

**КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ
ТАРАСА
Кафедра української філософії та культури**

Г.П. Бежнар

ТЕОРІЯ МАСОВОЇ КУЛЬТУРИ: КУРС ЛЕКЦІЙ

**Навчальний посібник
[електронне видання]**

Київ - 2020

ЗМІСТ

Вступ.....	5
Лекція 1. Феномен масової культури.....	6
1.1. До питання про визначення поняття «масова культура.....	6
1.1.1. Теорії масової культури.....	6
1.1.2. Основні підходи до визначення поняття «масова культура».....	10
1.2. Передумови виникнення масової культури.....	12
<i>Рекомендована література до лекції.....</i>	<i>13</i>
Лекція 2. Характерні риси та функції масової культури.....	14
2.1. Основні властивості масової культури.....	14
2.2. Рівні масової культури.....	17
2.3. Функції масової культури.....	20
<i>Рекомендована література до лекції.....</i>	<i>22</i>
Лекція 3. Масова культура як культура масового суспільства.....	23
3.1. Визначення поняття «маса».....	23
3.2. Критична концепція культури Х.Ортеги-і-Гассета.....	25
3.3. Теорії культурного модернізму.....	27
<i>Рекомендована література до лекції.....</i>	<i>28</i>
Лекція 4. Масова культура як об'єкт дослідження Франкфуртської школи соціальних досліджень.....	29
4.1. Т.Адорно та М.Горкгаймер про «індустрію культури»	30
4.2. Поняття «аури» твору в наукових дослідженнях В.Беньяміна.....	31
4.3. Характеристика «одновимірної людини» (Г.Маркузе).....	32

<i>Рекомендована література до лекції</i>	34
Лекція 5. Масова культура та фемінізм	34
5.1.Феміністичний аналіз масової культури:	
загальна характеристика.....	35
5.2. Кіноіндустрія та масова література в оцінці феміністичної парадигми.....	37
<i>Рекомендована література до лекції</i>	39
Лекція 6. Масова культура у дискурсі постмодернізму	40
<i>Рекомендована література до лекції</i>	44
Лекція 7. Масова культура та масове суспільство в теоретичних концепціях другої половини ХХ століття	45
<i>Рекомендована література до лекції</i>	46
Рекомендована література	47

ВСТУП

На сьогоднішній день масова культура стала невід'ємним фактором розвитку сучасного суспільства, вона постає, з одного боку, як форма організації і трансляції культурних образів і символів, а з іншого, як феномен, що викликає рефлексії і теоретизування в самих різних галузях гуманітарного знання.

Як самостійне явище масова культура оцінюється суперечливо. В цілому існуючі точки зору можна розділити на дві групи. Представники першої групи дають негативну оцінку цього феномену. На їхню думку, масова культура формує у її споживачів пасивне сприйняття дійсності. Така позиція аргументується тим, що в творах масової культури пропонуються готові відповіді на те, що відбувається в соціокультурному просторі довкола індивіда. Крім того, деякі теоретики масової культури вважають, що під її впливом змінюється система цінностей: прагнення до розважального стає домінуючим.

Тим часом дослідники, що дотримуються оптимістичної точки зору на роль масової культури в житті суспільства, зазначають, що масова культура притягує до себе маси, що не уміють продуктивно використовувати свій вільний час; створює свого роду семіотичний простір, який сприяє тіснішій взаємодії між членами високо технологічного суспільства; дає можливість широкої аудиторії познайомитися з творами традиційної (високою) культури.

Очевидно, що вплив масової культури на суспільство не є однозначним та не вписується в бінарну схему «біле – чорне». У цьому полягає одна з головних проблем аналізу масової культури. Отже, єдиної теорії масової культури неможливо побудувати. Скоріш за все, можна говорити про теоретичний плюралізм в дослідженні цієї сторони сучасної культури, а поділ на критиків і апологетів масової культури досить умовний, так як в судженнях кожного з них можна зустріти як схвальні, так і критичні моменти.

Лекція 1. Феномен масової культури.

1. 1. До питання про визначення поняття «масова культура»

Термін «масова культура» вперше з'явився на сторінках американської преси наприкінці 30-х років і остаточно увійшов в науковий обіг після виходу роботи *Д. Макдональда в 1944 році «Теорія масової культури»*. Американський дослідник зазначав, що демократизація суспільства і розповсюдження освіти зруйнували монополію аристократії в царині культури. Науково-технічний прогрес сприяв дешевому виробництву книг, картин та музики, а підприємці почали заробляти гроші шляхом задоволення культурних потреб в той час як новітні засоби - кіно та телебачення – сприяли масовому виробництву і масовому розповсюдженню індустрії розваг. Термін «масова культура», вважає Д.Макдональд, виражає суть масового споживання та ілюструє сутність цього явища, що є таким самим продуктом споживання, як і жувальна гумка.

1.1.1 Теорії масової культури

Наприкінці XIX – початку XX століття, у той період, що офіційно визнається часом виникнення масової культури, ще не було теоретичного осмислення цього явища. Становлення та розквіт масової культури прийшлися на XX століття, протягом якого відбувалося критичне осмислення масової культури на соціально-політичному, психологічному та ідеологічному рівнях поряд з теоретичним обґрунтуванням самого поняття.

Дослідники звернули увагу на феномен масової культури ще задовго до того, як він набув чітко окреслених меж. У роботі французького дослідника *Алексіса де Токвіля «Про демократію в Америці» (1835-1840)* міститься спроба проаналізувати феномен

масовизації суспільного життя та наслідки «збоченої рівності», до яких призводить широке поширення різних стереотипізованих артефактів.

Перші спроби теоретичного осмислення поняття «маса» та феномену натовпу відносяться до рубежу XIX-XX століття, і пов'язані з іменами *Г.Лебона («Психологія народів і мас», 1896)*, *Г.Тарда («Особистість і натовп», 1903)*, які розглядали проблему масової культури в тісному зв'язку з процесом переродження громадянського суспільства в масове. Вони виявили, що в скупченні людей індивід набуває деякі додаткові, в ізолюваності не властиві йому риси. Перебуваючи у складі «маси» людина веде себе зовсім по-іншому, втрачаючи здатність до самовизначення і стає частиною єдиної спільноти, що виражає якусь єдину волю.

Зародження критичної теорії масової культури в XX столітті відбувається в рамках філософських рефлексій стосовно масового суспільства. Видатний іспанський мислитель *Х. Ортега-і-Гассет* у своїх класичних працях *«Повстання мас» (1930)* та *«Дегуманізація мистецтва» (1925)* проводить розгорнутий аналіз даного феномена. Масова культура постає як культура масової людини, як банальність та посередність, що спрямована на задоволення запитів і смаків пересічної людини.

На початку 30-х років XX ст. в Великій Британії з виходом праць *Ф.Р.Лівіса, К.Д. Лівіс, Д.Томпсона* формується *теорія культурного модернізму*. У цих дослідженнях лейтмотивом звучало застереження, що цивілізація мас та її масова культура несуть загрозу культурі справжній, підривають моральні смаки та естетичні цінності. Виступаючи проти такої небезпеки, лівісисти у своїх маніфестах, пропонували прищепляти у школах уміння упиратися масовій культурі. Період лівісизму в теорії культури тривав приблизно сорок років.

Критичне ставлення до феномену масової культури було продовжено після Другої світової війни представниками

Франкфуртської школи соціальних досліджень. Своєрідну суміш марксизму і психоаналізу, створену інститутом соціальних досліджень при Франкфуртському університеті (заснований в 1923), назвали «критичною теорією». **Макс Горкгаймер та Теодор Адорно** ввели в науковий вжиток поняття «індустрія культури» (**«Діалектика Просвітництва», 1944**) для позначення продукції та процесів масової культури, вважаючи, що праця та дозвілля за умов капіталізму міцно пов'язані між собою: вплив індустрії культури полягає в тому, щоб організувати вільний час так само, як індустріалізація організувала робочий.

Потужною течією у британській теорії культури наприкінці 50-х та напочатку 60-х років ХХ ст. був **«культуралізм» - Cultural Studies** з Центром сучасного культурологічного аналізу при Бірмінгемському університеті. У дослідженнях **Р.Гогарта, Р.Уїльямса, Е. Томпсона, С.Гола та П.Веннела** аналіз культури дозволяє відтворити моделі поведінки та сукупності ідей, що їх поділяли люди, які створювали та споживали культурні тексти й практики певного суспільства. Ця позиція робить акцент на «участі людини», на активному створенні культури, а не пасивному її споживанні, а Cultural studies постає як метод відтворення конкретного способу життя, «живого досвіду» звичайних людей.

Якщо теорії «культурного модернізму» і Франкфуртської школи, а також більш пізні дослідження концентруються, перш за все, на аналізі стану культури і суспільства, процесів соціокультурної динаміки, то **структуралістські дослідження культури** другої половині ХХ ст., роблять акцент в першу чергу саме на методі дослідження і прагнуть не стільки визначити сутність масової культури, скільки знайти оптимальний спосіб її аналізу. Ідентифікувати структуру означає пояснити популярність досліджуваних текстів. Так, один з провідних представників сучасної семіотики **У. Еко** у своєму дослідженні романів про Джеймса Бонда (**«Роль читача. Дослідження з**

семіотики *текстів*», 1979) прагне встановити інваріантні правила, що керують наративною структурою цих романів, гарантують їх популярність, успіх, та привабливість для аудиторії.

Значну увагу аналізу масової культури приділила *теорія фемінізму*. Особливо важливим періодом в історії феміністського аналізу популярної культури стали 1950-ті рр. Починаючи з цього часу феміністська теорія все більше звертається до проблеми утискання жінки в популярній культурі і в медіа, розглядає їх репрезентації як несправедливі, експлуататорські та пов'язує в ширшому контексті з тендерним нерівністю і пригніченням.

Аналіз масової культури в *дискурсі постмодернізму* характеризується стурбованістю дослідників експансією візуальних форм і жанрів, які витісняють «книжкову» культуру. Відбувається зникнення кордону між «високим» та «низьким» мистецтвом. У свою чергу, це стимулює виникнення реальної можливості формування керованої маси за допомогою комунікативних технологій. Основна теоретико-методологічна установка постмодерністів полягає в тому, що масова культура постає особливим видом реальності, до якого не можуть бути застосовані класичні схеми аналізу.

Починаючи з 70-х років ХХ століття в західній культурологічній літературі з'являється ряд робіт, де проблема масової культури осмислюється в аксіологічного площині, що відрізняється від різко критичного настрою по відношенню до масової культури в дослідженнях передвоєнного і післявоєнного періоду. У роботах *М.Маклюена, Д.Белла, Е.Тоффлера* та інших, масова культура розглядається як характерна риса постіндустріального, інформаційного суспільства. Обґрунтовується ідея про те, що перехід суспільства з індустріальної в постіндустріальну стадію розвитку веде до усереднення культури. В результаті цінності, що колись були надбанням лише еліти, стають доступними широкому загалу,

а масова культура істотно змінюється, набуваючи рис, які колись були притаманні народній та елітарній культурам.

Основною тенденцією сьогодення в розробці проблем масової культури виступає апологетика, що виразно лунає в роботах зарубіжних та вітчизняних дослідників культури, які не вважають масову культуру явищем свідомо негативним.

1.1.2. Основні підходи до визначення поняття «масова культура»

Досліджуючи явище масової культури британський дослідник *Джон Сторі* у книжці *«Теорія культури і популярна культура»* виділяє наступні варіанти визначення поняття маскультури:

1. По-перше, *визначення масової культури зводиться до кількісного виміру*. Масовою культурою вважається культура, яка подобається великій кількості людей. Недоліком подібного підходу є небезпека включення до сфери масової культури зразків «високої класики», оскільки оцінювання останньої через кількість проданих одиниць або через телевізійні рейтинги програм може призвести до ідентифікації високої культури як маскульту. Отже, лише кількісного показника недостатньо для адекватної дефініції масової культури.

2. По-друге, *до поняття «масова культура» відносять культурні тексти і практики, що не відповідають стандартам високої культури*. Масова культура, згідно з таким підходом – вся та царина культури, що не є високою та класичною і визначається як культура низькоякісна. Пояснюючи обмеження подібного узагальнення, Джон Сторі наводить думку французького соціолога П'єра Бурдьє, який стверджує, що подібні культурні розмежування відтворюють соціальну нерівність і сегрегацію «високих» і «низьких» верств, коли навіть вияв смаків розглядається як ознака класу.

3. Третій підхід пропонує розуміти під *масовою культурою культуру комерційну*, тобто продукцію, що виробляється для масового споживання. Така культура є шаблонною, придатною для маніпуляцій. Маскультура, як культура комерційна, засвідчує втрату суспільством єдності та втрату народної культури.

4. Четверте визначення стверджує, *що масова культура – це культура народна*. В Сполучених штатах поширеною є концепція *Д. Макдональда*, згідно з якою масова культура є продовженням фольклорного мистецтва. Маскультура в такому аспекті – це народна культура, створена людьми для людей. Подібне визначення суперечить твердженню про те, що маскультура нав'язана народу згори, адже фольклор був спонтанним активним самовираженням народу і формувався майже без будь-якого впливу високої культури. А масова культура твориться зазвичай спеціалістами і орієнтована на аудиторію пасивних споживачів.

5. П'яте визначення терміна «масова культура», базується на політичному аналізі *Антоніо Грамші*, який використовує поняття «гегемонія», щоб проілюструвати, як панівні групи суспільства прагнуть здобути згоду підпорядкованих їм суспільних груп. Масова культура сприймається як *сфера обміну та переговорів між панівними силами суспільства та залежними групами, сфера, що її характеризують опір і поглинання*. Тексти й практики масової культури, в контексті даного підходу, сприяють встановленню рівноваги в ідеологічній боротьбі між панівними та підлеглими класами.

6. Шостий варіант визначення масової культури, на думку Д.Сторі, зумовлений дискусією щодо постмодернізму та зникненням розподілу на елітарне та масове. *Леслі Фідлер* один із перших закликав *«Перетинати кордони та засипати рів»*, прокладений між високим и масовим мистецтвом, у *1969 році*. Отже, постмодернізм являє собою культурну течію, що вже не визнає різниці між високою та масовою культурою.

1.2. Передумови виникнення масової культури

Існують різні точки зору щодо часу виникнення масової культури. Деякі дослідники вважають її одвічно притаманною культурі й тому виявляють вже в античному епосі, у видовищних дійствах Римської імперії. Так, американський соціолог *Д.Уайт* вважає, що до перших елементів масової культури можна віднести, наприклад, бої римських гладіаторів, які залучали численних глядачів.

Згідно з *А.Адорно*, прототипами сучасної масової культури слід вважати форми культури, які з'явилися під час становлення капіталізму в Англії, тобто на рубежі XVII-XVIII століть. Він переконаний, що джерела масової культури пов'язані з появою в європейській літературі XVII-XVIII століть пригодницького, детективного, авантюрного роману, що значно розширив аудиторію читачів за рахунок величезних накладів.

Більшість науковців пов'язують виникнення масової культури з науково-технічною революцією XIX-XX століття, що принесла з собою зовсім нові способи виробництва, поширення та споживання культури. В основному дослідники схиляються до думки, що масова культура в її розвинутому вигляді вперше сформувалася у США. Виникненню її сприяв розвиток засобів масової комунікації – газет, популярних журналів, радіо, грамзаписів, кінематографа. Все це, з одного боку, демократизувало культуру, відкривало до неї доступ масовій аудиторії, з іншого – зумовило проникнення в культуру комерційних інтересів, культура стала предметом бізнесу.

Виникненню масової культури сприяв ряд чинників:

1. розвиток механізованого і автоматизованого великого промислового виробництва, яке витіснило ручну працю;
2. науково-технічний прогрес;
3. урбанізація, зростання міст, посилення міграції, що спричиняє «переміщення» населення, часткове руйнування традицій, послаблення соціальних зв'язків;

4. поява вільного часу, який можна використовувати для розваг, дозволя;
5. свобода споживання та політична свобода;
6. створення і вдосконалення нових технічних засобів і технологій, які сприяли фіксації, збереженню, копіюванню, тиражуванню, широкому поширенню культурної інформації різних видів і типів, і до них передусім потрібно віднести друк, радіо, телебачення.

Рекомендована література до лекції:

1. Лебедев В. О. Анатомія масової культури: монографія. - Х.: Форт, 2010. - 164 с.
2. Лютий Т.В., Ярош О.А. Культура масова і популярна: теорії та практики. - Київ: Агентство "Україна", 2007. - 124 с.
3. Массовая культура: Учебное пособие / К.З. Акопян, А.В. Захаров, С.Я. Кагарлицкая и др. - М.: Альфа-М; ИНФРА-М, 2004. - С.3-15.
4. Ортега-і-Гасет. Вибрані твори. - К.: Основи, 1994. - 424 с.
5. Підлісний М.М. Феномен масової культури // Філософія. Культура. Життя: Міжвузівський збірник наукових праць. - 2010. - № 34. - С. 70-80.
6. Ритцер Дж. Макдольнизация, глобализация, американизация и новые средства потребления // Современные социологические теории. 5-е изд. - СПб.: Питер, 2002. - С. 497-506.
7. Сторі Д. Теорія культури та масова культура: Вступний курс / пер. з англ. С. Савченко. - Х.: Акта, 2005. - С.13-35.
8. Mac Donald D. A Theory of Mass Culture / Mac Donald D. // Mass Media and Mass Man. – N.Y., 1968. – P. 12-24.
9. Shils E. Mass And its Culture / Shils E. // Mass Culture Revisited. – N.Y., 1971. – P. 61-84.

Лекція 2. Характерні риси та функції масової культури

Аналізуючи масову культуру як особливе соціокультурне явище, необхідно вказати на її основні характеристики. Різним проявам масової культури характерний ряд спільних рис: масова культура не є творчістю мас, але вона створюється для мас; масову культуру не можна розглядати як автентичну культуру, що виникла органічним чином - її продукти носять характер комерційних проектів; масова культура більшою мірою орієнтована на аудіо і особливо - візуальні образи, що має наслідком витіснення раціональних форм змістоутворення, апеляції до несвідомого компоненту психіки.

2.1. Основні властивості масової культури

У сучасній філософській і науковій літературі окреслені такі характерні риси масової культури:

1. Стандартизація соціально-культурних установок, інтересів і потреб основної маси населення на основі міфології особистого щастя як життєвого успіху і комфорту.

Стандарти масової культури – це свого роду шаблони, кліше, що багаторазово копіюються, тиражуються. За їх зразком «відливаються» тексти (любовні та фантастичні кінострічки, комікси, популярні романи, детективи, сувеніри, прикраси тощо), призначені для масового споживання. У фундаменті масової культури лежить **стандарт**, якому підкоряються кваліфікація робочої сили, стиль управлінської діяльності, стиль життя людей – тип споживання, дозвілля, відпочинок, мода, спорт і т.д.

2. Розважальний характер масової культури. На цей аспект масової культури звернула увагу, зокрема, *Х.Арендт*, відмітивши перетворення масової культури на індустрію розваг. У цій ситуації

виникає тенденція до спрощення та примітивізації культурних практик та сенсів, оскільки цей матеріал не може бути запропонований таким, яким він є; його треба переробити для надання йому розважальної форми, він має бути готовим для легкого споживання.

3. Маркетизація практично всього спектру інтересів і потреб, створення передумов безперервного масового споживання. Багато дослідників відзначають, що формування установки на споживання призводить до зниження культурних норм і зразків, до пристосування до нерозвинених смаків і однозначних оцінок.

4. Масовій культурі властива **тривіалізація** («trivialis» – «звичайний, позбавлений оригінальності»), тобто спрощення, нівелювання культурної інформації. Масова культура перетворює політичні ідеї, мистецтво академічного типу, тощо на свій лад, адаптує різні культурні реалії для розуміння пересічним споживачем і переважно позбавлена естетичної цінності.

5. Масова культура забезпечує новий тип **консолідації суспільства**, заснований на заміні співвідношення елітарної «високої» і народної культур відтворенням універсальної масової свідомості. У сучасному масовому суспільстві еліта перестає бути творцем і носієм високих зразків культури для інших верств суспільства. Вона – частина тієї ж маси, що протистоїть їй не в культурному відношенні, а у володінні владою, можливістю розпоряджатися ресурсами.

До основних ознак масової культури можна віднести:

1. серійний характер предметів споживання;
2. розважальність, кумедність, сентиментальність;
3. натуралістичне зображення і смакування насильства в творах художньої культури;
4. культ сильної особистості, культ життєвого успіху.

5. орієнтованість на гомогенну аудиторію;
6. ескейпізм - тобто втеча від реальності у світ фантазій, доступність;
7. оперування середньої мовної семіотичної нормою.

Серед основних **напрямків і проявів сучасної масової культури** **А.Є.Флієр** виділяє наступні:

1) індустрія «субкультури дитинства» - дитяча література і мистецтво, промислово виготовлені іграшки та ігри, дитячі клуби і табори і т. п., що має на меті універсалізацію виховання дітей, впровадження в їхню свідомість універсальних норм і навичок соціальної та особистісної культури, які офіційно пропагуються у даному співтоваристві;

2) масова загальноосвітня школа, що прилучає учнів до основ наукових знань, філософських і релігійних уявлень про навколишній світ, але стандартизує всі ці знання і уявлення на основі типових програм і редукує отримане знання по спрощеним формам до дитячої свідомості;

3) засоби масової інформації, що транслюють поточну актуальну інформацію, інтерпретуючи її в потрібному руслі, тобто фактично маніпулюють свідомістю людей і формують суспільну думку по тим чи іншим проблемам в інтересах свого замовника;

4) система національної (державної) ідеології і пропаганди, що контролює і формує політико-ідеологічні орієнтації населення, та маніпулює його свідомістю в інтересах правлячих еліт;

5) масові політичні рухи, партійні та молодіжні організації, масові маніфестації, демонстрації, які ініціюються правлячими чи опозиційними елітами з метою залучення в масові політичні акції широких мас населення, здебільшого дуже далеких від політичних інтересів еліт, які мало розуміють зміст пропонованих їм політичних програм;

6) масова соціальна міфологія, квазірелігійні і паранаукові вчення, плітки та ін., що спрощує складну систему ціннісних орієнтації людини до елементарних опозицій та що заміщає аналіз складних багатофакторних причинно-наслідкових зв'язків між явищами;

7) система організації і стимулювання масового споживання, реклама, мода, секс-індустрія та інші форми провокування споживача, що формує в суспільній свідомості стандарти престижних інтересів і потреб, образа і стилю життя;

8) індустрія формування іміджу і «поліпшення» фізичних даних індивіда - масові фізкультурні рухи, культуризм, аеробіка, спортивний туризм, індустрія послуг по реабілітації, а також система хірургічних, фізіотерапевтичних, фармацевтичних, ароматичних та косметичних послуг для виправлення зовнішності, що стандартизує фізичні дані людини відповідно до актуальної моди на імідж, гендерний попит та ін.;

9) індустрія дозвілля - «розважальні» жанри кіно, оперета, естрадна, поп-музика, естрадна хореографія і сценографія, масові постановочно-видовищні концерти, цирк, стриптиз, індустрія курортних і культурно-туристичних послуг, - структури, що організують проведення розважального відпочинку.

2.2. Рівні масової культури

Масова культура – явище далеко неоднорідне. Вона має свою структуру та рівні. У сучасній науковій літературі, як правило, виділяють три основні рівні масової культури: кітч-культура (примітивні, навіть вульгарні твори), мід-культура («середня» культура) та арт-культура (мас-культура, не позбавлена визначеного, іноді навіть високого, художнього вмісту і естетичного вираження).

Кітч-культура

Термін “кітч” походить від німецького музичного жаргону kitch — халтура, німецького verkitschen — здешевлювати, англійського for the kitchen — для кухні (маються на увазі дешеві предмети низькопробного смаку). Саме слово з’явилося у 60-70-х рр. XIX ст. у Німеччині й спочатку позначало відновлення старих меблів, яке “дезінформувало” покупця: старе продавали як нове. Ще одна складова значення слова “кітч” криється в англійському sketch — нарис, який коштує досить дешево для покупця.

Кітч у мистецтві та масовій культурі XX століття стає втіленням психології сприйняття так званого середнього класу з усім комплексом уявлень, притаманним міщанському середовищу. Можна вважати, що поява кітчу – це своєрідний перехід від селянського до міського способу життя. Кітч як явище загалом належить до найнижчих шарів масової культури. Його вважають синонімом псевдомистецтва, позбавленого естетичної цінності, сповненого тривіальними, розрахованими на показний ефект деталями.

Основними характеристиками кітчу вважають:

1. спрощене подання проблематики;
2. використання стереотипних образів і сюжетів;
3. орієнтованість на споживача, зануреного в рутину повсякденного життя.

Втім, необхідно зазначити, що в сучасному глобалізованому суспільстві кітч виконує важливу роль в процесах соціальної адаптації та психологічної терапії. Зокрема, кітч полегшує сприйняття «іншого» - іммігрантів, туристів, людей різних етнокультур, квір-, лесбі- та гей-спільнот.

Мід-культура

Мід-культура - це структурна одиниця масової культури як системи, яка розрахована на масове виробництво, масове споживання. Ця проміжна (медіумна) культура має подвійний характер: володіє деякими рисами елітарної культури і деякими рисами масової. Особливість її полягає в тому, що по відношенню до елітарної культури вона може розглядатися як масова, а по відношенню до масової виступає як більш високий тип культури.

Мід як «золота» середина важко піддається дефініції, адже кордони, що існують між рівнями, відрізняються розмитістю. Мід можна уявити як грань між артом і кітчем. Мід-культура зберігає свою масовість, шаблонність в кількісному факторі, але не втрачає свою культурну цінність в якісному вимірі, як наприклад кітч-культура, яка одразу спрямована на спрощення інформації.

Останнім часом масова культура все більш орієнтується на культуру середнього рівня, в рамках якої екранізуються класичні літературні твори, вводиться мода на зразки справді художнього творчості, популярну науку, класичну музику. Тому загальний рівень сучасної масової культури зростає. Такий висновок можна зробити, якщо порівняти твори, які були створені на початку ХХ ст. і в його кінці. Прикладами мід-культури можна вважати книги Дж.Толкієна, Дж.Роулінг, фільми Ларса фон Трієра тощо.

Арт-культура

Артизована культура (від англійського «art» – «мистецтво») розрахована на найбільш освічену частину публіки і досить популярна в останній час. Це результат процесу естетизації «масової культури», намагання підняти її на вищий рівень, в максимальній мірі надати шляхетності.

Арт-культура розглядається як антипод кітчу і характеризується новизною, високим художнім рівнем, глибоким естетичним змістом та впливом. Яскравим її виразом є тексти пісень і музика у виконанні рок-групи «Бітлз», квартету «АВВА» чи виконавця року Елвіса Преслі, які набули значення сакральних символів масової культури. До неї можна зарахувати книжки І. Ільфа й Є. Петрова «Дванадцять стільців» і «Золоте теля», які стали культовими творами радянської сатири, влучні вислови й афоризми з яких широко цитуються.

Арт-культура спрямована на формування суб'єкта з властивими йому творчими та інтелектуальними якостями. Коли людина творчо проявляє свою індивідуальність, креативні потенції свого індивідуального стилю, вона, перестає бути пасивним споживачем культури. Споживачі мід та арт - культури свідомо обирають, яким продуктам культури варто надавати перевагу, а яким - ні, тобто якщо завдяки кітчу відбувається масовізація суспільства, то мід і арт, навпаки, його демасовізують.

2.3. Функції масової культури

Дослідження будь-якого культурного чи соціального явища неможливе без опису його функцій. Велика популярність і комерційний успіх масової культури у широких мас свідчить про те, що вона виконує певні функції в суспільстві. Масова культура виконує ряд спеціальних функцій, але також її функції в деякій мірі повторюють функції культури взагалі, серед яких: пізнавальна, прогностична, інтегративна, комунікативна, освітньо-виховна, функція ціннісної орієнтації та регуляції поведінки, функція соціальної пам'яті людства. Та все ж варто відмітити специфічні функції масової культури, які властиві тільки їй, а не культурі взагалі.

1. Розважальна функція масової культури є однією з найголовніших. Механізація і розподіл праці вивільнили час і сили

людини, а процеси відчуження, роз'єднання людей, почуття самотності, втрата індивідом свого «я» примушує його шукати розваг в тому числі і в масовій культурній індустрії.

2. Комерційна функція, головною метою якої є отримання прибутку. Виробники різних видів масової продукції орієнтовані на збільшення доходів та комерційний успіх, прагнуть до нестримного споживання, а не розширення кругозору споживачів.

3. Компенсаторна функція. Рятуючись від монотонності і одноманітності праці в робочий час, людина шукає в межах вільного часу можливості проявити інші сторони своєї особистості. І тут їм на допомогу приходить масова культура. Як підвид компенсаторної функції можна вважати механізм втечі – *ескейпізм* (від англ. «escape» – «втеча»), котрий дає можливість втекти від реальної дійсності в світ мрій та ілюзій.

4. Функція міфологізації, міфотворчість. У сучасному світі міф цілеспрямовано створюється ЗМІ, впроваджується в масову свідомість. Масова культура міфологізує свідомість, реальні процеси, що відбуваються в суспільстві.

5. Функція соціалізації. Масова культура відіграє роль одного з найголовніших засобів соціалізації, оскільки акумулює та транслює базові цінності, що забезпечують соціалізацію особи в умовах індустріальної і постіндустріальної інформаційної цивілізації.

6. Нормативно-регулятивна функція. Масова культура, з одного боку, забезпечує адаптацію нових цінностей і сенсів, а також їх рецепцію масовою свідомістю. З іншого – виробляє загальний ціннісно-смісловий контекст осмислення дійсності в різних сферах діяльності, вікових, професійних, регіональних субкультурах.

7. Формування суспільної думки. За допомогою масової культури суспільна думка стає могутньою силою, котра діє на маси сильніше, ніж інші офіційні правила та закони. Сучасна масова культура – спосіб

соціального буття масового суспільства, формування і трансляція масової свідомості.

8. Функція управління емоціями. Масова культура формує не тільки духовний світ людини, але й керує її емоціями, виробляє комплекс духовних цінностей і естетичних принципів, які, з одного боку, відповідають смакам і попиту масового споживача, з іншого, формують їх у нього.

9. Крім того, масова культура фактично виконує *функцію плацебо-ефекту*, надаючи індивіду можливість почуватися обізнаним і «сучасним». Відбувається самоствердження суб'єкта пізнання, набуття ним почуття власної значущості, частково компенсуються збитки, спричинені комплексом неповноцінності як результату того, що на підсвідомому рівні індивід підозрює про свій невисокий світоглядно-інтелектуальний рівень.

Рекомендована література до лекції:

1. Аблеев С.Р., Кузьмінська С.І. Специфіка і тенденції масової світової культури. Аналіз основних аспектів [Електронний Ресурс]. - Режим доступу: http://ethics.roerich.com/doc/kultura/Ablev_KCBVMasKult.htm
2. Бодрийяр Жан. Китч // Бодрийяр Жан. Общество потребления. Его мифы и структуры. – М.: Культурная революция; Республика, 2006. – С. 144-146.
3. Гринберг Клемент. Авангард и китч [Електронний Ресурс]. - Режим доступу: <http://azbuka.gif.ru/important/avangard-i-kitch/>
4. Ильин А.Н. Субъект в массовой культуре современного общества потребления (на материале китч-культуры). - Омск: Амфора, 2010. - С.132-154.
5. Флиер А. Я. Культурология для культурологов / А. Я. Флиер. – М.: Академический Проект; Екатеринбург: Деловая книга, 2002. – 492 с.
6. Greenberg К. Avantgarde and Kitch / К. Greenberg // Partisan Review. 1939. Vol. VI. No. 5. P. 34–49.

Лекція 3. Масова культура як культура масового суспільства

Вражаючі демографічні зміни сприяли виходу на історичну арену «людини маси». Так, за 12 століть історії (з VI по XIX століття) європейське населення жодного разу не перевищило 180 млн., а за час з 1800 по 1914 рік воно досягло 460 млн. Тому про «людину маси» як особливої планетарну та історичну силу заговорили з кінця XIX - початку XX століть. До цього часу такі слова як маса, натовп, народ використовувалися фактично як синоніми.

Великий вплив на формування теорій масового суспільства в рамках даного напрямку мали погляди *Дж.Бентама*. Вивчаючи індустріальне суспільство, в якості основної його особливості дослідник виділив кількісний показник - велику масу людей, число яких постійно зростало в містах. У своїй доктрині утилітаризму Дж.Бентам однозначно показав, що всі соціальні рішення повинні керуватися принципом корисності, а найвищим соціальним благом оголошувався матеріальний добробут.

Послідовники Бентама прийшли до висновку про необхідність збирати емпіричні факти про суспільство для визначення подальшого напрямку його розвитку на основі раціонального принципу та соціальних досліджень.

3.1. Визначення поняття «маси»

Вперше самостійний інтерес маса викликала у психологів. Вони виявили, що в скупченні людей індивід набуває деякі додаткові, не властиві йому якості. У складі «маси» людей індивід веде себе зовсім по-іншому, втрачаючи здатність до самовизначення, стає частиною єдиної спільноти, яка виражає єдину волю.

Першим ґрунтовним дослідженням феномена маси стала, видана в середині 1890-х році, книга *Г.Лебона «Психологія народів і мас»*. Він

писав, що індивіди, що утворюють масу, якими б схожим або несхожим не був їхній спосіб життя, заняття, або характер, одним лише фактом свого перетворення в масу набувають колективну душу. Скупченню людей притаманні риси, котрі істотно відрізняються від тих, які характеризують окремих індивідів, що входять до складу цієї сукупності. Свідома особистість зникає, а почуття й ідеї окремих одиниць, які утворюють натовп, набувають єдиного, однакового спрямування, підкоряються закону духовної єдності. Зникнення свідомої і суверенної особистості, консолідація почуттів і думок в одному напрямку – ось характерні ознаки натовпу.

Ключові характерні ознаки індивіда, який опинився під впливом маси, є такими: розпорошення свідомої особистості й домінування на рівні прийняття рішень несвідомої особистості, орієнтація думок і почуттів в одному напрямку внаслідок навіювання, готовність до негайної реалізації нав'язаних ідей. Фактично індивід перестає бути самим собою, стаючи безвольним автоматом, маріонеткою в руках зовнішніх маніпуляцій. Різні аспекти цього феномену були проаналізовані в працях *З.Фройда «Масова психологія і аналіз людського Я»*, *Х.Ортеги-і-Гассета «Повстання мас»*, *Е.Канетті «Маса»*, *С. Московічі «Наука про маси»*, *Г.Блумера «Колективна поведінка»*.

У книзі *«Століття натовпів» (1981) С. Московічі* обґрунтовує тезу, згідно з якою маса стихійна не лише у фазі виникнення, а й існування. Це тимчасова сукупність рівних, анонімних і схожих між собою людей, в надрах якої емоції та ідеї мають тенденцію виражатися спонтанно. Концепція соціальної маси спирається на два критерії. Перший пов'язаний з рівністю, схожістю і анонімністю людей, що складають ту чи іншу соціальну групу. Ці характеристики віддзеркалюють концепцію масового індивіда. Рівність і анонімність слугують передумовами масовості групи як цілісного суб'єкта і масової

поведінки. Другою властивістю соціальної маси, за версією С.Московічі, є спонтанність – характеристика маси як суб'єкта активності. Сенс спонтанності – в каузальній автономності дій, у відсутності безпосереднього зв'язку між діями та зовнішніми впливами.

Корисною для аналізу даної проблеми є книга американського соціолога *Д.Белла «Кінець ідеології» (1960)*, в якій особливості сучасного суспільства визначаються виникненням масового виробництва і масового споживання. Тут же автор формулює *п'ять значень поняття «маса»*:

1. Маса – як недиференційована множина (тобто протилежність поняттю класу).

2. Маса – як синонім неосвіченості (як про це писав і Х. Ортега-і-Гассет).

3. Маса – як механізоване суспільство (тобто людина сприймається як придатак техніки).

4. Маса – як бюрократизоване суспільство (тобто в масовому суспільстві особистість втрачає свою індивідуальність на користь стадності).

5. Маса – як натовп. Тут закладений психологічний сенс. Натовп не міркує, а кориться пристрастям. Сам по собі людина може бути культурною, але в натовпі – це варвар.

3.2. Критична концепція культури Х.Ортеги-і-Гассета

У середині 30-х років ХХ століття масова культура стає предметом аналізу Х. Ортеги-і-Гассета, який у працях «Повстання мас» і «Дегуманізація мистецтва» концептуалізував теоретичне бачення цього явища. Згідно з його уявленням, масова культура – це не що інше, як культура масової людини, яка впевнена в тому, що може піднятися на вищій щабель соціальної драбини, вважає свої бажання і потреби найбільш значущими, а свої уявлення про естетичні та етичні ідеали – бездоганим абсолют.

Мислитель характеризує соціокультурну ситуацію, яка склалася у ХХ столітті як кризу культури, звичних установлених цінностей та норм, які через низку причин втратили свою імперативність. Явище, означене ним як «бунт мас» є безпосереднім проявом якісної зміни у житті європейської спільноти.

Причиною кризи, на думку філософа є явище накопичення, «перенасичення», оскільки ХІХ століття породило ріст народонаселення. Тому відбувалась боротьба за кращі місця у суспільстві, спроба захоплення тих місць, які раніше належали тільки кваліфікованим меншинам суспільства. В цих умовах виникає новий тип людини, якого не існувало досі – масова людина. Її поява була підготовлена ХІХ століттям: піднявся середній рівень життя, відбувся стрибок у прирості населення. Великий вплив мала ідея рівності прав, запроваджена у ХVІІІ столітті, а з нею і скасування права привілею, зросла якість життя, середньостатистична людина позбулась звичних турбот, для неї стали доступними речі, які раніше мали змогу отримувати лише обрані.

Суспільство стає масовим, оскільки у ньому переважає новий тип людини – масова людина. Панування масової людини – пряма загроза для існування західної цивілізації. Філософ називає повстання мас «вертикальною навалою варварів».

Існує два типи людей: вимогливі до себе, що беруть нові труднощі і обов'язки; байдужі, які нічого від себе не вимагають, у яких немає зусиль до самовдосконалення. Власне цими двома типами є людина маси і людина вибраної меншини, людина еліти. Людині маси протистоїть інший тип – людина еліти, це людина вибраної меншості. Але обрана не тому, що вважає себе вище інших, а тому що вимоглива до себе. Життя вибраної меншості сповнене напруги, активне, готове прийняти свої обов'язки і служити чомусь вищому принципу або авторитету. Тобто, критерієм поділу є рефлексивне відношення до себе і обов'язок.

Отже, Ортега-і-Гассет різко негативно оцінює масову культуру і характеризує її як банальність та посередність, що переймається лише задоволенням смаків та потреб пересічних людей. Швидкий приріст населення та професійна спеціалізація, які сформували людину маси, послабили культурний консенсус та ведуть до нестабільності та краху культури в цілому.

3.3. Теорії культурного модернізму

Теорії культурного модернізму пов'язують виникнення масової культури з індустріалізацією та урбанізацією і розглядають артефакти масової культури як продукт масового виробництва.

Важливу роль в теоретичному осмисленні форм масової культури на ранньому етапі відіграли праці британського літературного критика **Ф.Лівіса** та його дружини, **К.Д.Лівіс**. Період лівісизму в теорії культури тривав приблизно сорок років, а сформувався на початку 30-х років, після оприлюднення трьох студій: *«Масова цивілізація і культура меншин» (1930) Ф. Р. Левіса*, *«Художня література й читацький загал» (1932) К. Д.Лівіс та «Культура і довкілля» Ф. Р. Лівіса й Денніса Томпсона (1932)*. Разом ці розвідки становлять засаду позиції лівісистів щодо масової культури.

Ф.Лівіс був впевнений у провідній ролі літературної критики в вирішенні питання кризи культури ХХ ст. та прагнув до встановлення єдиного стандарту для всієї англійської літератури, певного канону творів, взірця справжніх цінностей життя і літератури. Погляди Ф. Лівіса ґрунтуються на надзвичайно високій оцінці ролі культури, під якою він має на увазі елітарну культуру освіченої меншості в житті суспільства.

Робота **Ф. Лівіса «Масова цивілізація і культура меншини» (1930)** стала своєрідним маніфестом літературного модернізму і декларацією неприйняття масової культури. Дослідник зазначає, що «справжня» культура, культура меншості на початку ХХ ст. опиняється в кризі. Саме

від меншості, що є осередком культурного життя, залежить існування норм та правил, що визначають витончене життя епохи та відчуття напрямку, в якому слід рухатися суспільству.

Причину втрати авторитету елітарної меншості та зміни системи цінностей він вбачає в американізації культури, її стандартизації та проникненні масових смаків в усі галузі масової культури (пресу, рекламу, телебачення, кіно).

До основних теоретичних тезисів лівізму можна віднести наступні:

1. популярна література і масова культура є джерелом дешевих й загальнодоступних задовolenь для масової публіки;
2. масову культуру не можна аналізувати як справжню культуру;
3. дешеві й легкодоступні задовolenня, що досягаються під час читання бестселерів, прослуховування поп-музика та перегляду блокбастерів призвели до надмірної еротизації сучасної масової культури, і є пасивними, такими що не потребують активного сприйняття;
4. це задовolenня веде до надмірного збільшення візуального елемента, який насправді меншовартісний по відношенню до читання.

Питання поставлені Ф. Лівісом, з часом отримали критичні відповіді, але і досі є предметом дискусій. Отже, на ранньому етапі осмислення феномен масової культури розглядався з відверто критичних позицій, у роботах Г.Лебона, Г.Тарда, Х.Ортеги-і-Гассета, Ф.Лівіса маса виступає як безумний натовп, а культура масового суспільства постає як загроза традиційній елітарній культурі.

Рекомендована література до лекції:

1. Белл Д. Культурні суперечності капіталізму // Сучасна зарубіжна соціальна філософія: Хрестоматія. - Київ: «Либідь», 1996. - С.251-274.

2. Белл Д. Прихід постіндустріального суспільства // Сучасна зарубіжна Ортега-і-Гасет. Вибрані твори. - К.: Основи, 1994. – С.15-139.
3. Сторі Д. Теорія культури та масова культура: Вступний курс / пер. з англ. С. Савченко. - Х.: Акта, 2005. - С.48-55.
4. Токвіль А. Про демократію в Америці / А. Токвіль. - К: Всесвіт, 1999. - 590 с.
5. Leavis F. Mass Civilization and Minority Culture. L., 1930.

Лекція 4. Масова культура як об'єкт дослідження Франкфуртської школи соціальних досліджень

Термін «франкфуртська школа» є збірною назвою, вживаною до мислителів, пов'язаних з Інститутом соціальних досліджень у Франкфурті-на-Майні. Самі представники критичної теорії ніколи не об'єднували себе під таким найменуванням.

Традиційно цим словосполученням позначають групу німецьких інтелектуалів, що їх праця пов'язана з Інститутом соціальних досліджень при Франкфуртському університеті. Інститут було відкрито 1923 р. Після приходу Гітлера до влади в 1933 р. він переїхав до Нью-Йорка та став структурним підрозділом Колумбійського університету. В 1949 р. інститут повернувся до Німеччини.

Т.Адорно, М.Горкгаймер, В.Беньямін, Г.Маркузе та інші представники Франкфуртської школи соціальних досліджень намагались показати соціальні протиріччя, що лежали в основі капіталістичного суспільства тієї доби та розробити теоретичну критику сучасного їм суспільства.

4.1. Т.Адорно та М.Горкгаймер про «індустрію культури»

Макс Горкгаймер та Теодор Адорно не використовують поняття масова культура, натомість у 1944 р. в результаті аналізу досліджуваних явищ формулюють категорію *«культурна промисловість»*, або *«індустрія культури»* на позначення продукції та процесів масової культури (*«Діалектика Просвітництва»*).

«Індустрія культури» або «культурна промисловість» (в залежності від перекладу) спрямована на спекуляцію свідомістю й підсвідомістю мільйонів людей. Т.Адорно вважав, що культурна промисловість – це свідомо суспільна інтеграція в суспільство споживання масового отримувача, яка керується згори. Вирішальне значення для формування масової аудиторії визначається необхідністю об'єднання таких сфер культурної діяльності, як мистецтво високе і низьке, які були розділені. Внаслідок чого висока культура втрачає свою серйозність, а низька – непокірність.

Культурна промисловість перешкоджає створенню автономних особистостей, здатних самостійно оцінювати та приймати рішення, а виробники «культурних товарів» зацікавлені лише в збільшенні збуту і тому підлаштовують суспільство під свої інтереси. У результаті і виникає гегемонія певних зразків культури.

На думку М.Горкгаймера та Т.Адорно, продукція індустрії культури наділена двома характерними рисами:

1. культурною однорідністю;
2. передбачуваністю.

Представники Франкфуртської школи стверджують, що масова культура підтримує суспільну владу. Індустрія культури, прагнучи прибутків і культурної однорідності, позбавляє «справжню» культуру її життєво важливої функції — здатності висловлювати «Велику Відмову». Функція індустрії культури, зрештою, полягає в тому, щоб організувати

вільний час так само, як індустріалізація організувала робочий. Праця веде до масової культури, а та повертає до праці. Лише «справжня» культура, що діє поза рамками індустрії культури, здатна колись розірвати хибне коло.

Вельми цікавим в контексті даної проблематики видається нарис **Т.Адорно «Про популярну музику»**. У цій розвідці він висловлює три конкретні твердження щодо популярної музики:

1. Популярна музика стандартизована, притому «стандартизація» охоплює й найзагальніші, і найдрібніші її риси.
2. Популярна музика заохочує пасивне прослуховування.
3. Популярна музика діє як «суспільний цемент».

4.2. Поняття «аури» твору в наукових дослідженнях

В.Беньяміна.

Поняття «аури» твору розроблялось німецьким дослідником **Вальтером Беньяміном** у нарисі *«Карл Краус» (1931 р.)*, книжці *«Коротка історія фотографії» (1931 р.)*, роботі *«Мистецький твір у добу своєї технічної відтворюваності» (1935–1936 рр.)*.

Теоретичні розмисли В.Беньяміна містять набагато оптимістичніший погляд на можливість революційної трансформації капіталізму, ніж погляди інших представників Франкфуртської школи. Він стверджує, що зміни в технічному відтворенні культури змінюють і функцію культури в суспільстві, а технічне відтворення здатне помістити копію оригіналу там, де не можна помістити самий оригінал.

Але, відтворення кидає виклик тому, що Беньямін називає «аурою» культурних тестів і практик. Техніка відтворення роз'єднує відтворюваний предмет зі сферою традиції. Створюючи багато копій, вона замінює унікальність на множинність, а дозволяючи глядачу чи

слухачу користуватися копією так, як це йому подобається, вона відтворює предмет, що його копіюють.

Аура пов'язана з унікальністю, яку руйнує поява фотографії. Проблема полягає в тому, що тривалий час фотографи намагаються утримати ауру в портретах, не даючи самій суті фотографії як технології виразитись у новій творчості. «Аурою» культурного твору є його дух автентичності, авторитетності, незалежності та оригінальності. Занепад аури позбавляє культурний текст або практику авторитетності та ритуалів традиції, уможливорює множинність їхніх тлумачень, дозволяє використовувати їх в інших контекстах, заради інших цілей.

Технічне відтворення змінює виробництво таким чином, що відтворений мистецький твір стає товаром, виробленим для подальшого відтворення. А механічне відтворення мистецтва змінює реакцію на нього мас. Реакційне ставлення до творчості Пікассо стає прогресивним ставленням до фільмів Чарлі Чапліна.

Якщо в минулі часи існування мистецтва спочатку пов'язували з релігією, культом, то в сучасну епоху ці якості нівелюються, мистецтво стає товаром. Тиражування призводить до того, що мистецтво втрачає так звану ауру. З її втратою змінюється і місце художника, і позиції глядача в світі. Ця думка В. Беньяміна згодом отримала глибоку розробку в роботах наступних мислителів. Зокрема, на нього посилається Ж. Бодрійяр при описі порядку симулякрів, що виникають у міру еволюції культури.

4.3. Характеристика «одновимірної людини» (Г.Маркузе).

У роботі *«Одновимірна людина» (1964) Герберт Маркузе* свідомо виступає тотальним критиком сучасного йому високорозвиненого індустріального суспільства. Найважливішою особливістю такого суспільства є, на його думку, «технологічна раціональна одновимірність». Вона властива як капіталізму, так і соціалізму.

Маркузе констатує, що в епоху науково-технічної революції ретельно розроблений інструментарій одновимірності тотально маніпулює людьми шляхом творення і задоволення стандартизованих, штучних, відчужених потреб за допомогою засобів масової комунікації, які автор називає «фабриками громадської думки».

Свого часу капіталізм прагнув прив'язати робітників до виробництва переважно негативним способом – загрозою голоду і нестатків. Але виникла (і була усвідомлена) потреба в іншому – позитивному – способі інтеграції пригноблених і експлуатованих людей в індустріальне суспільство. Позитивний спосіб інтегрування робітничих мас передбачає значний підйом життєвого рівня трудящих і активне стимулювання їх потреб. Оскільки мова йде про «сублімоване рабство», воно не тільки не відчувається і не усвідомлюється як таке, але навпаки, сприймається як свобода, переживається як повнота життя, осмислюється як спонтанна реалізація єдиного можливого способу існування. У людей не виникає потреби виступити проти існуючої системи виробництва-споживання в цілому. У крайньому випадку вони готові боротися за поліпшення свого становища всередині цієї системи за більш високу зарплату, тобто знову за розширення своїх споживацьких можливостей.

У людини зникає соціально-критичний вимір, який раніше виводив її за межі існуючого, вказуючи революційні перспективи. Вона стає людиною одного виміру, коли всі ресурси спрямовані на відтворення еталонів мислення і поведінки міркування, що нав'язується ззовні.

Чинити опір в такій ситуації можуть лише ті, хто ще не став рабом одновимірної свідомості. До них Маркузе відносить расові, національні, релігійні меншини, критично мислячу інтелігенцію і студентство. Робітники ж, на думку Маркузе, з втратою соціально-критичного виміру втрачають і здатність створити реальну політичну опозицію до сучасної системи. Будь-яка опозиція, що виражає інтереси сьгоднішніх трудящих,

сьогоднішнього робітничого класу, буде ілюзорною опозицією, тому що його інтереси не суперечать існуючому стану речей.

Загальний висновок, до якого прийшли представники Школи, полягає в тому, що масова культура формує конформізм, утримує реакції споживача в інфантильному, статичному стані та дозволяє маніпулювати його свідомістю.

Рекомендована література до лекції:

1. Беньямін Вальтер. Вибране / Пер. з нім. Ю.Рибачук, Н.Лозинська. - Львів: Літопис, 2002. - С.53-97.
2. Маркузе Г. Одновимірна людина. Дослідження ідеології розвинутого індустріального суспільства // Сучасна зарубіжна соціальна філософія: Хрестоматія. - Київ: «Либідь», 1996. - С. 87-134.
3. Сторі Д. Теорія культури та масова культура: Вступний курс / пер. з англ. С. Савченко. - Х.: Акта, 2005. - С.141-156.
4. Хоркхаймер М., Адорно Т.В. Диалектика просвещения. Философские фрагменты. - Спб.: Медиум, Ювента 1997.- С. 149-209.

Лекція 5. Масова культура та фемінізм

Особливо важливим періодом в історії феміністського аналізу популярної культури постають 1950-і роки. Починаючи з цього часу, феміністська теорія все більше звертається до проблеми представлення жінки в популярній культурі і в медіа, розглядає її репрезентації як несправедливі, експлуататорські та пов'язує в ширшому контексті з гендерною нерівністю і пригніченням.

5.1. Феміністичний аналіз масової культури: загальна характеристика

Фемінізм є внутрішньо неоднорідною течією, але в царині феміністичних досліджень можна виділити три основних напрямки, які вивчають масову культуру:

1. ліберальний, що спрямований проти нерівності та експлуатації в репрезентації жінки у масовій культурі та медіа і прагне до зміни цієї ситуації;
2. радикальний, який розглядає інтереси чоловіків та жінок як фундаментально несхожі, а контроль і репресію по відношенню до жінок сприймає як найважливішу історичну форму соціального розподілу і гноблення;
3. «соціалістичний» напрям, який пов'язує нерівність жінок з аналізом капіталістичного суспільства і вбачає можливості зміни існуючої ситуації лише у зміні самого капіталістичного ладу.

Для фемінізму характерно критичне ставлення і до самої популярної культури, і до досліджень в цій області, що ведуться з точки зору панівних патріархальних установок. В феміністичних розвідках знаходимо твердження, що академічні дослідження, так як і сама популярна культура, виключають, ігнорують або тривіалізують жінку як соціальну категорію.

Ставлення до жінки, створене в популярній культурі і медіа, можна позначити терміном *«символічне знищення жінки»*. Він розкриває, яким чином культурне виробництво виключає, маргіналізує або ігнорує жінку, представлену переважно у формі стереотипної фігури, втілення сексуальної привабливості або домашньої праці. Такі репрезентації жінок сприяють зміцненню розподілу праці за статевою ознакою, а символічне знищення жінки підтверджує її долю та роль заміжньої жінки, матері та

домогосподарки в патріархальному суспільстві. Жінки соціалізуються в процесі виконання цих ролей і в результаті культурних репрезентацій, що підкреслюють їх «природність».

Однією з найбільш поширених сфер масової культури, що привертає увагу представників феміністського напрямку є реклама. Саме реклама дала великий матеріал для контент-аналізу і проілюструвала, що жінки представлені в ній як «сексуальні об'єкти», як домогосподарки, матері, тоді як чоловіки виступають в ролі авторитету. На основі чисельних досліджень, проведених у другій половині ХХ століття, був зроблений висновок, що ставлення до жінок, продемонстроване рекламою, відповідає символічному знищенню. Реклама відображає домінуючі соціальні цінності - жінки мають значення тільки в домі, але і там чоловік має більший авторитет.

Проблемі взаємовідносин між гендером та масовою культурою значне місце приділено в роботах *Тані Модлескі* («*Studies in Entertainment: Critical Approaches to Mass Culture*» (1986)). Серед основних положень в її дослідженнях – теза, що гендер є фундаментально значущою категорією для аналізу популярної культури і має особливе значення для аналізу масової культури. Зазвичай в дослідженнях популярної культури гендер розглядався як додатковий елемент або аспект аналізу, а Т.Модлескі стверджує, що результати дослідження феномену масової культури пов'язані з поняттям фемінності.

Згідно з розповсюдженим твердженням, масова культура – це сфера жіночого, в той час як висока культура асоціюється з мускуліністю. Прикладом подібного наслідування може слугувати більш низький, у порівнянні з чоловіками, статус жінок-письменниць в ХІХ ст., асоціація жінки з культурою споживання, в той час як чоловік асоціюється з виробництвом та творчістю. Таким чином, створюється опозиція творчого, виробничого маскулінного начала і жіночого, пов'язаного зі споживанням. Модлескі критикує саму структуру, що створює та оперує

цим бінарним принципом, згідно з яким привілейованим оголошується маскулінність та мистецтво за рахунок фемінності та масової культури.

5.2. Кіноіндустрія та масова література в оцінці феміністичної парадигми

Класичним поглядом на популярне кіно з позиції феміністичного психоаналізу є нарис *Лори Мулві «Візуальна насолода й оповідне кіно» (1975)*. Ця розвідка досліджує, в який спосіб масовий кінематограф створює та відтворює те, що автор називає чоловічим поглядом. Мулві описує свій підхід як «політичний психоаналіз». Теорія психоаналізу використана як політична зброя, мета застосування якої продемонструвати, як підсвідоме патріархального суспільства структурує форму фільмів.

Про образ жінки в такій системі можна завжди сказати дві речі, зазначає дослідниця:

- 1) жінка є об'єктом чоловічого бажання;
- 2) жінка є означальним загрози вбити в людині всю сексуальність.

Мулві, за її словами, вимагає знищення задоволення як радикальної зброї. Авторка розрізняє два види задоволення, що підлягають знищенню:

- 1) По-перше, це скопофілія, тобто задоволення від спостереження. Синонімом до слова «скопофілія» постає «вуайеризм» - використання (з допомогою зору) іншої людини як об'єкта сексуальної стимуляції. Подібний вид задоволення це завжди щось більше, ніж утіха від підглядання: скопофілія включає в себе сприйняття інших людей як об'єктів, піддавання їх контролюючому погляду. Хоча популярне кіно, без сумніву, припускає, що його мають дивитися, «вуайеристську фантазію» аудиторії підстьобує контраст між темрявою залу та грою світла на екрані.

2) По-друге, масове кіно також сприяє досягненню іншого виду задоволення - розвиває в людині нарцисичний аспект. Так як дитина намагається впізнати себе у дзеркалі, так само глядач намагається впізнати себе на екрані, прагнучи отримати насолоду від ототожнення себе з кіногероями.

Отже, Л.Мулві вважає, що масове кіно породжує дві протилежні форми візуального задоволення. Перша розвиває скопофілію, а друга - нарцисизм. Суперечність виникає тому, що в межах кінофільму перша припускає відокремлення еротичного «я» суб'єкта від об'єкта на екрані (активна скопофілія), а друга вимагає ототожнення «я» з об'єктом на екрані через схвалення та визнання його подібності. Насамкінець Мулві висловлює думку, що для звільнення жінки від експлуатації та утиску, пов'язаних зі статусом пасивної сировини для активного чоловічого погляду, слід знищити втіху від популярного кіно.

Дослідженню ролі кінематографа в культурі присвячена також робота *Джекі Стейсі «Пильнуємо зірок: Голлівуд і жінки-глядачки»*. Стейсі проаналізувала реакції групи білих англійок, здебільшого з робітничого класу та віком понад 60 років, котрі часто відвідували кінотеатри в 40-х та 50-х рр. ХХ ст. На основі заповнених ними анкет та отриманих матеріалів авторка відокремлює три очевидні причини популярності кіноіндустрії:

1. втеча від дійсності;
2. ототожнення
3. стимулювання споживацького інтересу.

Робота *Розалінди Ковард «Жіноче бажання» (1984)* з'ясовує, яке задоволення отримує жінка від маскультури. Ця студія торкається моди, жіночих романів, поп-музики, гороскопів, мильних опер, їжі та її приготування, жіночих журналів та інших текстів і практик, котрі, на думку дослідниці, зтягають жінку в нескінченний цикл задоволення й відчуття провини.

Ковард гадає, що романтична белетристика покликана задовольняти певні потреби і являє собою доказ поширеності та великої сили мрії, сприяючи її розповсюдженню своїм існуванням. Фантазії, обіграні в жіночих романах є навіть не підлітковими, а дитячими, майже несвідомими, стверджує авторка. Ці фантазії у двох ключових аспектах є регресивними, оскільки, з одного боку, описують владу чоловіка дуже схвально й тим самим нагадують стосунки між малою дитиною і батьком, а з другого боку, вони регресивні через ставлення жіночих романів до жіночого сексуального бажання як до чогось пасивного та необтяженого відчуттям провини, і відповідальність за таке бажання буцімто завжди несе чоловік. Інакше кажучи, сексуальне бажання — це щось властиве чоловікам, річ, на яку жінки лише реагують.

Підсумовуючи, Ковард зазначає, що романтична белетристика популярна тому, що вона відновлює дитячий світ сексуальних стосунків та припиняє критику щодо неадекватності чоловіків, придушення сім'ї та шкоди, заподіяної патріархатом.

Отже, фемінізм безпосередньо пов'язує популярну культуру з соціальним контекстом епохи та робить акцент на патріархальній ідеології як фундаменті масової культури, в якій образ жінки експлуатується з метою досягнення комерційного успіху продукції маскульту.

Рекомендована література до лекції:

1. Кісь О. Бунтівна наука. Феміністська парадигма в культурній та соціальній антропології (західний досвід) // Сучасність. - 2008.- № 10 - С. 43-51.
2. Крістева Ю. Час жінок // Про рівність статей. Збірник / Пер. з фр. під заг. ред. О. Хоми. - К.: ППС-2002, 2007. - С. 25-46.

3. Лауретис Тереза де. В зазеркалье: женщина, кино и язык // Введение в гендерные исследования. - Ч II: Хрестоматия / Под ред. С.И. Жеребкина. - Харьков: ХЦГИ, 2001; СПб.: Алетейя, 2001. - С. 739-758.
4. Пассерини Л. Женщина в массовой культуре: двойственность образа // Гендерные исследования. - 2004. - № 121. - С. 90-100.
5. Сторі Д. Теорія культури та масова культура: Вступний курс / пер. з англ. С. Савченко. - Х.: Акта, 2005. – С.183-234.
6. Tania Modleski Studies in entertainment: critical approaches to mass culture. Bloomington: Indiana University Press, 1986.
7. Tania Modleski Feminism Without Women: Culture and Criticism in a "Postfeminist" Age. New York: Routledge, 1991.
8. Tania Modleski Old wives' tales, and other women's stories. New York: New York University Press, 1998

Лекція 6. Масова культура у дискурсі постмодернізму

Постмодернізм — світоглядно-мистецький напрям, що в останні десятиліття ХХ століття приходить на зміну модернізму. Цей напрям — продукт постіндустріальної епохи, епохи розпаду цілісного погляду на світ, руйнування систем — світоглядно-філософських, економічних, політичних.

Вперше термін «постмодернізм» згадується в роботі німецького філософа *Рудольфа Панвіца «Криза європейської культури» (1914)*, але поширився він лише наприкінці 1960-х рр. спершу для означення стильових тенденцій в архітектурі, спрямованих проти безликої стандартизації, а невдовзі — у літературі, живописі та музиці.

Як філософська категорія термін «постмодернізм» отримав розповсюдження завдяки філософам Жаку Дерріді, Жоржу Батаю, Мішелю Фуко і особливо книзі французького філософа Жана-Франсуа Ліотара «Стан постмодерну» (1979).

Необхідно зазначити, що постмодернізм, принаймні почасти, виник через відмову покоління 60-х рр. визнати категорійні засади високого модернізму. Впевненість в існуванні абсолютної різниці між високою та масовою культурою почали сприймати як застарілу заблуду попередньої генерації. Однією з ознак такого зрушення стало злиття поп-арту та поп-музики.

Цікаве осмислення культури постмодернізму наявне в працях найяскравішого представника постмодерну *Умберто Еко*. Вперше проблематика постмодерністського мистецтва була порушена ним у виступі на XII Міжнародному філософському конгресі в 1958 р., хоч сам термін «постмодернізм» він тоді не використовував. Потім проблематика постмодернізму була викладена в книзі «*Відкритий твір*» (1962).

У праці «*Інновація й повторення. Між естетикою модерну й постмодерну*» (1994) У.Еко демонструє залежність постмодерністського мистецтва від масової культури, зокрема від кітчю, показуючи, що, з одного боку, постмодернізм увібрав у себе деякі прийоми масової культури, з іншого - відкинув її для того, щоб зняти дистанцію між масовою й елітарною культурами, характерну для модерністської естетики й модерністських теорій мистецтва. Тут же Еко вказує на певні ознаки, що відрізняють традиційне мистецтво від мистецтва сучасного: для традиційного суспільства характерні нормативність, чітка регламентація у всіх сферах соціального життя. Це провокує створення такої ситуації в мистецтві, у якій глядач, читач відчуває радість від розриву, потрясінь. Для сучасного ж суспільства характерні потрясіння, кризи, розриви, що, відповідно, сприяють виникненню в мистецтві повторень, які створюють ілюзію стабільності.

Отже, сучасну епоху Еко називає епохою повторень, виділяючи в мистецтві певні типи усталених повторень, серед яких *retake* (повторна зйомка), *remake* (переробка), а також серія, сага, інтертекстуальний діалог.

Головним внеском *Жана-Франсуа Ліотара* до дискусії щодо постмодернізму є його розвідка *«Постмодерні умови» (1979 р.)*. У багатьох аспектах саме вона ввела слово «постмодернізм» у загальний обіг.

Для Ліотара постмодерний стан характеризується кризою статусу знання в західних суспільствах. Вона виражена в недовірі до метаоповідей. Ліотар посилається на нібито наявний крах або поширене відкидання всіх єднальних, узагальнювальних структур, котрі прагнуть донести до людини універсалістичні казки (метаоповіді): марксизму, лібералізму, християнства та ін. Постмодернізм знаменує фіаско всіх універсальних метаоповідей з їхніми особливими істинами.

Ліотар зупиняється на статусі й функції наукового дискурсу та знання. Завдання науки полягає в тому, щоб накопичувати наукове знання та сприяти поступовому прогресу людства. У такий спосіб наука бере на себе статус метаоповіді, організує та мобілізує інші розповіді на загальному шляху до визволення людини. Але після Другої світової війни легітимна сила статусу науки як метаоповіді втратила своє значення. Метою науки стала не істина, а продуктивність, що вказує на кризовий стан, в якому знаходиться наукове знання. Знання вже не вважається кінцевою метою, а лише засобом досягнення іншої мети.

Одним з найвпливовіших теоретиків постмодернізму є *Жан Бодріяр*. У роботах *«Суспільство споживання» (1970)*, *«Символічний обмін і смерть» (1976)*, *«Прозорість зла» (1990)* займався дослідженнями культурних законів сучасної постіндустріальної цивілізації.

Бодріяр зазначає, що суспільство досягло у своєму соціальному й економічному розвитку стадії, на якій не можна відокремити виробничу сферу від царин ідеології або культури, адже культурні продукти, образи, уявлення, та почуття стали частиною економічного світу. Частково це пояснюється тими обставинами, що на Заході відбулося історичне зрушення від суспільства, базованого на виробництві речей, до суспільства, ґрунтованого на виробництві інформації. Цей перехід також можна описати як перехід від металургійного до семантичного суспільства. Отже, постмодернізм є не просто культурою знака, а культурою видимості.

Видимість — це ідентична копія неіснуючого оригіналу. Наразі зникла сама різниця між оригіналом та його копією. Бодріяр називає цей процес «імітацією». Імітацію можна визначити як породження моделей дійсного без наявних джерел у дійсності, або як «гіперреальність». Гіперреалізм, на думку Бодріяра, являє собою характерну рису постмодернізму. У царині гіперреального відмінність між імітацією та справжнім зникає, справжнє та удаване безперервно зливаються в одне ціле. Як наслідок, реальність та імітацію сприймають однаково, а імітацію часто сприймають як річ, реальнішу за реальну та кращу за неї.

Як свій приклад гіперреалізму Бодріяр пропонує Діснейленд як досконалу модель складної системи імітування. Успіх Діснейлендів викликаний не їхньою здатністю надати споживачам можливість утекти від реальності до світу фантазії, а тим, що вони надають відвідувачам змогу відчувати квінтесенцію «справжньої» Америки. Існування Діснейленду потрібне, щоб приховати те, що насправді Діснейленд — це реальна країна, уособлення Америки; так само як тюрми існують, щоб приховувати те, що тюрмою є все суспільство в його повсякденності.

У книзі *«У тіні мовчазної більшості, або кінець соціального» (1982)* Бодріяр розглядає проблему масовізації суспільства і наділяє масу базовими характеристиками постмодерністської картини світу:

хаотичністю, безструктурністю, «ніщойністю». Маса не володіє ні атрибутом, ні предикатом, ні якістю, ні референцією. Це мовчазна більшість, котра буквально поглинає соціальне. Маса не може бути керованою ніякою політичною владою. Вона не є об'єктом управління (оскільки чинить опір будь-якому впливу), не є суб'єктом управління (оскільки не може бути суб'єктом автономної свідомості), ніким і нічим не може бути представлена. Вона існує поза демократичною репрезентацією.

Отже, постмодернізм вбачає в формах масової культури втілення радикальних змін стосовно ролі масмедіа, що сприяють зникненню кордонів між іміджем та реальністю, між реальним та вдаваним, між високим та низьким мистецтвом.

Рекомендована література до лекції:

1. Бодрийяр Ж. В тени молчаливого большинства, или конец социального. – Екатеринбург: Изд-во Уральского ун-та, 2000. – С.6-20, 25-56, 72-90.
2. Бодрийяр Ж. Симулякри і симуляція. - Київ: Видавництво Соломії Павличко «Основи», 2004. - С.5-64, 175-184.
3. Еко Умберто. Роль читача. Дослідження з семіотики текстів : пер. с англ. - Львів : Літопис, 2004 . – С.206-246.
4. Ліотар Жан-Франсуа. Ситуація постмодерну // Філософська і соціологічна думка. – 1995. - №5-6 – С.15-38.
5. Сторі Д. Теорія культури та масова культура: Вступний курс / пер. з англ. С. Савченко. - Х.: Акта, 2005. - С. 237-278.

Лекція 7. Масова культура та масове суспільство в теоретичних концепціях другої половини ХХ століття

Починаючи з 70-х років минулого століття в західній соціологічній та культурологічній літературі з'являється ряд робіт, де проблема масової культури осмислюється позитивному руслі. У роботах *Д.Белла («Постіндустріальне суспільство, що наступає»)*, *Е. Тоффлера («Третя хвиля»)*, *Ж. Фурастьє («Велика надія ХХ століття»)*, *Е. Шилза («Маси і їх культура»)* та інших, обґрунтовується ідея про те, що перехід суспільства з індустріальної на постіндустріальну стадію розвитку веде до усереднення культури. Внаслідок цього цінності, що колись були надбанням лише еліти, стають доступними загалом, а сама масова культура істотно змінюється, набуваючи рис, які колись були притаманні народній і елітарній культурі.

Ідея про позитивний вплив масової культури на процес розвитку особистості і становлення демократичних політичних інститутів міститься в роботах *З.Бжезинського («Між двох епох: роль Америки в технологічно еру»)*. Автор констатує, що людство вступило в новий етап розвитку, який визначається не соціальними революціями, а науково-технічним прогресом, де вирішальна роль переходить до автоматів, комп'ютерів і кібернетичних систем, а вирішальною силою стає наука. У світі залишиться головне протиріччя між розвиненими і нерозвиненими країнами - технократичне, подолавши яке, можна створити єдине світове співтовариство, назавжди позбавлене від конфліктів і антагонізмів.

Робота *Маршалла Маклюена «Механічна наречена: фольклор індустріального людини»* стала однією з перших в області досліджень популярної культури. Дослідник вказує на те, що сучасний фольклор є продуктом інтелектуальної діяльності величезної армії професіоналів: рекламних агентів, письменників, сценаристів, художників, режисерів, дизайнерів, журналістів, вчених і т. п. Всі вони створюють у масовій

свідомості перманентне відчуття недостатності і браку різних матеріальних і нематеріальних об'єктів.

Стан «незадоволеності» в масовій свідомості необхідний для підтримки масового споживання і розвитку капіталістичної економіки. Особливе значення при цьому набуває форма подачі інформації: процес одночасного аудіовізуального враження має таку силу, що глядач просто не може раціонально мислити і критично сприймати цю інформацію.

У широко відомому творі *«Галактика Гутенберга: Становлення людини друкуючої»* автор зазначає, що сучасний етап розвитку суспільства сприяє аудіовізуальному, багатовимірному сприйняттю світу, але на новій електронній основі - через заміщення письмово-друкарських мов спілкування радіотелевізійною і мережевими засобами масових комунікацій.

М. Маклюен розмірковував: у ліберальному суспільстві («глобальному селі») не може існувати одна культура, виникнення різних культур і є свідченням свободи слова, відтак кожен може реалізувати себе у культурному просторі. Відповідно, масова культура, за М. Маклюеном, не загрожує і не знищує високу культуру, а тільки демократизує її, і, відповідно є благом для суспільства.

Рекомендована література до лекції:

1. Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество. Опыт социального прогнозирования / Д. Белл. - М.: Academia - 1999. - 956 с.
2. Мак-Люэн Маршалл. Галактика Гутенберга: Сотворение человека печатной культуры. - К.: Ника-Центр, 2003. - 432 с.
3. Тоффлер О. Третья хвиля / О. Тоффлер; [3 англ. пер. А. Евса]. – К.: вид. дім «Всесвіт», 2000. – 480 с.
4. Brzezinski Z. Between Two Ages: America's Role in the Technetronic Era / Z. Brzezinski. - N. Y., 1970. - 296 p.
5. Mac Donald D. A Theory of Mass Culture / Mac Donald D. // Mass Media and Mass Man. – N.Y., 1968. – P. 12-24.
6. Shils E. Mass And its Culture / Shils E. // Mass Culture Revisited. – N.Y., 1971. – P. 61-84.

Рекомендована література:

1. Аблеев С.Р., Кузьмінська С.І. Специфіка і тенденції масової світової культури. Аналіз основних аспектів. [Електронний Ресурс]. - Режим доступу: http://ethics.roerich.com/doc/kultura/Ablev_KCBMasKult.htm
2. Барт Р. Мифологии. Mythologies . - М.: Изд-во им. Сабашниковых, 2000. - 320с.
3. Безугла Р.І. Масова та популярна культура: до проблеми співвідношення понять // Культура і Сучасність. - 2011. - № 1. - С. 87-90.
4. Белл Д. Культурні суперечності капіталізму // Сучасна зарубіжна соціальна філософія: Хрестоматія. - Київ: «Либідь», 1996. - С.251-274.
5. Белл Д. Прихід постіндустріального суспільства // Сучасна зарубіжна соціальна філософія: Хрестоматія. - Київ: «Либідь», 1996. - С.194-250.
6. Беньямін Вальтер. Вибране / Пер. з нім.Ю.Рибачук, Н.Лозинська. - Львів: Літопис, 2002. – 214с.
7. Бовуар С. де. Друга стать: У 2 т. / [пер. с франц. Н. Воробйової, П. Воробйова]. - К.: Основи, 1994. – 390с.
8. Бодрийяр Ж. В тени молчаливого большинства, или конец социального. – Екатеринбург: Изд-во Уральского ун-та, 2000. – 96с.
9. Бодрийяр Жан. Китч // Бодрийяр Жан. Общество потребления. Его мифы и структуры. – М.: Культурная революция; Республика, 2006. – С. 144-146.
- 10.Бодрийяр Ж. Симулякри і симуляція. - Київ: Видавництво Соломії Павличко «Основи», 2004. – 230с.
- 11.Гринберг Клемент. Авангард и китч [Електронний Ресурс]. - Режим доступу: <http://azbuka.gif.ru/important/avangard-i-kitch/>
- 12.Гундорова Т. Китч і Література. Травестії . - К.: Факт, 2008. - 284с.
- 13.Гундорова Т.І. Слідами Адорно: масова культура і кіч // Критика. - 2005. - Ч.1-2 (87- 88). – С. 32–37.
- 14.Домбровська М. Дефініції «масової літератури» // Слово і час. – 2005. - №11. – С.54-65.
- 15.Еко Умберто. Роль читача. Дослідження з семіотики текстів : пер. с англ. - Львів : Літопис, 2004 . - 383 с.
- 16.Ильин А.Н. Массовая культура и субкультура: общее и особенное // Социологические исследования. – 2010. - №2. - С. 69-75.
- 17.Ильин А.Н. Субъект в массовой культуре современного общества потребления (на материале китч-культуры). Монография. - Омск: Амфора, 2010. - 376 с.
- 18.Киященко Н. И. Массовая культура и массовое искусство как глобальная проблема XXI века // Философия и общество. – 2003. - № 4. – С. 47-72.

19. Кісь О. Бунтівна наука. Феміністська парадигма в культурній та соціальній антропології (західний досвід) // Сучасність. - 2008.- № 10 - С. 43-51.
20. Крістева Ю. Час жінок // Про рівність статей. Збірник / Пер. з фр. під заг. ред. О. Хоми. - К.: ППС-2002, 2007. - С. 25-46.
21. Лебедєв В. О. Анатомія масової культури: монографія. - Х.: Форт, 2010. - 164 с.
22. Ліотар Жан-Франсуа. Ситуація постмодерну // Філософська і соціологічна думка. – 1995. - №5-6 – С.15-38.
23. Лютий Т.В., Ярош О.А. Культура масова і популярна: теорії та практики. - Київ: Агентство “Україна”, 2007. - 124 с.
24. Макдональд Э., Макдональд Д. Пересечения. Транскультурный опыт в современной американской массовой культуре // Разлогов К. Дар или проклятие? Мозаика массовой культуры. - М., 1994. - [Електронний Ресурс].
Режим доступу:
<http://www.pseudology.org/information/DarProklyatie/3.htm>
25. Мак-Люэн Маршалл. Галактика Гутенберга: Сотворение человека печатной культуры. - К.: Ника-Центр, 2003. - 432 с.
26. Маркузе Г. Одновимірна людина. Дослідження ідеології розвинутого індустріального суспільства // Сучасна зарубіжна соціальна філософія: Хрестоматія. - Київ: «Либідь», 1996. - С. 87-134.
27. Массовая культура: Учебное пособие / К.З. Акопян, А.В. Захаров, С.Я. Кагарлицкая и др. - М.: Альфа-М; ИНФРА-М, 2004. - 304с.
28. Матвеева Л. Л. Культурологія: Курс лекцій: Навч. посібник. - К.: Либідь, 2005. - 512с.
29. Міщенко М.Д. Массовая культура в контексте постмодернизма // Вісник ХДУ. Філософія і культура. - Харків, 1997-98.- № 397. - С.85-90.
30. Муха О. Кітч: смислові трансформації поняття у ХХ-ХХІ ст. // Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія «Філософія». – 2013. - Вип.12. – С. 250-261.
31. Ортега-і-Гасет. Вибрані твори. - К.: Основи, 1994. - 424 с.
32. Пассерини Л. Жінщина в масовій культурі: двойственность образа // Гендерные исследования. - 2004. - № 121. - С. 90-100.
33. Підлісний М.М. Феномен масової культури // Філософія. Культура. Життя: Міжвузівський збірник наукових праць. - 2010. - № 34. - С. 70-80.
34. Сторі Д. Теорія культури та масова культура: Вступний курс / пер. з англ. С. Савченко. - Х.: Акта, 2005. - 360 с.
35. Суковата В. Феміністська теологія в системі гуманітарного знання // Філософська думка. - 2000. - № 6. - С. 85-102.
36. Тоффлер О. Третя хвиля // Сучасна зарубіжна соціальна філософія: Хрестоматія. - Київ: «Либідь», 1996. - С.275-334.
37. Фидлер Л. Пересекайте границі, засыпайте рвы // Современная западная культурология: самоубийство дискурса. – М., 1993. – С. 462-518.
38. Хаксли Олдос Искусство и банальность [Електронний Ресурс]. - Режим

доступу: <http://physioleptics.ru/old-hgs.html>.

- 39.Хевеши М. А. Массовое общество в XX веке // Социологические исследования. – 2001. – № 7. – С. 3-12.
- 40.Хоркхаймер М., Адорно Т.В. Диалектика просвещения. Философские фрагменты.- М.- Спб.: Медиум, Ювента, 1997.- 312с.
- 41.Шاپинская Е. Н. Массовая культура в теоретических исследованиях // Массовая культура и массовое искусство. «За» и «против». - М.: Изд-во «Гуманитарий» Академии гуманитарных исследований, 2003. - С.74–75.
42. Mac Donald D. A Theory of Mass Culture / Mac Donald D. // Mass Media and Mass Man. – N.Y., 1968. – P. 12-24.
43. Shils E. Mass And its Culture / Shils E. // Mass Culture Revisited. – N.Y., 1971. – P. 61-84.