

обеспечения знаниями, продовольствием, товарами и услугами посредством универсальной занятости всего народа. Изложенная в данной статье концепция инновационно-индустриальной социально-экономической модели общества обосновывает возможности системного разрешения ряда проблем и обеспечивает увеличение авангардной мощи общества. Во-первых, создаются условия для достижения баланса мировой торговли между постиндустриальными и индустриальными странами. Во-вторых, создаются системные возможности преодоления сложившегося разрыва между социально включёнными в экономику и исключёнными из социально-экономической деятельности граждан. В-третьих, системно вовлекается творческий потенциал каждого члена общества в социально-экономическую деятельность своей страны, что увеличивает авангардный научно-технический и социальный потенциал общества. Инновационно-индустриальная цивилизация является наиболее эффективной моделью симбиоза творческого потенциала индивида и общества во всём спектре социально-экономической деятельности людей.

Бібліографічні посилання:

1. **Остапенко Б.И.** Методологическое значение информационных технологий реального времени / Б.И. Остапенко // Наука XXI столетия, индустрия хай-тек и современное образование. Материалы Всеукраинской научной конференции. – Сумы, 2012. – 259 с. – С. 130 – 133.
2. **Остапенко Б.И.** Мироззренческая направленность преобразовательной деятельности человека / Б.И. Остапенко // Мультиверсум. Философский альманах. – К., 2011. – Вып. 9 (107). – 240 с. – С. 213– 226.
3. **Cameron D.** David Cameron prepares economic growth plan / David Cameron. BBC News. UK Politics. Website. 2012. <http://www.bbc.co.uk/news/uk-politics-19454322> (проверено 30 октября 2012г.).
4. Commission Report in accordance with Article 3 of Directive 2001/77/EC, Article 4(2) of Directive 2003/30/EC and on the implementation of the EU Biomass Action Plan COM(2005)628 {COM(2009) 192 final}. <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/> LexUriServ.do?uri=CELEX:52009SC0503:EN:NOT (проверено 18.02.2012).
5. **Khanna R.** Entrepreneurial Nation: Why Manufacturing is Still Key to America's Future? / Ro Khanna. – McGraw-Hill, 2012. – 272 p.
6. **Muller-Hill B.** Murderous Science: Elimination by Scientific Selection of Jews, Gypsies and Others in Germany, 1933–1945 / B. Muller-Hill. – Oxford: Univ. Press, 1998. – 258 p.
7. **Nowicki D.** Manufacturing key part of Obama economic plan. 2012. <http://www.azcentral.com/arizonarepublic/news/articles/2012/01/25/20120125obama-manufacturing-key-part-economic-plan.html> (проверено 30 октября 2012г.).
8. **Obama B.** Remarks by the President on American Manufacturing. Boeing Production Facility. Everett, Washington. The White House Website. February 17, 2012. <http://www.whitehouse.gov/the-press-office/2012/02/17/remarks-president-american-manufacturing> (проверено 30 октября 2012г.).
9. **Schramm J.** Learning to Compete in the Knowledge Economy / Jennifer Schramm. SHRM Research. Workplace Visions, No.3/ 2005. – 8 p.
10. The Secrets of Germany's Success. What Europe's Manufacturing Powerhouse Can Teach America. Foreign Affairs. July/August 2011. <http://www.foreignaffairs.com/print/67878> (проверено 30 октября 2012г.).
11. TWAS. Website. China Seeks to Build Knowledge Economy. 2012. <http://twas.ictp.it/news-in-home-page/news/china-seeks-to-build-knowledge-economy> (проверено 30 октября 2012г.).
12. **Weinberger J.** Is Manufacturing the Key to Innovation? / Jillian Weinberger. The Takeaway Website. October 16 2012. <http://www.thetakeaway.org/2012/oct/16/producing-prosperity-manufacturing-key-innovation/#> (проверено 30 октября 2012г.).
13. **Zeng D.Z.** China and the Knowledge Economy: Challenges and Opportunities / Douglas Zhijua Zeng, Shuilin Wang. World Bank. 2007. – 38 p.

УДК 75.052:141

Кайс З.В.

СУПЕРЕЧЛИВІСТЬ І НЕОДНОЗНАЧНІСТЬ ГРАФІТІ (РЕПРЕЗЕНТАЦІЯ СМISЛУ ТА РУЙНАЦІЯ УРБАНІСТИЧНОГО ПРОСТОРУ)

Розглядається соціально-філософський аспект графіті, як явища комунікації в системі соціальних взаємин. Суперечлива онтологія феномену розкривається в реперезентації смислу та руйнації простору. Графіті проблематизується як діалог та анонімність, як

спроба подолати суперечності утилітарного та естетичного, як девіантна практика та естетична діяльність, як мова субкультури і публічна незрозуміла мова. Пропонуються функції графіті.

Ключові слова: графіті, вуличне мистецтво, комунікація, діалог, семантика, смисл, місто.

Рассматривается социально-философский аспект граффити, как явления коммуникация в системе социальных взаимоотношений. Противоречивая онтология феномена раскрывается в репрезентации смысла и разрушении пространства. Граффити проблематизируется как диалог и анонимность, как попытка преодолеть противоречие утилитарного и эстетического, как девиантная практика и эстетическая деятельность, как язык субкультуры и публичный непонятный язык. Предлагаются функции граффити.

Ключевые слова: граффити, уличное искусство, коммуникация, диалог, семантика, смысл, город.

The social philosophy aspect of graffiti as communication in social networks is considered. The contradictory ontology of the phenomenon disclosed in representation of meaning and destruction of space. Graffiti problematized as dialog and anonymity, as an attempt to overcome contradiction of utilitarian and aesthetic, as deviant practices and aesthetic activities, as a language of subculture and public incomprehensible language. The functions of graffiti are offered.

Keywords: graffiti, street art, communication, dialog, semantics, meaning, city.

Порівняно новий і малодосліджений феномен графіті стає сьогодні предметом багатьох дискусій. Як семантична складова урбаністичного світу графіті присутні в образі міста, але залишаються загадковими за своїм смислом для людей, тому зустрічають неоднозначні естетичні та етичні оцінки. В науковому середовищі точаться дискусії про предмет комунікативного та естетичного значення цього явища, розглядаються можливі методи подолання присутності продуктів графіті в міському ландшафті, проблематизуються міркування про можливість надання графіті статусу офіційного мистецтва. Дебати з цих приводів тривають серед дослідників різних шкіл і наукових напрямів, до них часто-густо долучається ще й широка громадськість, адже всі ми, перебуваючи у візуальному ряді міського простору, його споживаємо і реагуємо на його символи. Тому цінними для дослідження символіки графіті є як думки, що потрапляють до наукового дискурсу, так і індивідуальний досвід містян. Зауважимо також, що актуальність соціально-філософського дослідження феномена графіті полягає в розповсюдженості графіті в суспільному просторі міста, повсякденній присутності його і водночас неартикульованість наукових узагальнень щодо цього феномена.

В межах соціально-філософської рефлексії цього урбаністичного феномену доцільною є евристика вплетення партикулярних смислів графіті до універсальних смислів співбуття в місті, через осмислення тих суперечливостей і неоднозначностей, в яких екстеріоризується цілісне розуміння графіті як явища міської повсякденності.

Графіті як предмет міждисциплінарного дослідження є багатограним, до нього звертаються культурологи і археологи, лінгвісти і фольклористи, антропологи, психологи і педагоги. Виявляється, що до графіті як предмету наукового дослідження не так і просто підступитися, часто-густо він не схоплюється класичною науковою раціональністю. В широкому значенні графіті має довгу генеалогію і відсилає до археологічних розвідок дослідників давнього наскального живопису, сакральних схем полювання та зображень тотемних тварин в печері Альтаміри, до прокламацій римських ораторів та еротичних графіті Помпеї, до релігійних написів Софії Київської. У вузькому значенні сьогодні говорячи про графіті, здебільшого мають на увазі заплутані написи-малюнки сучасної субкультури-графіті. На цей вид графіті звертають увагу як зарубіжні дослідники (Дж. Бушнел, Ж. Бодрійяр, Дж.М. Гетсбі, П.Ковальські, Д. Козловська, В. Кох, та ін.), що намагаються класифікувати явище, дослідити його історичні витоки, а також російські соціологи, психологи, педагоги та фольклористи (Є. Бажкова, І. Башкатов, А. Белкін, А. Демін, В. Кашин, М. Лур'є, Є. Мясіна, А. Скороходова, Т. Стрелкова, К. Шумов та інші), які намагаються дослідити психологічні мотиви, естетичну цінність, систематизувати тексти. В останні роки з'являється все більше українських досліджень феномену графіті (І. Головаха, Т. Єрмакова, К. Станіславська). Системного дослідження графіті досі не існує, кожен дослідник зосереджує увагу на певному окремому виді графіті, залишаючи поза науковою увагою цілий пласт матеріалу, ми ж маємо на меті розглядати феномен комплексно, але для розгляду певних його характеристик звертатися до конкретизації, що мова йде саме про субкультуру-графіті. Отже дослідження цього порівняно нового в науці феномена є актуальним, оскільки деякі його сторони лишаються поза науковою увагою, а деякі досі не артикульовані. Попри доволі

розмаїте дослідження графіті та безліч підходів до його дослідження ми зосереджуємося саме на його соціально-філософській складовій, розглядаючи графіті як явище комунікації в системі соціальних взаємин, що завжди мають історичне соціокультурне забарвлення.

Метою статті є дослідження суперечливої онтології графіті в сучасному місті, а саме: графіті як реперезентація смислу та руйнація простору. У такий спосіб визначена загальна мета імплікує деталізацію конкретніших завдань, а саме: графіті як діалог та анонімність, як спроба подолати протиріччя утилітарного та естетичного, графіті як девіантна практика та як естетична діяльність, графіті — мистецтво чи злочин, графіті як мова субкультури і як публічна незрозуміла мова. Окремим завданням є дослідження функцій графіті.

Раніше ми вже розглядали психологічні аспекти мотивів продукування графіті та морально-етичний аспект феномена, але зауважимо, що впродовж історичного оформлення та розвитку цього явища як офіційна влада, так і публіка (мимовільні спостерігачі продуктів графіті) вкрай негативно оцінюють це явище [1; 2]. Таку неоднозначну оцінку з боку публіки спричиняє побутування графіті і стріт-арта (від англ. «street art» – вуличне мистецтво) у місті як нетрадиційної форми громадського волевиявлення. Графіті і стріт-арт (як одна з форм практики субкультурного графіті, постграфіті) існує як специфічна публічна, іноді творча (детальніше про це див.1) практика, що розгортається поза межами інституціалізованого художнього поля (галерейного мистецтва) і спрямована на реконструкцію простору буття міських спільнот головним чином через експонування, трансляцію особистісних смислів у просторі міста, через ініціювання інтерактивності, діалогу [3]. Для графіті міський матеріальний простір виступає як медіум, первинний отримувач і транслятор смислу, стає тим каналом, через який опредметнюються індивідуальні смисли, відкриваючи наративний елемент публічності, пропонуючи діалогічність як альтернативу мовчанню і долучаючи до співавторства, участі у діалозі усієї міської спільноти через індивідуальне до-тлумачення спільного смислу. Місця зосередження графіті, в силу своєї публічності, забезпечують широку цільову аудиторію реципієнтів, водночас деперсоніфікуючи відправника, залишаючи йому автономність.

Не можна заперечити, що деякі продукти графіті-практики є вандалськими за своєю формою. Причому, здебільшого вандалські написи та малюнки залишають автори, що як раз не є членами графіті-субкультури, а так звані «тої» (від англ. «toy» – іграшка), підлітки, що захоплюються західними віяннями в музиці та стилі життя. Для членів субкультури графіті на противагу сліпому безрозбірливому спотворенню міського ландшафту існує негласний «кодекс честі», який не дозволяє ушкоджувати пам'ятки архітектури. Так само, якщо розглянути декілька найвідоміших визначень вандалізму, можна дійти висновку, що знак «дорівнює» між словами «графітіст» і «вандал» загалом ставити не можна. Велика Радянська Енциклопедія визначає вандалізм як безглузде знищення культурних і матеріальних цінностей, В.Даль торкається морально-етичного аспекту вандалізму, визначаючи його як вчинок, що протирічить освіченій людині, французький енциклопедичний словник «Лярусс» у визначенні терміна ставить акцент на особливому стані духу, що змушує руйнувати красиві речі, а в сучасному словнику «Меріам Вебстер» вандал трактується як той, хто руйнує речі внаслідок невігластва [4; 5; 6; 7]. Отже, якщо трактувати вчинок графіті як вандалський, то з наведених вище визначень можна виокремити мотиви та деякі характеристики суб'єкта такого вчинку, а саме: беззмістовність, безглуздість дії; дії неосвіченої людини; невігластво; нерозуміння краси та прекрасного; навмисні дії. Якщо синтезувати ці визначення та зпроекувати їх на графітіста, то виявляється, що це невіглас, неосвічена людина, в якій відсутнє почуття прекрасного, тому вона безцільно, навмисне, керуючись самим лише станом духу, прагненням до руйнації, знищує чужі, цінні матеріальні речі. Але, дослідивши раніше соціально-психологічні мотиви графіті, ми зробили висновок про те, що основними мотивами графіті є здебільшого самоідентифікація та самовираження, а для субкультурного графіті цей спектр мотивів значно ширший, оскільки кожне окреме повідомлення є реалізацією окремого партикулярного мотиву. (докладніше див.: 1) Крім того, задля розвіяння міфу про невігластво та неосвіченість графітістів, відзначемо, що більшість з них мають вищу освіту, а дехто, навіть академічну художню і філософську.

Отже графіті і стріт-арт, намагається подолати протиріччя утилітарного та естетичного в міському середовищі, переосмислюючи об'єкт, наповнюючи його додатковим значенням, відкриваючи в ньому додатковий зміст, який апелює до якісно інших суспільних смислів, необмежених смыслом самого об'єкту перетворення. Місто являє собою колаж історичних об'єктів та нових архітектурних рішень, тому прочитання міського тексту є містком, що веде як «за смыслом» так і «проти смысла», оскільки візуально побудувати несуперечливе повідомлення важко — воно буде завжди наштовхуватися на матеріал, що підпорядкований іншим правилам кодування [8]. Субкультура графіті, за словами К.Станіславської, виробила власні ідеологію, стиль, тактику і стратегію робіт, пройшла шлях від появи і розповсюдження

до канонізації багатьох законів жанру [9,182]. Ми ж в свою чергу, досліджуючи семантичну складову феномена графіті, його символічність, доповнюємо цю думку тим, що графіті як комунікативна система виробило свою знакову систему та власний код. На тому, що феномен графіті можна ідентифікувати як явище комунікації, зголошується більшість дослідників. Причому ця комунікативна система, на думку групи російських дослідників, проявляється в двох напрямках: інтраграфітійному, що передбачає діалог всередині графіті-культури та в межах графіті-коду, та екстраграфітійному, як діалог графіті із зовнішнім світом [10].

Таким чином, основна суперечливість графіті впливає саме з неузгодженості кодів інтраграфітійного (внутрішнього для субкультури-графіті, конвенційної мови графіті спільноти) і екстраграфітійного, який в свою чергу може складатися з безлічі кодів. Тому смисли репрезентовані в повідомленнях графіті мають безліч тлумачень і здебільшого отримуються в неоднозначному викривленому вигляді, що і спричиняє упередженість суджень відносно окремих графіті та явища загалом, через нерозуміння і недоступність смислу для міської спільноти, графіті засуджується спільнотою, як маргінальне девіантне явище.

Проблемним є питання про рубрикацію графіті. Вочевидь, переважна більшість дослідників інтерпретуює його як самостійний жанр сучасного мистецтва. Очевидним є те, що цілком заперечувати існування «вуличного мистецтва» неможливо, можна лише висувати гіпотетичні припущення про те, яким буде вихід з цієї суперечності, адже абстрактний живопис також не одразу був визнаний офіційним жанром художнього мистецтва. Найбільш ліберальні країни, такі наприклад, як Голандія, Франція, США визнають художню цінність графіті, в Амстердамі, Парижі і Нью-Йорку цілі вулиці являють собою галереї просто неба, вулиці-музеї графіті, що на субкультурному сленгу називаються «halls of fame» (з англ.: «зали слави»). Берлінська стіна, яка сьогодні вкрита малюнками графіті, є пам'яткою історії та архітектури та охороняється владою, а спотворення існуючих малюнків карається законом. В Києві така спонтанна «алея слави» утворилася впродовж останнього десятиліття вздовж бетонних схилів набережної Дніпра та річки Либідь.

Отже, суперечливе і неоднозначне питання про вуличне графіті як мистецтво залишається відкритим. Хоча в деяких містах і відбуваються централізовані виставки, в яких графіті «переїжджає» з вулиці до галерей (як наприклад, виставка в роттердамському музеї Бойманс-Ван-Бейнінгем в 1983 році), в Києві відкритим новим ідеям та молодіжним простором позиціонує себе «Мистецький Арсенал». Але ж такий суспільний процес також характеризується неоднозначно: з одного боку, відкритість новим ідеям, а з іншого - поступ шляхом від «культури хамства» до культури краси [11, 26].

Не можна заперечити факт, що графіті роблять місто впізнаваним. Графіті випадають з канону туристичних фотографій, листівок, путівників, вважаючись занадто маргінальною складовою міста, щоб демонструвати її туристу. Однак ступінь розповсюдження графіті та якість малюнків вказує на рівень розвитку молодіжних субкультурних рухів в даному місті. І якщо образ міста репрезентується для туристів як «сучасне та молодіжне місто», то одним із його символів сьогодні буде графіті.

Доцільним є визначення функцій графіті. Субкультурне графіті актуалізує в першу чергу комунікативну функцію (на відміну від політичного графіті, мотивом якого є висловлення опозиційних думок та зміна суспільної думки, або молодіжних та підліткових графіті, які ми слідом за В.Маяковським називаємо «канцелярськими звичками», що актуалізують в першу чергу потребу в самовираженні) [1].

Розглядаючи графіті як засіб освоєння географічного простору, просторової демаркації, соціального конструювання реальності П.Ковальські виокремлює три функції: магічна, інтегративна й просторова. Імперативні повідомлення графіті цілком ймовірно можуть виконувати магічну функцію впливу на дійсність, через трансляцію певного змісту. Графіті, що порушують соціальне табу, й езотеричні символи, недоступні для розуміння чужого, є одним із факторів, які інтегрують певну спільноту й означають її межі (П. Ковальські). М.Лур'є однією з найважливіших функцій графіті називає функцію маніфестації, поділяючи всі графіті на такі, що маніфестують групові цінності (через їхню прокламацію або заперечення ворожих цінностей) і відповідно ідентифікують автора як члена групи та такі, що маніфестують індивідуальні цінності, виражаючи настрій, думки автора [10]. Доречі, для графіті субкультури притаманне якраз прагнення об'єднуватися в «crew» (з англ.: команда), тому колективний фактор відіграє визначну роль: група обмінюється досвідом та думками, виробляє власну символіку та знакову систему, що вирізняє дану команду з-поміж інших, виробляє власний художній стиль та семіотичний код. Другою функцією графіті М.Лур'є виокремлює комунікативну, як основний мотив напису, в якому актуалізується прагнення до інтерактивності, діалогічності, співавторства. Графіті також виконують функцію освоєння й організації міського простору, як територіальні

знаки, що позначають контрольований простір молодіжних угруповань (Д. Лей і Р. Цибрівські).

Сучасний російський дослідник А.Белкін під функціями графіті розуміє роль, що її виконують будь-які нелегітимні написи та зображення в межах всієї психосеміотичної системи графіті. Причому, графіті він означає як будь-яке зображення, що нанесене на поверхню рукою (не надруковане), неінституціональне за своїм характером, що є продуктом процесу індивідуального або групового самовираження і являє собою субкультурний феномен. Розглядаючи феномен графіті під кутом зору соціальної семантики урбаністичного світу, ми доповнимо висновок А.Белкіна, що всі графіті є семантичним засобом, способом трансляції і репрезентації індивідуального або групового смислу, але не всі графіті можна ідентифікувати як субкультурний феномен. Якщо обирати визначення «субкультура» для неінституціональних написів всього порядку (в тому числі і політичні, рекламні, спонтанні), то необхідно уточнювати, чому саме поняттям «субкультура» означаються прояви графіті. Наприклад, щодо неінституціональних написів політичних змістів, ми говоримо, що вони не є продуктом субкультури-графіті (райтерів, від.англ. “write” - писати), але виконані засобами графіті.

Функції графіті А.Белкін означає як психосеміотичні регулятиви поведінки, канали трансляції культурно-історичних смислів, а ми додаємо, що також суспільно- або індивідуально-значущих смислів, для яких не існує місця в офіційному дискурсі і вони відбиваються в площині графіті. А.І. Белкін називає чотири соціально-психологічні функції графіті: ідентифікаційна, екзистенційна, функція вираження агресії, естетична, евристично-сублімативна [12].

Спираючись на ці класифікації, ми дещо розширюємо коло розгляду феномену графіті та доповнюємо список його функцій, враховуючи не лише графіті субкультури, а також політичні написи (чи то спонтанні, чи спеціально організовані політтехнологами) та написи візуальної публіцистики, «канцелярські звички». Отже, графіті, на нашу думку може виконувати наступні функції: 1) комунікативна (першочергово графіті — це специфічна форма комунікації і водночас канал комунікації); 2) функція маркування території (в цій функції реалізується прагнення спільноти окреслити «свій» простір, відокремитися і в той же час позначити територію, повідомити («іншому»)); 3) репрезентативна (функція самопрезентації, позиціонування себе через символічні форми і знаки); 4) екзистенціальна (прокламація свого існування, як реалізація мотиву самоідентифікації, актуалізація споконвічного мотиву людини засвідчити свою присутність у світі); 5) функція позиціонування групи (розповсюджується на субкультурне графіті, про це йшлося вище та політичне графіті напередодні виборів); 6) функція продукування смислів (пов'язана із репрезентативною функцією, але відображає більш глибокий процес осмислення, який передує непосредній практиці); 7) експресивна функція (вираження думок, емоцій, почуттів, ідей); 8) естетична діяльність (актуалізує мотив прикрашення свого середовища художніми засобами графіті).

Отже ми виокремлюємо вісім функцій графіті, не обмежуючись одним типом графіті, а беручи до уваги широке коло проявів цього феномену, а саме: написи та малюнки, що виконані членами графіті-субкультури, політичні графіті, а також спонтанні написи будь-якого змісту, так звані «канцелярські звички», що виплескуються в міський простір. Виокремлені нами функції не обмежуються одним з видів графіті, а цілком реалізуються так чи інакше в кожному, тому є цілком застосовними для глибшого аналізу окремого виду графіті.

Про розглянуті вище суперечливі та неоднозначні моменти феномена графіті, можна зробити наступні висновки: 1) репрезентуючи особистісні смисли, сучасні графіті обов'язково модифікують міський простір, - в цьому і полягає реалізація стратегії привернення уваги до смислу, що навмисне транслюється і провокує інтеракцію, діалог і співавторство міської спільноти; 2) практика графіті як спосіб комунікації, ініціювавши певним повідомленням діалог, в той же час деперсоніфікує автора, відправника, дозволяючи тим самим кожному стати реципієнтом повідомлення і співавтором; 3) перетворюючи певний утилітарний об'єкт міського простору через графіті, продукувач наділяє його додатковим смислом, співзначенням, естетично та семантично переосмислює його, представляючи на всезагал старий об'єкт у новій якості; 4) графіті має залишатися в статусі суто вуличного мистецтва і не може бути віднесене до офіційних мистецтв, адже до галерей не прямують “живі” вуличні стіни і забори, тому офіційне мистецтво може тільки відшматовувати художній стиль графіті в рамках одноразових галерейних проєктів; 5) оскільки комунікація графіті розгортається в двох вимірах (інтраграфітійному та екстраграфітійному), в межах як мінімум двох кодів, актуальним залишається питання пошуку спільних для всіх містях смислів, точок взаєморозуміння, толерантності співбуття.

Бібліографічні посилання:

1. **Кайс З. В.** Акт творчості чи спосіб здійснення антигуманізму: соціально-психологічний аспект продукування графіті / З.В. Кайс // Творчість як корисне здійснення блага через істину у красі: матеріали X міжнародної науково-практичної конференції (14-15 травня

2. **Кайс З.В.** Контроверзи релігійно-конфесійної та міжетнічної толерантності в міському ландшафті / З.В. Кайс // Вісн. Житомир. держ. ун-ту ім. І. Франка. — №46-2009. - С.13-16.
3. **Заєць Д.** Публічне мистецтво як акт соціального протесту / Д. Заєць // Журнал “Спільне”, 2010, №2. Трансформації міського простору. - С.140 — 145
4. Большая советская энциклопедия. М.: Сов. Энциклопедия, 1971.
5. **Даль В.** Толковый словарь живого великорусского языка / В. Даль. - Т. 1. М., 1955.
6. Grand Larousse encyclopedique T. 10. Paris: Librairie Larousse, 1964., p.664
7. The Merriam-Webster dictionary. New York: Pocket Books, 1974., p. 762
8. **Трушина Л.Е.** Интерпретация визуальных текстов городского пространства / Л.Е. Трушина // Этическое и эстетическое: 40 лет спустя. Материалы научной конференции. 26-27 сентября 2000 г. Тезисы докладов и выступлений. СПб.: Санкт-Петербургское философское общество, 2000. - С.155-157
9. **Станіславська К.І.** Тенденції розвитку художнього графіті у Європі ХХ–ХХІ століття / К.І. Станіславська // Культура і сучасність: альманах./ Міністерство культури і мистецтв України; Державна академія керівних кадрів культури і мистецтв. - Київ, 2010. - №2. - С.182-190.
10. **Бажкова Е.В.** Городские граффити / Е.В. Бажкова, М.Л. Лурье, К.Э. Шумов // Современный городской фольклор [сб. ст. / ред. кол. А. Ф. Белоусов и др.]. – М.: РГГУ, 2003. – С. 430–449.
11. **Соколов М.** За рубежом. Граффити / М. Соколов // Декоративное искусство СССР 1988. №12, – М.: Советский художник, – 48 с.
12. **Белкин А. И.** Ментальность и социально-психологические особенности авторов граффити: Автореф. дис. ... д-ра психол. наук 19.00.05 / Белкин А.И.; ФГБОУ ВПО «Поволжская государственная социально-гуманитарная академия» – Казань, 2012 – 42 с.

УДК 111:1 316.277

О. В. Бочуля

ОНТОЛОГІЧНИЙ ВИМІР ПОВСЯКДЕННОСТІ У ФІЛОСОФСЬКІЙ КОНЦЕПЦІЇ М. ГАЙДЕГГЕРА

У контексті філософії М. Гайдеггера повсякденність тематизується як екзистенційно-онтологічна присутність, як буденний модус буття крізь «балаканину» якого людина має вслухатись у голос буття і віднайти свою сутність. Робиться спроба реабілітувати поняття повсякденного у філософському дискурсі.

Ключові слова: повсякденність, практичний світ, привичне, Dasein, das Man.

В контексте философии М. Хайдеггера повседневность тематизируется как экзистенциально-онтологическое присутствие, как модус бытия сквозь «болтовню» которого человек должен вслушаться в голос бытия и найти свою сущность. Делается попытка реабилитировать понятие повседневности в философском дискурсе.

Ключевые слова: повседневность, практический мир, привычное, Dasein, das Man.

In the context of the philosophy of M. Heidegger everyday life is presented as existential-ontological presence, as a mode of being. Through the “chatter” of the daily occurrence human has to hear the voice of being and find their (human) identity, find itself. An attempt to rehabilitate the notion of everyday life in a philosophical discourse are made there.

Key words: everyday life, practical world, habitual, Dasein, das Man.

© О. В. Бочуля, 2012

Період ХХ століття ознаменувався надзвичайною динамікою усіх сфер суспільного життя, інтенсифікацією суспільних процесів, прискореними темпами соціальних змін. Лише за декілька десятків років у культурі, мистецтві, філософії відбувається зміна кількох напрямів та стилів, виникають нові концепції, нові бачення світу, людини та її місця в ньому. Зокрема філософія ХХ століття відмовилась від абсолютів, вивела на перший план і зосередила свою увагу на суб'єктивній реальності. ХХ століття можна охарактеризувати як вік звернення до світу людської інтерсуб'єктивності. Первинною сферою людської суб'єктивності вважається