

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ПЕРСПЕКТИВИ СУЧАСНОЇ ПОПУЛЯРНОЇ КУЛЬТУРИ

Андрій Пількевич

THEORETICAL AND METHODOLOGICAL PERSPECTIVES OF MODERN POPULAR CULTURE

Andrii Pilkevych

The article deals with the problem of modern understanding the phenomenon of «popular culture». At the same time, classical approaches to the consideration of the complex of issues of «popular culture» without losing their relevance are needed reinterpretation of concepts and theoretical models to understand the key-elements of the content and understanding of new realities. Popular culture can be characterized as an extremely dynamic phenomenon that continues to take new forms, changing its nature. Author defines its essence as the presentation of a set of content available for understanding by the vast majority of people, regardless of social background, financial status and education. Modern popular culture is characterized by a pronounced syncretic nature. It is emphasized that today there is no universal approach to understanding the term «popular culture». Some countries have their own internal models of representation, due to the peculiarities of national scientific schools. In the concepts of information society development, one of the most relevant areas for the humanities research remains the dichotomy of «human» and «mechanical». The formation of concepts of popular culture is assigned to commercial institutions of highly developed countries, which is associated with the new role of information and communication opportunities. Attention is drawn to an important feature of the representation of the term in Anglo-American historiography, namely the fundamental difference in the understanding of the terms popular culture for the period of the late XVIII – mid XX centuries and for the second half of the twentieth century when the «ethnological» component is leveled and there is a gradual identification of the terms «popular culture» with «mass culture». Instead, the term «folk culture» is used in the Ukrainian scientific tradition, which at the present stage may have intersections, but is completely incomparable with the term «popular culture».

Keywords: popular culture, mass culture, information society, communication, theoretical models.

Комплекс понять, що сьогодні асоціюється із узагальнюючим терміном «сучасна популярна культура», є незаперечним феноменом. Автор пропонованої статті визначає її сутність як представлення сукупності контенту, доступного для розуміння абсолютною більшістю людей незалежно від особливостей соціального походження, матеріального становища і рівня освіти. Для її засвоєння не потрібно спеціальних знань і навичок, оскільки смислові звернення направлені на загальноприйняті в соціальному та естетичному сенсі норми повсякденної свідомості. Сучасна популярна культура характеризується яскраво вираженим синкретичним характером, орієнтована на дозвілля, її основна функція – розважальна, а генеративна мета обумовлена, преш за все, прагненням до отриманням прибутку.

Варто звернути увагу на важливу особливість, представлену в західній історіографії. Мова йде про принципову різницю у розумінні термінів «популярна культура» (popular culture латинізм від *populus* – народ) для означення періоду з кінця XVIII до середини XX ст. і, відповідно, від другої половини XX ст. до сьогодення. Перший період представлений розумінням терміну «popular culture» з однієї сторони як синоніму масової культури, але, водночас, і як народної культури у термінологічному розумінні, наближеному до вітчизняного наукового поля, тобто культуру народу, етносу, нації, що обрамлена етнологічними модусами: несе в собі певні традиції, виступає як спосіб передачі досвіду, виконує обрядові функції тощо. Також при всіх відмінностях має спільну лінію з масовою культурою у фокусі розуміння її протистояння культурі

елітарній. В другій половині ХХ ст. вже вказана «умовно етнологічна» складова нівелюється, відбувається поступове ототожнення термінів «popular culture» з «mass culture», домінуючою формулою є функціонування їх як синонімів. Натомість в українській науковій традиції вживається термін «народна культура», що на сучасному етапі може мати перетини, але є зовсім неспівставним з терміном «популярна культура». Важливо відмітити, що в пострадянській науковій літературі і досі актуальним та дискусійним залишається питання протиставлення термінів «popular culture» та «mass culture», де останній є помітно домінуючим (Костина 2010; 2019).

Для комплексного аналізу теоретико-методологічних основ розуміння сучасної популярної культури підсумуємо найбільш актуальні здобутки.

Ідейна спадщина Алексіса де Токвіля може слугувати своєрідною відправною точкою в утворенні «класичного компендіуму» теоретико-методологічної основи поняття «популярної культури». Його двотомна праця «Демократія в Америці» (1835, 1840) формалізує проблему «тиранії більшості», що дискутується як в політичному, так і в культурному вимірах. Концепт диктату та примусового нав'язування своєї волі умовній меншості несе в собі латентну деспотичну природу (Токвиль 2000).

Актуальними залишаються ідеї Вільгельма Дільтей, викладені у його праці «Побудова історичного методу в науках про дух» від 1910 р. (*Der Aufbau der geschichtlichen Methode in den Geisteswissenschaften*). Автор, обстоюючи ідеалістичні погляди, розмірковує над «досконалою моделлю єдиного духу», де поєднуються окремі області культури – умовно «висока» та «низька» (Дільтей 2004).

Серед низки робіт Гюстава Лебона на особливу увагу заслуговують «Психологія народів», що побачила світ у 1894 р. (*Les Lois Psychologiques de l'Évolution des Peuples*) та «Психологія натовпу» від 1895 р. (*La Psychologie des Foules*). Описана автором теорія загального падіння, деградації культурного розвитку, що обумовлювалась домінуванням народних мас як деструктивного елемента з функцією пригнічення «життєздатного» елітарного компоненту, не витримала перевірки часом (Лебон 2011). Натомість ряд проблем, пов'язаних з посиленням ролі мас у суспільних процесах: «розчинення людини» у натовпі, деградація інтелекту та здатності до критичного мислення, активізація потягу до несвідомих інстинктів, «розмита відповідальність», а також представлені Лебоном моделі поведінки натовпу, не втратили, а лише посилили свою актуальність сьогодні. Особливо цінними постають описані методи впливу на маси, техніки маніпуляції масовою свідомістю.

Своєрідним підсумком здобутків Георга Зіммеля та Макса Вебера є узагальнене бачення проблеми «популярної культури» Зігфрідом Кракауером. З широкого наукового доробку автора, перш за все, варто виділити збірку статей «Орнамент маси» кінця 20-х років ХХ ст. Через призму індустрії популярних розваг Кракауер аналізує феномен «міської нудьги», «градацію дозвілля», питання ізоляції та відчуження, відносини індивіда з групою, причини схильності до певних масових вподобання. Цілковито актуальним є описаний автором образ «середньої людини».

До найбільш впливових теоретиків проблеми феномену «популярної культури» неодмінно належить Хосе Ортега-і-Гассет. Його праці «Дегуманізація мистецтва» від 1925 р. та «Повстання мас» від 1929 р. розлого аналізують проблему дихотомії елітарної та популярної культур. Автор поділяє суспільство на «обраних», що складають жалюгідну меншість, та основну масу. «Маса» розуміється не як певний соціальний клас, а як спосіб людського мислення. «Людина маси» живе без певного життєвого проекту. Вона задовольняється своєю ідентичністю з іншими людьми, збігом своїх ідей і бажань до загальноновизнаних стандартів (Ортега-и-Гассет 2008). Причини такого стану речей вбачаються у технологічних здобутках та ліберальній демократії. Ортега розкриває образ «Людини маси», що вийшла на авансцену, нав'язуючи свої смаки, стверджуючи своє «право не бути правим».

Науковий спадок засновників Франкфуртської школи Макса Хоркхаймера та Теодора Адорно важко переоцінити. Їх праця «Діалектика просвітництва. Філософські фрагменти» вперше опублікована в 1947 р. (*Dialektik der Aufklärung. Philosophische Fragmente*) і досі слугує практичним дороговказом для означення методології сприйняття популярної культури як інструменту маніпуляції. Концепція «Індустрії культури» представлена у вигляді умовного промислового конвеєра із виробництва уніфікованих «товарів» мистецтва, позбавлених ціннісних орієнтирів (Horkheimer & Adorno 1969). Споживачем виступають маси, які за допомогою стандартизованого мистецтва є об'єктом маніпулювання в капіталістичному суспільстві. Генеруючи хибні потреби, індустрія культури перетворює людину на пасивного, байдужого та керованого споживача. «Індустрія культури» розглядалася як знаряддя встановлення тотальної форми підпорядкування реалізації «технологічної раціональності».

Однією з найбільш актуальних на сьогодні залишається теорія «соціального конструкціонізму» Пітера Бергера і Томаса Лукмана (*The Social Construction of Reality*). Описаний авторами умовний соціальний конструкт є концептом, що сприймається як природна і очевидна річ, що належить певній культурі або спільноті. Ідея штучно створених культурних артефактів, що є вибірковими по відношенню до соціальних конструктів, базується на соціальній конвенції (домовленості людей). Модусом самих соціальних конвенцій виступають типології та системи цінностей, які обґрунтовуються як об'єктивна реальність. Культурна взаємодія конструюється на принципах схожості у сприйнятті типової наповненості повсякденного життя, що таким же чином відтворюються і закріплюються.

Не можна залишити без уваги працю Жана Бодріяра «Суспільство споживання» 1970 р. (*La société de consommation: ses mythes et ses structures*). На думку автора, в основі популярної культури лежить принцип «старіння та відмирання» традиційних цінностей. Сама популярна культура є середовищем зміни знаків та символів, а її імперативом є потреба в актуальності, сучасності, функціональній корисності для людини-споживача (Baudrillard 1970). Далі на зміну індивідуальності та «живий культурі» приходять ритуалізація безглузвих знаків, які не мають глибинного змісту. Формується певний мінімум подібних «наборів знаків», що визначається як обов'язковий для «культурної» людини.

В цілому ж сучасний дискурс та розвиток теорії «популярної культури» не можуть розглядатись без урахування актуальних тенденцій еволюції інформаційних технологій (Rayward 2017), оскільки цілком очевидною постає невідповідність усталених підходів до сучасних інформаційних реалій (Berger & Luckmann 1966). Популярна культура сьогодення вже не обмежується тим змістовим наповненням та семантикою, що вкладали в неї вчені XIX–XX ст. (Schement & Ruben 2017). Підкреслено, що методологічно історична наука постійно потребує інформаційно-статистичного аналізу минулого та створення більш точних моделей для визначення закономірностей розвитку людських суспільств (Martin 2017).

Сучасні тенденції у розвитку популярної культури характеризуються «масштабною» комунікацією через загальнодоступні інтернет-інструменти (Rannenberг 2009). Світовий інформаційний простір забезпечує ефективну інформаційну взаємодію людей через призму існуючих мережевих сервісів (Asif 2019). Контроль над фокусом концентрації та утворення глобальних «ІТ-призм» (Krüger 2013), які оперують тематичним контентом та заданою оцінкою інформаційних потоків, видається найбільш актуальною проблемою для подальших напрямків еволюції сучасної популярної культури (Kerschbaumer 2020).

Окреслені вище наукові напрями та підходи, які можна охарактеризувати як «обов'язкову класику», безумовно продовжують залишатись актуальними та складають основу теоретико-методологічного комплексу проблематики «популярної культури». Водночас, представлені тенденції, що продукують трансформаційні процеси, пов'язані з розвитком інформаційних технологій (з ключових актуалізуючих факторів варто виділити, перш за все, комунікаційний вплив технологій Broadband Internet Access, масову доступність мобільного інтернету 4G та 5G, ультра-прозорість та проблеми інтернет-адикції, ІТ-гіпонімію соціальних мереж та месенджерів тощо (Webster 2006) беззаперечно вказують на те, що сьогодні популярну культуру можна характеризувати як явище вкрай динамічне. Особливо помітними в загальній канві постають останні 20 років, за які відбулась вкрай швидка еволюція. Обрис популярної культури продовжує набувати нових форм, змінюючи свою природу. Цілком очевидною є актуальна необхідність концептуального переосмислення цілого ряду понять та підходів до розуміння ключових проблем складного та багатогранного феномену сучасної популярної культури.

Список джерел та літератури

ДИЛЬТЭЙ, В., 2004, Построение исторического мира в науках о духе, Собрание сочинений. Т. 3. М.: Три квадрата, 2004, 10–413.

КОСТИНА, А., 2010, Массовая культура как феномен постиндустриального общества. М.: Ленанд.

КОСТИНА, А., 2019, Национальная культура – этническая культура – массовая культура: «Баланс интересов» в современном обществе. М.: Ленанд.

КОСТИНА, А., 2019, Цифровое общество: новые возможности – новые угрозы, Знание. Понимание. Умение, 3, 172–183.

ЛЕБОН, Г., 2011, Психология народов и масс. М.: Академический проект.

- ОРТЕГА-И-ГАСЦЕТ, Х., 2008, Восстание масс. Дегуманизация искусства. Бесхребетная Испания. М.: АСТ.
- ТОКВИЛЬ, А., 2000, Демократия в Америке. М.: Издательство «Весь Мир».
- ASIF, S., 2019, 5G Mobile Communications. London: Routledge.
- BAUDRILLARD, J., 1970, La société de consommation : ses mythes ses structures. Paris: S.G.P.P.
- BERGER, P. & LUCKMANN, T., 1966, The Social Construction of Reality: A Treatise in the Sociology of Knowledge, Garden City. NY: Anchor Books
- HORKHEIMER, M. & ADORNO, T., 1969, Dialektik der Aufklärung. Frankfurt.
- KERSCHBAUMER, F. et al., 2020, The Power of Networks: prospects of Historical Network Research. London: Routledge.
- KRÜGER, J., NICKOLAY, B. & GAYCKEN, S., 2013, The Secure Information Society: London: Springer.
- MARTIN, W., 2017, The Global Information Society. London: ImprintRoutledge
- RANNENBERG, K., ROYER, D. & DEUKER, A., 2009, The Future of Identity in the Information Society. Berlin: Springer.
- RAYWARD, W., 2017, European Modernism and the Information Society. London: ImprintRoutledge.
- SCHEMENT, J. & RUBEN, B., 2017, Information and Behavior, Between Communication and Information. Vol. 4. New York: ImprintRoutledge.
- WEBSTER, F., 2006, Theories of the Information Society. London: Routledge.

References

- DILTEI, V., 2004, Postroenie istoricheskogo mira v naukakh o duhe, Sobranie sochinenii [Construction of the Historical World in the Sciences of the Spirit, Collected Works] T. 3. М.: Tri kvadrata, 2004, 10–413. [In Russian].
- KOSTINA, A., 2010, Massovaia kultura kak fenomen postindustrialnogo obshchestva [Mass culture as a phenomenon of post-industrial society]. М.: Lenand. [In Russian].
- KOSTINA, A., 2019, Natsionalnaia kultura – etnicheskaia kultura – massovaia kultura: «Balans interesov» v sovremennom obshchestve [National culture - ethnic culture - mass culture: «Balance of interests» in modern society]. М.: Lenand. [In Russian].
- KOSTINA, A., 2019, Tsifrovoe obshchestvo: novye vozmozhnosti – novye ugrozy, Znanie. Ponimanie. Umenie [Digital Society: New Opportunities – New Threats, Knowledge. Understanding. Skill]. 3, 172–183. [In Russian].
- LEBON, G., 2011, Psiholohiia narodov i mass [Psychology of peoples and masses]. М.: Akademicheskii proekt. [In Russian].
- ORTEGA-I-GASSET, H., 2008, Vosstanie mass. Dehumanizaciia iskusstva. Beschrebetnaia Ispaniia [Revolt of the masses. Dehumanization of art. Spineless Spain]. М.: AST. [In Russian].
- TOKVIL, A., 2000, Demokratiia v Amerike [Democracy in America]. М.: «Ves Mir». [In Russian].
- ASIF, S., 2019, 5G Mobile Communications. London: Routledge.
- BAUDRILLARD, J., 1970, La société de consommation : ses mythes ses structures. Paris: S.G.P.P.
- BERGER, P. & LUCKMANN, T., 1966, The Social Construction of Reality: A Treatise in the Sociology of Knowledge, Garden City. NY: Anchor Books
- HORKHEIMER, M. & ADORNO, T., 1969, Dialektik der Aufklärung. Frankfurt.
- KERSCHBAUMER, F. et al., 2020, The Power of Networks: prospects of Historical Network Research. London: Routledge.
- KRÜGER, J., NICKOLAY, B. & GAYCKEN, S., 2013, The Secure Information Society: London: Springer.
- MARTIN, W., 2017, The Global Information Society. London: ImprintRoutledge
- RANNENBERG, K., ROYER, D. & DEUKER, A., 2009, The Future of Identity in the Information Society. Berlin: Springer.
- RAYWARD, W., 2017, European Modernism and the Information Society. London: ImprintRoutledge.
- SCHEMENT, J. & RUBEN, B., 2017, Information and Behavior, Between Communication and Information. Vol. 4. New York: ImprintRoutledge.
- WEBSTER, F., 2006, Theories of the Information Society. London: Routledge.

Теоретико-методологічні перспективи сучасної популярної культури

Пропонована стаття присвячена проблемі сучасного розуміння феномену «популярної культури». Класичні підходи до розгляду комплексу питань «popular culture» не втрачаючи своєї актуальності водночас потребують

концептуального переосмислення ряду понять та теоретичних моделей для розуміння ключових змістовних елементів наповнення та осмислення нових реалій. Сьогодні популярну культуру можна характеризувати як явище вкрай динамічне, що продовжує набувати нових форм, змінює свою природу. Автор

визначає її сутність як представлення сукупності контенту доступного для розуміння абсолютною більшістю людей незалежно від особливостей соціального походження, матеріального становища і рівня освіти. Сучасна популярна культура характеризується яскраво вираженим синкретичним характером. Підкреслено, що сьогодні не існує універсального підходу до розуміння терміну «popular culture». В окремих країнах існують свої внутрішні моделі представлення, що обумовлені особливостями національних наукових шкіл. У концепціях розвитку інформаційного суспільства одним з найбільш актуальних напрямів для гуманітарної сфери досліджень залишається дихотомія «людського» та «механічного». Формування концептів популярної культури закріплюється за комерційними установами високорозвинених країн, що пов'язано з новою роллю інформації та можливостями комунікації. Звернено увагу на важливу особливість представлення терміну в англо-американській історіографії, а саме принципову різницю у розумінні термінів популярна культура для періоду кінця XVIII - середини XX ст. і для другої половини XX ст. коли «етнологічна» складова нівелюється і відбувається поступове отождолення термінів «popular culture» з «mass culture». Натомість в українській науковій традиції вживається термін «народна культура», що на сучасному етапі може мати перетини, але є зовсім неспівставним з терміном «популярна культура».

Ключові слова: популярна культура, масова культура, інформаційне суспільство, комунікація, теоретичні моделі.

Andrii Pilkevych, PhD, Associate professor, Department of Ancient and Medieval History, Taras Shevchenko National University of Kyiv.

Андрій Пількевич, кандидат історичних наук, доцент кафедри історії стародавнього світу та середніх віків Київського національного університету імені Тараса Шевченка.

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-4154-064X>

Received: 14.09.2021

Advance Access Published: October, 2021