

Масова та популярна культура: спільне та відмінне

Аналізується феномен популярної культури рубежу ХХ-ХХІ століття в дискурсивному полі авторської концепції щодо нової парадигми культурного розвитку. Проводиться розмежування між феноменами масової та популярної культури. Аналізуються особливості поп-культури, що виражає якість буття людини і спосіб мислення в сучасних умовах.

Ключові слова: популярна культура, масова культура, римейк.

Культура рубежу ХХ-ХХІ століття відзначається появою ряду нових особливостей і розвивається у рамках якісно нової парадигми. Тому сьогодні є нагальна потреба в інтенсивній філософській рефлексії сучасної культури, визначення її основних характеристик тощо. Культура рубежу ХХ-ХХІ століття є важливою складовою сучасної інформаційної цивілізації, виражає її сутність і є тісно взаємопов'язаною з нею.

У науковій дослідницькій традиції між поняттями «популярної» і «масової» культури довгий час не проводились розмежування. Лише починаючи з 80-х років ХХ століття, коли, внаслідок зміни соціокультурних парадигм, суспільство постмодерна актуалізувало ідею конвергенції елітарної та масової типів культури, поняття популярної культури як нової парадигми культурного розвитку, що володіє самостійним смисловим наповненням, стали приділяти більше уваги. Але це притаманно більше світовій культурологічно-філософській думці. В українському та російському науковому дискурсі залишилось домінуючим поняття «масова культура» і досі відсутнє є чітке розмежування цих понять і вони часто виступають синонімами, народжуючи, таким чином, проблему семантичної підміни двох понять. Наприклад, в наукових виданнях досі є статті про маскульт і відсутні про популярну культуру. У російському журналі «Питання культурології» («Вопросы культурологии») за 2010 рік було надруковано кілька статей, у назвах яких говорилось про масову культуру: П. Кірічов «Духовна культура і масова інформація», О. Дробишева «Аксіологічний аналіз масової культури», О. Ільїн «Функціональність і дисфункціональність масової культури», О. Понукаліна «Розваги в контексті сучасної масової культури» та ін. Дані статті різнопланового характеру і напрямку, але не було жодної статті, де б у дискурсі вводилось поняття «популярна культура». У той же час явно прослідковується новий підхід до розуміння сучасної культури.

Для розуміння популярної культури, яка має назву «популярна культура» ми повинні звернутись до передумов її формування, а саме до феномену масової культури.

Масова культура пов'язана з масовим розповсюдженням технологій тиражування культурних текстів і згідно «теорії двох культур», що отримала розповсюдження у 60-ті роки ХХ століття – це культура низького художнього рівня, яка ґрунтується на стереотипах, міфологемах сприйняття, пов'язана з рекламним бізнесом, комерцією тощо. Тому часто її звинувачують в інтелектуальній і духовній низькості, в шаблонності і вульгарності, в естетичній мізерності. Грунтовну критику маскультури, яка маніпулює свідомістю людей дав Ортега-і-Гасет, Теодор Адорно, Юрген Габермас та інші філософи. Серед вітчизняних дослідників назвемо Л. Березову, яка вважає, що «від діячів масової культури менше всього потрібно творчості і креативу, досить бути професійними інтерпретаторами, трансляторами стереотипних образів, продавцями снів. Тут талант не менш важливий, чим в професійній культурі. Це фахівці з оглядових екскурсій по життю» [1].

Подібна позиція по відношенню до масової культури, на нашу думку, є несправедливою, через те, що з 60-х років ХХ століття відбулась суттєва ціннісна трансформація

масової культури. Це дає підстави для виділення в її структурі певних рівнів. У сучасній культурології, як правило, виділяють три основні рівня масової культури: кітч-культура (тобто низькопробна, навіть вульгарна культура, пов'язана з комерційними цілями); мід-культура (культура «середньої руки»); арт-культура (мас-культура з певним високим, художнім змістом та естетичним вираженням).

Відзначимо, що з часом ставлення до масової культури змінилось. Якщо Карл Ясперс назвав масове мистецтво «занепадом суті мистецтва» [10], а Жан Бодріяр говорив, що усі сфери сучасного мистецтва «входять в транс естетичну сферу симуляції» [2], то ці концепції були переглянуті в середині 70-80 років ХХ століття у рамках ситуації Постмодерну, який зняв розуміння масової і елітарної культури в режимі жорсткої опозиції [8].

Сьогодні ми маємо фіксувати увагу не на естетичній або моральній оцінці масової культури, а на її визначенні як технології виробництва культурного продукту. Тобто, як зауважує О.Е. Дробишева, «Масова культура – не субстрат, а форма функціонування суспільної свідомості, адекватна основним параметрам доби» [3, с.94].

Світоглядно-ціннісні зміни кінця 70-90 років ХХ століття призвели до спрощення усталеного розмежування на дві культури і формування феномену популярної культури, який враховує сучасні реалії, що базуються на новому розумінні культури. Твори популярної культури виражають сутнісні тенденції у світорозумінні людини та в той же час самі формують культуру, ціннісні орієнтації. Провадячи рефлексію популярної культури, зауважимо те, що новий тип культури звертає увагу на принципи та засоби, які ігнорувались попередньою культурною традицією. Серед них назвемо розваги як простір для переосмислення смислів та досвіду, езотерика як вираження нового типу світосприйняття, римейк як реконструкція загальнолюдських смислів тощо. Застосовуючи прийомі інтерактивних практик, візуалізації, розваги, абсурду тощо сучасна людина здатна осягати буття, є вільною у власному вираженні думок. І важливим, на нашу думку, позицією популярної культури є те, що вона дозволяє все перераховане вище не використовуючи усталені схеми, стереотипні моделі, зразки тощо, вона є відкритою для нових концепцій.

Про масову культуру ми вже маємо чітке уявлення, тому спробуємо дати визначення поп-культури. Усвідомлення особливостей популярної культури, на нашу думку, допоможе з наявною сьогодні проблемою у розмежуванні понять «масова культура» і «популярна культура».

Популярна культура – це культура, що склалась наприкінці ХХ століття та в якій нові ціннісно-світоглядні парадигми втілюють свою специфічну мову, форму вираження під впливом новітніх інформаційних технологій, візуалізації.

Погодимося з О. Захаровим, який пропонує розглядати масову культуру як «технологію культурного виробництва», що відповідає розвитку економіки, соціальних стосунків, комунікацій, освіти, ментальності [6, с.11-13]. Даний концепт дозволяє нам позбавитись від традиційного погляду на маскульт як негативне явище та дозволяє змінити акцент розгляду культурних продуктів з естетичної та моральної оцінки на спосіб тиражування смислів і цінностей.

Наприкінці ХХ сторіччя розвиток засобів масової комунікації сприяли залученню ще більшої частини аудиторії, ніж це було раніше. Поява персональних комп'ютерів та отримання необхідної інформації зі всесвітньої Інтернет-мережі змінили можливості доступу до творів мистецтва і культурного надбання. Якщо раніше єдиною можливістю побачити «Джоконду» Леонардо да Вінчі було відвідування Лувра, то сьогодні для цього потрібно просто ввести назву даної картини в пошуковій системі Інтернету. Якщо раніше дані зображення були в спеціальних енциклопедіях, то сьогодні їх можна помістити на власній робочий стіл у комп'ютері. Отже наприкінці минулого століття саме завдяки масовій культурі відбулось те, що раніше навіть не уявлялось. Доступність стала як сильною так і слабкою стороною процесів, що відбувались. Тому маскульт і є інструментом, який став можливим завдяки технічному поступу, ситуацією Постмодерну і зміною у способі мислення людства. Виникає феномен, який характеризується динамічністю та існує на високому професійному рівні і отримує назву «популярна культура». Саме ця культура, на нашу думку, є тією новою культурою про яку говорить А. Фліер. Вчений припускає, що масова культура може бути

ембріональним попередником якоїсь нової культури, що тільки народжується, відбиває досвід життя вже на індустріальному і постіндустріальному етапах розвитку [9, с. 148].

Цікавою є стаття П. Кірічка, який пише, що духовна культура і масова інформація знаходяться в такому тісному взаємозв'язку, що іноді нагадують сіамських близнюків. На нашу думку, популярна культура рубежу ХХ-ХХІ століття і включає в себе саме ці два компоненти. І хоча російський дослідник говорить, що вони сприяють виникненню медіакультури, ми б поставили акцент наступним чином: сумою культури і інформації є популярна культура (в той же час вона є ширшим поняттям, ніж медіа культура). Інформація як одна з головних цінностей сьогодні та культура (маскультура) як інструмент. «Духовна культура затребує і адсорбує масову інформацію. Масова інформація розширює і поглиблює поле духовної культури. Духовна культура індукує і «аксіологізує» масову інформацію. Масова інформація динамізує і верифікує духовну культуру», – пише П. Кірічак [5, с. 19].

Феномену популярної культури, на нашу думку, не приділено уваги на яку він заслуговує і ті проблеми, які вирішує, так само як і ставлячи перед нами нові виклики. Серед них як використання прийомів, які ігнорувались раніше, так і термінологічних пасток. У вітчизняному дискурсі, як вже зазначалось, до сих пір існує плутанина з поняттями маскультури і популярної культури, в той час як в американському дискурсі вже є авторські витлумачення популярної культури.

Джон Сторі в книзі «Теорія культури і масова культура» розглядає різні визначення і підходи до поп-культури [7]. Якісне визначення стосується таких же проблем як і «висока культура». Також поп-культура виокремлюється тоді, коли ми визначаємось що таке «висока культура». Проте багато творів межують між цими двома феноменами, наприклад У. Шекспір та Ч. Дікенс. Е. Берджес також пише про цю проблему. У статті «Для кого написаний Гамлет» приводить в приклад імена великих людей зі світу культури, які ніяк не можуть бути віднесені до якогось певного полюса в цій парадигмі: У. Шекспір, Л. Толстой, М. де Сервантес, Е. Піаф, «Бітлз». Джон Сторі ж зосереджує увагу на ті сили і відносини, які підтверджують цю різницю, як наприклад, освітня система.

Інше визначення порівнює популярну культуру до масової культури. Вона вбачається як комерційна культура, маса виробляла для масового споживання. Альтернативою є визначення популярної культури як такої, що є автентичною культурою людей, але вона є проблемною, адже існує багато визначень «людина». Сторі заперечує політичний вимір популярної культури, який поширений завдяки критичній теорії вивчення міжнародних відносин та глобальної політичної економії, що досліджує інтерфейс ідей, закладів та матеріальних можливостей та їх впливу на конкретні контури державного формування. І останнє визначення стосується Постмодернізму і відсутності розмежування між елітарною культурою і масовою.

Популярна культура є динамічним і унікальним феноменом. Вона впливає на людину і її спосіб мислення шляхом доступності і інформації, смислу, який несе. Твори популярної культури затребувані широким колом суспільства і сьогодні вона набуває все більш самостійного забарвлення і вплив на свідомість людини є дуже великою. Серед різних думок переважають розмірковування, що захоплення творами популярної культури (сучасні комп'ютерні ігри, телебачення і інші популярні розваги) займає в людини все більше вільного часу і невідомо до яких наслідків може призвести. Наприклад, психолог Крейг Андерсон запевняє, що вбивства в американських школах, пов'язані з відеоіграми, які нав'язують гравцю модель поведінки, в тому числі і у конфліктних ситуаціях. Хоча зауважимо, що з Андерсоном погоджуються далеко не всі вчені – більшість досліджень не показують жодного зв'язку між вбивствами в іграх та агресією в житті.

У той же час психо- і соціолінгвіст Джеймс Пол Джи стверджує, що ігри мотивують гравців продумувати стратегії для досягнення своїх цілей та впевнено їх досягати – збирати, аналізувати, поєднувати дані, тримати в голові велику кількість чинників, дотримувати баланс між короткочасними і довготривалими задачами. Цим дослідник ставить під критику думку більшості, що сучасна культура може призвести до найбільш гіршої лінії розвитку людства, яке стосується отупіння і деградації суспільства під впливом популярної культури. Крім того, він навіть радить освітнім закладам уважніше розглянути індустрію ігор для того, щоб краще сконструювати процес навчання. Про

ті ж самі властивості ігор говорить і американський популяризатор «нових технологій життя» Стівен Джонсон.

Стівен Джонсон у книзі «Усе погане добре для вас: як нинішня популярна культура справді робить нас розумнішими» доводить, що сучасна культура – як телебачення, так і комп'ютерні ігри, – на відміну від поширеної думки, не отупляють глядача, а навпаки, загострюють наш розум. Джонсон нагадує, що за банальними сюжетами комп'ютерних ігор криються складні проблемні завдання, для успішного виконання яких треба слідкувати за десятками різних параметрів і контролювати їх; а для того щоб розуміти, що відбувається у телевізійних серіалах треба тримати в пам'яті ті ж десятки сюжетних ліній, зв'язків між персонажами, їхню історію тощо.

Теорія Джонсона полягає в твердженні, що популярна культура за останні тридцять років стала більш інтелектуальною, її рівень став вищим, тому вона покращує суспільство, продукуючи нові тренди і ідеї. Він виступає проти сприйняття популярної культури, як такої, що морально розкладає суспільство і є чинником його деградації. Він оспорує даний припис, хоча не поспішає робити висновок, що вона стала вищою за традиційну культуру [11, с. 132].

Дослідник відстоює позицію значущості сучасної поп-культури. Він стверджує, що привабливість відеоігор полягає не у змісті (насильство чи/та сексуальність), а в «структурі» відеоігор, які стимулюють певні центри головного мозку [11, с. 38]. Він стверджує, що телебачення є гарним засобом для визначення того як різні люди знаходяться в міжособистісному розумінні, і що реаліті-шоу показують мережу людських стосунків, де група людей тісно взаємопов'язані і мають певні зобов'язання. Раніше телебачення, говорить Джонсон, спростило розповідь про людські стосунки, в той час тепер ми спостерігаємо тенденцію до покращення пізнавальних навичок аудиторії не лише в реаліті-шоу, але й у сценаріях таких серіалів як, наприклад, «Клан Сопрано» [11, с. 67]. Також, він припускає, що сучасне телебачення і фільми скоротили число «flashing arrow» (метафорична назва прийому, який використовується у фільмах, щоб привнести який-небудь об'єкт або ситуацію, які використовуватимуться пізніше для розвитку сюжету), що дозволяє аудиторії зрозуміти сюжет і вимагає від глядачів більшої пізнавальної роботи, звертаючи увагу на деталі та інформацію, якщо вони бажать зрозуміти те, що вони дивляться.

Джонсон не зупиняється на звичайному розумінні сучасної культури лише як нового рівня розвитку людства. У своєму дослідженні провадячи дискусію на високому, але, на жаль, не завжди на достатньому рівні, він показує, що поп-культура сприяє розвитку інтелектуальної майстерності людини. Він свідомо відтворює ситуацію, яка показує як шоу типу «Доктор Хауз» та ігри типу «Sims» сприяють розвиткові колективних когнітивних навичок та економічного процесу.

Дослідження отримало змішані відгуки, як позитивні так і негативні. Серед позитивних назвемо те що У. Кірн у газеті «New York Times» назвав початком «елегантної полеміки». Джонсон, на думку У. Кірна, спробував по-новому подивитись на популярну культуру та велика кількість цікавих ідей, які чітко відображають злам у мисленні людства. Пул Стівен з «The Guardian» вважає переконуючими аргументи Джонсона щодо підвищення рівня популярної культури і те, що вона стає складнішою, але ставить під сумнів те наскільки це суттєво вплинуло на рівень суспільства.

Можна стверджувати, що нам ще багато чого потрібно дізнатись про популярну культуру рубежу ХХ-ХХІ століття, яка охоплює велику кількість людей і суттєво впливає на повсякденність. Мало хто сперечатиметься з цим твердженням, бо сучасна культура відображає популярні ідеї, тому ретельне дослідження нашої культури сприяє розумінню сутності сьогоднішньої цивілізації, людських спрямувань та психології. І хоча для академічного дискурсу це є ще мало прийнятним, але ми можемо більше пізнати самих же себе з'ясувавши чому нам подобаються відеоігри та серіали типу «Сімпсонів». Це вимагає від вчених значної активізації вивчення популярної культури, її феноменів і особливостей, які тісно пов'язані зі зміною парадигми людського мислення та неминучою в сучасних умовах гуманітаризацією усього життя. Як вірно помітив з цього приводу К. Леві-Стросс, «ХХІ століття буде віком гуманітарних наук – або його не буде взагалі» [4, с. 157].

Популярна культура містить ціннісний універсум, який затребуваний сьогодишньою інформаційно-інтелектуальною добою. На відміну від масової, популярна культура орієнтована на створення такої форми, яка відповідає потребам людини і здатна не тільки актуалізувати традиційні смисли культури, оновлюючи їх, але й адаптувати для розуміння складні наукові світоглядні парадигми сучасного буття. Популярна культура звертається до естетики повсякденності як головної екзистенційної цінності для індивідів та вияву в ній естетики трансцендентності. Внаслідок соціально-наукового, культурно-технічного прогресу відбувся перехід на яскраві враження від святковості та карнавальності безтурботної екзистенції.

Основним транслятором нового виду культури стали сучасні засоби масової комунікації. Кінематограф, Інтернет, популярна література заповнили дозволя людини та мають вплив на свідомість людей. Образи популярної культури увійшли в наше життя, захоплюють нас у цікаву гру, комунікативні практики на всі рівнях, вони захоплюють ідеологію і навіть історію (герої коміксів як творці світової історії). Образи популярної культури «матеріалізуються» в мистецтві подібно до античної або християнської міфології.

Отже, популярну культуру ми визначимо як феномен, що сформувався в наприкінці ХХ століття, має свою естетичну особливість та знаходиться у складному комплексі взаємодій з іншими культурними пластами. Її поява пов'язана з переважанням у західних країнах культури середнього рівня (міжкультура), в якій відбулось переосмислення змісту, сюжетів класичної культури, тобто народження нових сенсів через культуру.

Популярна культура є не тільки загальнодоступною, а й більш індивідуалізованою, поступово змінюючи власну інтерпретацію від «негативно-масової» до «популярної», що спричинило її розуміння як культури, яка характеризує певний ціннісний та естетичний спосіб повсякденного життя, особливо у сфері побуту, комунікацій, розваг, дозволя тощо.

Сучасна людина не має можливості та часу тримати в голові певну структуру, ідею автора, яка розгортається шляхом чітко сконструйованої логіки викладу. Через зміни в темпі та стилі життя людини легше та ефективніше сприймати інформацію із засобів масової комунікації, зазирнувши, наприклад, в Інтернет, як у вікно та зафіксував потрібні для себе аспекти. Особливість такого типу сприймання у тому, що реципієнт може в будь-який час вийти з «інформаційного потоку» без відчуття незавершеності, як це, наприклад, могло статись у випадку раптового переривання читання класичного роману. Сьогодення вимагає іншого прочитання філософських проблем, пошук смислів та значень шляхом застосування нових засобів та формулювань, тому популярна культура є закономірним етапом розвитку суспільства і культури, тому має свої закономірності. Саме їх ретельне дослідження і має бути здійснено. Дати однозначну картину популярної культури було б неправильно. А.Тодфлер однією з найважливіших прикмет сучасності вважає якраз диференціацію установок соціальних груп, а отже їх систем цінностей. Дійсно, говорити про популярну культуру наче і легко в силу всеосяжності цього феномену, але і непросто в силу складності визначення її меж.

Зауважимо, що кожне суспільство на будь-якій стадії свого розвитку робить, окрім основних, побічні культурні продукти. Інформаційне суспільство не є виключенням з правил. Воно видає в публічну сферу у вигляді побічного продукту також і асиметричну інформацію (термін Дж. Стігліца). Незважаючи на позитивність і цінність популярної культури для суспільства і окремої людини, кожен з її проявів поп-культури має і свій анти прояв, який уже характеризується не позитивним характером впливу на суб'єкта, а навпаки, негативним. Отже ці «побічні ефекти» формують деяку сукупність, яка утворює інший бік популярної культури, принципово протилежний до її первинних особливостей.

Список використаних джерел

1. Березовая Л.Г. Массовая культура: концептуализация понятия / Л.Г. Березовая // Массовое сознание и массовая культура в России: история и современность. – М. : РГГУ. – 2004. – 307 с.
2. Бодрийяр Ж. Прозрачность зла / Ясперс К., Бодрийяр Ж. Призрак толпы. – М. : Алгоритм, 2007. – 272 с

3. Дробышева Е.Э. Аксиологический анализ феномена массовой культуры / Е.Э. Дробышева // Вопросы культурологии. – 2010. – №2. – С. 93-98
4. Леви-Строс К. Путь масок / К. Леви-Строс; Пер. с фр., сост., вступ. ст. и примеч. А. Б. Островского. – М. : Республика, 2000. – 399 с.
5. Киричек П.Н. Духовная культура та массовая информация / П.Н. Киричек // Вопросы культурологии. – 2010. – №1. – С. 16-21.
6. Массовая культура / К.З.Акопян, А.В.Захаров, С.Я. Кагарлицкая и др. – М. : Альфа-М. – 2004. – 304 с.
7. Сторі Дж. Теорія культури та масова культура / Дж. Сторі. – Х: Акта. – 2005. – 400 с.
8. Теоретическая культурология/ Под ред. Разлогова К. Э. – М. : Деловая книга; Акад. Проект. – 2005. – 624с.
9. Флиер А.Я. Массовая культура и ее социальные функции / А.Я. Флиер // ОНС: Общественные науки и современность. – 1998. – №6. – С. 138-148.
10. Ясперс К. Власть массы / Призрак толпы. / К.Ясперс, Ж. Бодрийяр. – М. : Алгоритм. – 2007. – 272 с.
11. Johnson S. Everything Bad Is Good for You: How Today's Popular Culture Is Actually Making Us Smarter / S. Johnson. – Riverhead. – 2005. – 250 p.

Русаков С.С. Массовая и популярная культура: общее и различное

Анализируется феномен популярной культуры рубежа XX-XXI столетия в дискурсивном поле авторской концепции относительно новой парадигмы культурного развития. Проводится разграничение между феноменами массовой и популярной культуры. Анализируются особенности поп-культуры, которая выражает качество бытия человека и способ мышления в современных условиях.

Ключевые слова: популярная культура, массовая культура, ремейк.

Rusakov, S.S. Mass and popular culture: common and different

Popular culture at the turn of the XX-XXI century in the discursive field's conception of a new paradigm of cultural development are analysed. The distinction between the phenomena of mass and popular culture is made. The author analyzes the characteristics of pop culture that expresses the quality of human existence and way of thinking in modern terms.

Key words: popular culture, mass culture, remake.