvey, D. (2002). The Condition of Postmodernity. Cambridge. USA: Blackwell.
- Khachaturian, V. M. (2009). “*Vtoraia zhizn’*” *arkhaiki: arkhauizuiushchie tendentsii v tsivilizatcionnom protsesse* [The “second life” of the archaic: archaizing tendencies in the civilization process]. Moskva: Academia [in Russian].
- Murray, J. (2017). Hamlet on the Holodeck: The Future of Narrative in Cyberspace. Cambridge, Massachusetts: The MIT Press.
- Novalis, (1980). Fragmenty [Fragments]. A. S. Dmitriev (Ed.), *Literaturnye manifesty zapadnoevropeiskikh romantikov* [Literary manifestos of Western European romantics] (pp. 94-107). Moskva: Izd-vo MGU [in Russian].
- Orlova, E. A. (2012). *Sotsiologiya kultury* [Sociology of culture]. Moskva: Akademicheskii proekt [in Russian].
- Shapinskaia, E. N. (2011). Puteshestvie na Vostok kak begstvo ot povsednevnosti: fenomen turisticheskogo eskapizma [Traveling to the East as an escape from everyday life: the phenomenon of tourist escapism]. *Mezhdunarodnyi zhurnal issledovaniy kultury* [International Journal of Cultural Research], 4(5), 86-94. Retrieved from <http://www.intelros.ru/readroom/mezhdunarodnyy-zhurnal->

- issledovaniy-kultury/m42011/17966-puteshestvie-na-vostok-kak-begstvo-ot-povsednevnosti-fenomen-turisticheskogo-eskapizma.html .[in Russian].
- Shapinskaia, E. N. (2017). Prostranstva eskapizma i begstvo ot povsednevnosti: religiia, liubov, iskusstvo [Spaces of escapism and escape from everyday life: religion, love, art]. *Kultura kultury* [Culture culture]. Retrieved from <https://cyberleninka.ru/article/n/prostranstva-eskapizma-i-begstvo-ot-povsednevnosti-religiya-lyubov-iskusstvo> [in Russian].
- Storey, J. (2008). *Cultural Studies and the Study of Popular Culture*. Edinburgh: Edinburgh University Press.
- Tevans, A. (2011). *This Virtual Life. Escapism and Simulation in Our Media World*. London: Fusion Press.
- Tolkin, Dzh. (2015). *Pro charivni kazky, movu, psykhologiiu fantazii i te, chomu nemozhlyvo pysaty "dlia ditei"* [About fairy tales, language, psychology of fantasy and why it is impossible to write "for children"]. Retrieved from <http://bokmal.com.ua/people/j-r-r-tolkien-on-fairy-stories/> [in Ukrainian].
- Zenkin, S. (2012). Efekt fantastiki v kino [The fantasy effect in cinema]. In *Raboty o teorii: stati* [Works on theory: articles] (pp. 276-292). Moskva: Novoe literaturnoe obozrenie [in Russian].

Novohatko A.V.

PRODUCERS OF ESCAPISM IN THE SPACE OF MASS CULTURE

Mass culture is regarded as space of realization of different forms of escapism, which is understood as the result of human desire to get liberated from the routines of everyday life. Escapism, which has existed in different epochs and in different cultures, has become wide spread today. The reasons are, on the one hand, the extension of the realm of everyday life, demythologization of culture, on the other – great technological opportunities, which allow the escapist to construct his own fantastic worlds with the help of new technologies. In mass culture the escapist gets a lot of opportunities to implement his fantasies, which may have different and contradictory consequences for real life. Such forms of escapism have been examined as fantasies embodied in different literary genres and screen forms, mass tourism, creating attractive images of «Orient», and virtual reality as the most important space for creating «other-worldliness». Mass culture, with its cult of game and entertainment, creates rich possibilities for different forms of escapism. Popular literature allows the reader to get immersed in the romantic world of love or a fantastic fairy tale. Screen arts, from cinema to computer art, make this immersion still deeper and more exciting, and virtual reality, which has embraced the whole world with the advent of computer era, drags in both children and adults, creating new worlds, where people choose their identity by themselves, construct their surroundings. Cultural industry creates new forms of entertainment and games with its commercial profit in view, but for an individual a quest for «other worlds» may turn into a dramatic break with reality.

Keywords: *escapism, mass culture, sociocultural model, culture demythologization, modern technologies, identity, virtual reality.*