

Е. Н. Шапинская

<https://orcid.org/0000-0002-0440-3830>

Эскапизм в пространстве массовой культуры

Массовая культура рассматривается как пространство реализации различных форм эскапизма, который понимается как результат стремления человека освободиться от рутинного повседневного существования. Эскапизм, который существовал в разные эпохи и в разных культурах, сегодня стал особенно распространенным, с одной стороны, по причине расширения сферы повседневности и демифологизации культуры, с другой – из-за небывалых технических возможностей, которые позволяют эскаписту конструировать свои фантазийные миры и воплощать мечту при помощи современных технологий. В массовой культуре эскапист получает богатые возможности реализации своих фантазий, что может иметь различные и противоречивые последствия для реальной жизни. Рассмотрены такие формы эскапизма, как фантазии, воплощенные в различных литературных жанрах, экранных формах; массовый туризм, создающий привлекательные образы «Востока»; а также виртуальная реальность как пространство, наиболее важное для создания «иномирия». Массовая культура, с ее культом игры и развлечения, создает богатые возможности для различных форм эскапизма. Массовая литература помогает читателю погрузиться в романтический мир любви или фантастическую сказку. Экранные искусства, от кинематографа до компьютерной графики, делают это погружение еще более увлекательным и глубоким, а виртуальная реальность, охватившая весь мир с приходом компьютерной эры, затягивает в глобальную паутину и детей и взрослых, создавая новые миры, где человек сам выбирает идентичность, конструирует свое окружение, погружается в мечту. Культурная индустрия создает все новые формы развлечения и игры с целью получения коммерческой выгоды, в то время как для человека увлечение «иномирием» может стать не только временным выходом из рутины, но и драматическим разрывом с реальностью.

Ключевые слова: эскапизм, массовая культура, демифологизация культуры, современные технологии, идентичность, виртуальная реальность.

Е. N. Shapinskaya

Escapism in 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, culture demythologization, modern technologies, identity, virtual reality.

Феномен эскапизма – явление универсальное, характерное для разных культурных эпох, в которые он принимал различные формы. В наши дни эскапизм распространился по всему культурному пространству, доминантой которого является массовая культура. Ее характерные черты – развлекательность, игрофикация, визуальный характер – соответствуют мечтам эскаписта об «иномирии», а современные технические средства представляют массу возможностей для его создания. Расширению возможностей эскапизма способствует и тотальная медиатизация, расширение виртуального пространства, которое дает возможность человеку погру-

жаться в иные времена и эпохи, а также создавать собственные виртуальные миры. Стремление к «иномирию» связано с тем, что повседневная жизнь, с ее рутинной и однообразием, нуждается в возможности выйти за пределы повседневного существования, поскольку «...периодическое повторение однообразных действий и событий вызывает у людей – у одних раньше, у других позже – негативную реакцию, называемую сатией (насыщением) или стрессом монотонии» [5, с. 261]. Массовая культура предоставляет эскаписту разнообразные возможности, с точки зрения как потребления различных текстов культуры, так и погружения в

«иномирие», реальное или виртуальное. Мы рассмотрим те формы массовой культуры, в которых стремление человека уйти от повседневной реальности с ее рутинами и нормативной регуляцией поведения реализуется наиболее полно.

Массовые жанры искусства

Массовая культура использует в своих формах различные образцы, созданные художественной культурой прошлого, начиная от сказок и легенд и заканчивая классическими произведениями, вошедшими в «золотой фонд» мировой культуры. Особую роль в создании эскапистских текстов маскультуры сыграл романтизм, который реабилитировал сказку, превратив ее из фольклорной формы в литературный жанр. Подчеркивая эскапистский характер сказки, Новалис пишет: «В истинной сказке все должно быть чудесным, таинственным, бессвязным и оживленным, каждый раз по-иному. ... Мир сказки есть мир, целиком противоположный миру действительности», – выражая романтическое отношение к сказке [4, с. 99]. Роль эскапизма в волшебной сказке подчеркивает и Дж. Толкиен, создатель «Властелина колец», романа, ставшего основой одного из самых успешных проектов массовой культуры: «Я считаю, что бегство от действительности – одна из основных функций волшебной сказки, и поскольку я одобрительно отношусь ко всем ее функциям, то, естественно, не согласен с тем жалостливым и презрительным тоном, которым слово “эскейпизм” часто произносят: жизнь за пределами литературной критики не дает для подобного тона никаких оснований. От того, что часто (хотя и не слишком удачно) называют “действительностью” бегство, что, очевидно, не только полезно, но иногда даже связано с героическим поступком» [6, с. 387].

Сказка, превращенная романтиками в литературный жанр, стала очень популярной в современной массовой культуре, где сказочные сюжеты стали основой книг, фильмов, компьютерных игр, – тех форм культуры, которые доставляют эскапистские удовольствия человеку любого возраста, бросая вызов технологическому «расколдовыванию мира». Несмотря на то, что все большее число «волшебных предметов», образов дальних стран, экзотических артефактов входят в повседневное потребление, человек продолжает стремиться к чудесному, а культурная индустрия создает новые сказочно-фантазийные образы, чтобы это стремление удовлетворить. С этой точки зрения вполне понятен успех таких проектов, как «Звездные войны», «Властелин колец», «Гарри Поттер», во всех их формах – от литературного первоисточника до компьютерных игр и сувенирной продукции.

Богатейшие возможности для эскапизма создают экранные искусства. Кино, которое доминировало в массовой культуре XX в. и во многом сохраняет свои позиции и сегодня, изначально было формой эскапизма, что отражено в его определении как «фабрики грез». Особое значение кино имеет для создания «иномирия» для женщин, которые составляли значительную часть киноаудитории. Этот факт не обошли вниманием исследователи феминистского направления, которые искали причины популярности голливудского кино. Дж. Стейси, проведя анализ женской киноаудитории в Англии, приходит к выводу, что «...эскапизм – это один из наиболее часто встречающихся ответов ее респондентов на вопрос о том, зачем они ходят в кино» [12, с. 70]. Голливудское кино давало женщинам возможность погрузиться в мир роскоши и удовольствий, недоступный для них в реальности. «Голливуд, который ассоциировался с роскошью и гламуром, контрастирующим с британской серостью жизни того времени, запомнился как возможность бегства в другой, материально лучший мир. Таким образом, ассоциация роскоши Голливуда с роскошью интерьеров кинотеатров того времени создавала многослойную структуру эскапизма для зрительниц» [12, с. 71].

Современные технологии позволяют визуализировать фантазийные миры, погружая в них зрителя при помощи все новых спецэффектов. Образы, требующие работы воображения, стали доступны благодаря возможностям современных технологий. Утопический мир предстает в видимых и почти что осязаемых (в 3D-технологиях) образах. В кинематографических фантазиях «...пространственно-временные трансформации обеспечиваются космическими кораблями и машинами времени. Оживление неодушевленных предметов мотивируется изощренной роботехникой, метаморфозы и двойничество – успехами генетики и других областей биологии и т. д.» [3, с. 62].

Новые компьютерные технологии создают все новые виртуальные миры, в которых традиционные культурные формы меняются до неузнаваемости из-за постоянного «морфинга», возникают новые интерактивные формы текста, в которых неразличимы автор и читатель. Так, Дж. Муррей в своей получившей широкую известность книге «Гамлет на Холодеке» (Холодек – устройство, симулирующее реальность в фикциональном космическом пространстве. – Прим. авт.) исследует трансформацию традиционного нарратива в «кибердраму», в которой читатель выступает соавтором текста и может влиять на ход нарратива. Повествование становится своего рода компьютерной игрой, где шансы на успех равны у всех участников [11].

Фантастические сюжеты кочуют из фильма в фильм, из одной компьютерной игры в другую, несмотря на то, что присутствующие в них «загадочные» явления объяснены в науке. Область иррационального, тем не менее, продолжает сохранять свою значимость. Образы будущего соседствуют в экранной продукции с привлекательными фантазиями на темы прошлого, которые не имеют ничего общего с историей, но отвечают потребностям массового зрителя в эффектном зрелище. Благодаря невиданным техническим возможностям, современное массовое искусство создает ощущение «иномирия» даже в откровенно коммерческих проектах, указывая путь погружения в иную реальность, которая иногда бывает столь привлекательной, что затмевает бытие «здесь-и-сейчас». Отсюда увлечение современного человека виртуальной реальностью, компьютерными играми, жанром фэнтези, многочисленными книгами и фильмами о вампирах, которые предлагают забыться в мире гораздо более ярком, наполненном героями и событиями, гораздо более привлекательными, чем те, которые окружают нас в повседневной жизни. В большинстве случаев литературные или кинематографические образы воспринимаются как «фикциональные», существующие в книге или на экране. Несмотря на многочисленных фанатов жанра фэнтези или вампирских саг, олицетворение вымышленного персонажа с реальностью является экстремальным, хотя такого рода явления также существуют, в частности в субкультурных практиках. Тем не менее, популярность таких жанров говорит об изначальной потребности человека выйти за пределы его рутинного существования. Несмотря на господство рациональности в науке и обществе, на падение роли религии и демистификацию многих архаических представлений, «мы по-прежнему стремимся выйти за пределы непосредственных обстоятельств своей жизни, обрести более полное бытие. Мы обращаемся к искусству, рок-музыке или наркотикам в надежде, что они помогут нам “переступить порог”; мы пытаемся забыться в волшебном мире кино» [1, с. 145] Эта имманентная потребность человека в «иномирии», будь оно воплощено на уровне бытового праздника или в поисках трансцендентального на духовном уровне, объясняет многие явления современной культуры, кажущиеся парадоксальными в «разумной», высокотехнологичной, информационно насыщенной культуре.

Массовый туризм как форма эскапизма

Массовый туризм, распространившийся в наше время не только в Европе, но и в странах Азии, стал неотъемлемой принадлежностью образа жизни современного человека. Его формирование происхо-

дило по законам культурной индустрии, а цель – далеко не просветительская, направленная на расширение кругозора путешественника, а чисто коммерческая, то есть увеличение прибылей приобретшей небывалый размах туриндустрии. Для западного туриста одной из самых привлекательных дестинаций был и остается Восток, некое обобщенное понятие, включающее различные страны и культуры Азии и Африки. Экзотический образ Востока существует в массовой культуре как средство привлечения туристов и как основа разнообразных текстов популярной культуры, напоминающих туристический проспект. Р. Барт еще в 50-е гг. XX в., во время начала подъема массового туризма, отмечал, как мало озабочены деятели туриндустрии реальной историей и культурой стран Востока: «Проникновение на Восток для них не более чем небольшой круиз по лазурному морю и обязательно под ярким солнцем. И вот Восток, который как раз сегодня оказался центром всей мировой политики, предстает здесь плоским, приглаженным и искусственно раскрашенным, словно старомодная почтовая открытка» [2, с. 205]. Такой образ вполне соответствует целям туристической индустрии – привлечь как можно больше «путешественников», которые ожидают от своей поездки не новых знаний, а подтверждения тех стереотипов, которые уже заранее сформированы всеми средствами туристического бизнеса. «Туристическая поездка – вид запланированного эскапизма, временный выход из рутины, предполагающий безопасное в нее возвращение и возобновление повседневной деятельности с новой энергией, обретенной под солнцем южных стран. Экзотика, которую воспевали романтики, становится необходимой частью путешествия туриста, развлекательного по своей природе» [8]. Современный турист, который хочет получить гарантированное удовольствие от своего путешествия, имеет все возможности заранее познакомиться с ожидающими его приключениями и радостями. Он знакомится с визуальными образами предстоящей поездки, которые туриндустрия делает наиболее привлекательными, может совершить 3D-тур по достопримечательностям и изучить маршрут вплоть до мельчайших подробностей. Затем он проводит сравнительный анализ предлагаемых ему туристическим бизнесом удовольствий, каждое из которых занесено в прейскурант услуг. Таким образом, туристическое путешествие становится не открытием новых мест, а подтверждением заранее запланированного удовольствия.

Эскапистские возможности путешествия на Восток связаны как с динамикой повседневности, так с и активностью культурной индустрии. Туристические путешествия, которые вначале были надежным путем бегства, пусть временного, от повсе-

дневных рутин, сами стали превращаться в часть культуры повседневности. Сама структура туристических поездок предполагает определенную рутину, которая сохраняется при видимом разнообразии маршрутов и средств передвижения. Отсюда усталость и разочарование человека, который побывал во многих странах, увидел множество «сокровищ культуры», но не оказался затронутым внутренне, а прелесть новизны теряется в глобализованном пространстве современного туризма. «Восток» также теряет свою экзотичность, а освоение туристами «экзотических» пространств приобретает характер пастиша и пародии, распространенных форм культуры постмодернизма, который превращает путешествие в простой акт повседневного потребления. Современная культурная индустрия в своем стремлении привлечь потребителя часто создает возможности путешествия в искусственном пространстве выставки или тематического парка, где посетитель может за один день «побывать» в нескольких странах. «Это подразумевает, что через получение опыта всего, от пищи до кулинарных традиций, музыки, телевидения, развлечения и кино сегодня стало возможным познавать мировую географию как искусственно созданную, как симулякр» [10, с. 301]. В результате путешествие на Восток становится одновременно развлечением, доступным «в один клик», и мечтой эскаписта, надеющегося найти в нем те краски и ощущения, которых ему не хватает в повседневной жизни.

Эскапизм в виртуальном пространстве

Эскапизм – явление неоднозначное: с одной стороны, он позволяет выдержать «стресс монотонии», с другой – может увести человека в «иномирие», закрыв пути выхода. Увлечение фантастическими мирами и погружение в виртуальную реальность часто считается болезнью века, болезненной аддикцией, схожей с наркоманией и алкоголизмом. «Вопрос о том, какое именно влияние оказывают на индивида ролевые компьютерные игры, регулярные погружения в виртуальную реальность, пока остается нерешенным и, возможно, вообще не имеет однозначного решения. В ряде аспектов это влияние имеет или может иметь негативный характер. Об этом свидетельствует достаточно быстрое возникновение стойкой аддикции, сходной с наркотической зависимостью, эскапизм, приводящий к дезадаптации в реальном мире» [7, с. 81].

Изобретение компьютера, а затем быстрое распространение интернета, ставшего самым массовым медиaprостранством всех времен и народов, создало для эскапизма новые возможности, сделав легкодоступными самые смелые фантазии. Глобальная паутина заполнена всевозможными фанта-

зийными мирами, которые затягивают не только детей и подростков, «подсевших» на компьютерные игры, но и вполне взрослых людей, не имеющих выраженной тяги к эскапизму, но легко поддающихся на соблазн виртуальных фантасмагорий, столь привлекательных и ярких, по сравнению со скучной обыденностью.

Компьютерные сети, виртуальная реальность – это реалии наших дней, которые, безусловно, повлияли на формирование целого поколения, причем процесс создания новой идентичности начался еще раньше, с приходом медиатизации как главного направления культуры. В последние десятилетия мультимедиа стали неотъемлемой частью жизни человека, сегодняшняя молодежь, люди поколения Z, с раннего детства привыкает пользоваться мобильным телефоном, планшетом и всеми новыми гаджетами, число которых постоянно растет. Тотальная медиатизация, охватившая весь мир, с точки зрения нашего интереса к феномену эскапизма содержит некий парадокс. С одной стороны, компьютер стал неотъемлемой частью той повседневной жизни, от которой эскапист стремится уйти в иную реальность, в «иномирие». С другой – именно компьютер является его проводником в это «иномирие», открывая самые широкие возможности не только пассивно воспринимать образы, созданные фантазией, но и воплощать свою мечту в различных виртуальных пространствах, чувствовать себя творцом и хозяином своей жизни и судьбы. «Технология, возникшая в результате самых передовых научных достижений, ставшая торжеством рациональной мысли Нового времени, предоставляет убежище множеству иррациональных фантазий и мифических образов. Реальность превращается в мире компьютерного экрана в гиперреальность, текст – в гипертекст, а сам пользователь (субъект) с трудом отличает реальный мир от виртуального. По своим эскапистским возможностям киберпространство несравнимо ни с какими формами эскапизма, внешнего или внутреннего, которые существовали до появления компьютера» [9]. Виртуальные миры, созданные компьютером, служат интересам культурной индустрии, которая готова удовлетворять самые причудливые эскапистские фантазии при помощи различных форм виртуального потребления, требующего часто и реальных затрат.

Современный эскапист попадает в ризомообразное киберпространство, с его образами, текстами, гипертекстами, кибердрамами. Нажав несколько кнопок, он попадает в чудесные миры, совершенно не похожие на повседневную суету, скучные обязанности и правила и малопривлекательные «ситискейпы». В сети всемирной паутины попадают и дети, для которых игра – необходимая часть жизни, и взрослые, которые с радостью погружаются в яр-

кий мир компьютерной фантазии, и даже те, кто изначально использует интернет для получения информации и прочих прагматических целей, но оказывается невольно втянут в гиперреальность, следуя причудливым поворотам ризомообразных джунглей. Игрофикация – одна из важных черт современной массовой культуры, в которой весь мир превращается в игру, вытесняя «серьезные» занятия на второй план, делая их всего лишь тяжелой необходимостью на пути погружения в волшебный мир игры, будь это компьютерная игра или киберспорт. В своем анализе социокультурного пространства Э. Орлова выделяет игру как важный аспект рекреационной функции массовой информации, который связан «с переключением внимания людей от обыденной жизни и профессиональной деятельности на мир игры, праздника, фантазии». Различные рекреационные формы «позволяют людям отрешиться от повседневности и на время погрузиться в мир красочных, фантастических образов, острых переживаний» [5, с. 244]. Эскапистские удовольствия компьютерных игр во много раз превосходят все созданное ранее в этой области, захватывая человека все больше и больше, заставляя забыть о времени и делая возврат к повседневной реальности все более трудным. Причины такого влияния компьютерных игр изучают психологи и социологи, все чаще проявляющие тревогу по поводу нарастающей игровой зависимости, которой больше всего подвержены подростки и мужчины среднего возраста, нуждающиеся в реализации своих фантазий. По сравнению со всеми другими формами реализации воображения и фантазии (литературой, фильмами, телевидением), компьютер создает наиболее яркое и захватывающее ощущение «иномирности». Механизмы виртуальной реальности позволяют эскаписту входить в воображаемые миры, которые дают ему возможность реализовать свой потенциал фантазии и творческого воображения. Киберпространство является местом воплощения всех форм эскапизма, которые создают иллюзию мира, где человек может стать счастливым, не подвергая себя опасностям и сложностям реальной жизни. В киберпространстве сосуществуют многообразные формы культуры всех времен и народов, предоставляя человеку выбор любых понравившихся ему фрагментов, без необходимости логического обоснования. Различные картины мира, предстающие в виде привлекательных визуальных образов, соседствуют в волшебном мире гиперреальности, выход из которой часто становится проблемой и жизненной драмой эскаписта.

Рассмотрев некоторые формы эскапизма и их место в современной массовой культуре, можно сказать, что эти формы приобретают большую интенсивность и содержат в себе новые возможности

для «бегства от повседневности», которое мы рассматриваем как основу эскапизма. Возможности, создаваемые современными технологиями для погружения в «иномирность», велики как никогда, а результаты этого весьма неоднозначны и могут быть как своего рода терапией усталости от рутинного существования, так и аддикцией, которая может увести от реальности с самыми драматическими последствиями.

Библиографический список

1. Армстронг, К. Краткая история мифа [Текст] / К. Армстронг. – М. : Эксмо, 2011. – 159 с.
2. Барт Р. Мифологии [Текст] / Р. Барт. – М. : Изд-во им Сабашниковых, 1996. – 312 с.
3. Зенкин С. Эффект фантастики в кино [Текст] / С. Зенкин // Фантастическое кино. – М. : НЛО, 2006. – 408 с.
4. Новалис. Фрагменты Литературные манифесты западноевропейских романтиков [Текст]. – М. : Изд-во Московского У-нта, 1980. – 639 с.
5. Орлова, Э. А. Социология культуры [Текст] / Э. А. Орлова. – М. : Академический проект, 2011. – 575 с.
6. Толкин, Дж. Р. Р. О волшебных сказках [Текст] / Дж. Р. Р. Толкин // Толкин Дж. Сказки волшебной страны. – М. : АСТ, 2010. – 416 с.
7. Хачатурян, В. М. «Вторая жизнь» архаики архаизирующие тенденции в цивилизационном процессе [Текст] / В. М. Хачатурян. – М. : Государственная академия славянской культуры, 2009. – 290 с.
8. Шапинская, Е. Н. Путешествие на Восток как феномен туристического эскапизма [Электронный ресурс] / Е. Н. Шапинская // Культура культуры. – 2017. – № 2. – URL: <http://cult-cult.ru/a-trip-to-the-east-as-a-phenomenon-of-tourist-escapism/>
9. Шапинская, Е. Н. Пространства эскапизма и бегство от повседневности: религия, любовь, искусство [Электронный ресурс] / Е. Н. Шапинская // Культура культуры. – 2017. – № 3. – URL: <http://cult-cult.ru/spaces-for-escapism-and-running-away-from-everyday-life-religion-love-art/>
10. Harvey D. The Condition of Postmodernity. Cambridge, USA: Blackwell, 1992. – 379 с.
11. Murray J. Hamlet on the Holodeck: The Future of Narrative in Cyberspace. – Cambridge, Massachusetts: The MIT Press, 2017. – 336 с.
12. Storey J. Cultural Studies and the Study of Popular Culture. – Edinburgh: Edinburgh University Press, 1998. – 147с.

Reference List

1. Armstrong, K. Kratkaja istorija mifa = Brief history of the myth [Tekst] / K. Armstrong. – M. : Jeksmo, 2011. – 159 s.
2. Bart R. Mifologii = Mythologies [Tekst] / R. Bart. – M. : Izd vo im Sabashnikovyh, 1996. – 312 s.

3. Zenkin S. Jeffect fantastiki v kino = Effect of fantasy at cinema [Tekst] / S. Zenkin // Fantasticheskoe kino = Fantastic cinema. – M. : NLO, 2006. – 408 s.
4. Novalis. Fragmenty Literaturnye manifesty zapadnoevropejskih romantikov = Novalis. Fragments Literary manifestos of the Western European romantics [Tekst]. – M. : Izd vo Moskovskogo U-nta, 1980. – 639 s.
5. Orlova, Je. A. Sociologija kul'tury = Culture sociology [Tekst] / Je. A. Orlova. – M. : Akademicheskij proekt, 2011. – 575 s.
6. Tolkin, Dzh. R. R. O volshebnyh skazkah = About magic fairy tales [Tekst] / Dzh. R. R. Tolkin // Tolkin Dzh. Skazki volshebnoj strany = Tolkien J. Fairy tales of the magic country. – M. : AST, 2010. – 416 s.
7. Hachaturjan, V. M. «Vtoraja zhizn'» arhaiki arhaizujushhie tendencii v civilizacionnom processe = «The second life» of antiquity archaized trends in civilization process [Tekst] / V. M. Hachaturjan. – M. : Gosudarstvennaja akademija slavyjanskoj kul'tury, 2009. – 290 s.
8. Shapinskaja, E. N. Puteshestvie na Vostok kak fenomen turisticheskogo jeskapizma = Travel to the East as a phenomenon of tourist escapism [Elektronnyj resurs] / E. N. Shapinskaja // Kul'tura kul'tury = Culture of culture. – 2017. – № 2. – URL <http://cult-cult.ru/a-trip-to-the-east-as-a-phenomenon-of-tourist-escapism/>
9. Shapinskaja, E. N. Prostranstva jeskapizma i begstvo ot povsednevnosti: religija, ljubov', iskusstvo = Spaces of escapism and escape from daily occurrence: religion, love, art [Elektronnyj resurs] / E. N. Shapinskaja // Kul'tura kul'tury = Culture of culture – 2017. – № 3. – URL <http://cult-cult.ru/spaces-for-escapism-and-running-away-from-everyday-life-religion-love-art/>
10. Harvey D. The Condition of Postmodernity. Cambridge, USA: Blackwell, 1992. – 379 s.
11. Murray J. Hamlet on the Holodeck: The Future of Narrative in Cyberspace. – Cambridge, Massachusets: The MIT Press, 2017. – 336 c.
12. Storey J. Cultural Studies and the Study of Popular Culture. – Edinburgh : Edinburgh University Press, 1998. – 147s.