

Иконоборчество как идеологический феномен

Мащитько О. В.

Учреждение образования «Белорусский государственный университет культуры и искусств», Минск

В статье рассматривается иконоборчество как одна из идеологических характеристик современной культуры. Это предполагает рассмотрение трех этапов развития иконоборчества: религиозно-богословского (время распространение иконоборческой ереси), художественно-эстетического (формирование парадигмы модерна в культуре) и идеологического (впитавшего в себя смыслы двух предыдущих этапов). Идеологический этап развития иконоборчества связан с утверждением образа без сущности, имманентного без трансцендентного и онтологически базируется на девальвации последнего. Символ заменяется симулякром – образом без содержания, что является идеологической основой стирания различий в рамках становления глобальной культуры, постидеологического общества, предполагающего устранение дихотомии «своих» и «чужих», высокого и низкого, реального и виртуального, утверждения тождественности смысла всех культурных и религиозных символов.

Ключевые слова: *иконаборчество, иконичность, символ, симулякр, постмодерн, модерн, идеология потребления.*

Iconoclasm as an Ideological Phenomenon

Mashchytska O. V.

Educational Establishment «Belarusian State University of Culture and Arts», Minsk

Iconoclasm is considered in the article as one of the ideological characteristics of the contemporary culture. Three stages of iconoclasm development are studied: the theological (the time of the spread of iconoclasm heresy), the aesthetic (shaping the Modern paradigm in culture) and the ideological (which incorporated the senses of the two previous stages). The ideological stage of iconoclasm development is connected with the assertion of the image without essence, the immanent without the transcendent; and is ontologically based on the devaluation of the latter. The symbol is replaced by “simulacrum”, the image without the content, which is an ideological basis for erasing the differences within the framework of assertion of global culture, post-ideological society, which means rejection of the dichotomy of “the own” and “the alien”, “the high” and “the low”, “the real” and “the virtual”, assertion of the identity of all cultural and religious symbols.

Key words: *iconoclasm, iconicity, symbol, simulacrum, Postmodern, Modern, consumer ideology.*