

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ імені І. І. МЕЧНИКОВА
ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛІСТИКИ, РЕКЛАМИ ТА ВИДАВНИЧОЇ СПРАВИ
КАФЕДРА ПЕРІОДИЧНОЇ ПРЕСИ ТА МЕДІАРЕДАГУВАННЯ

МАСОВА КУЛЬТУРА ЯК ФЕНОМЕН СУЧАСНОСТІ

методичні вказівки та завдання для здобувачів першого (бакалаврського) рівня
вищої освіти спеціальності С7 Журналістика

Одеса
Видавець С. Л. Назарчук
2025

УДК 316.454.3:008(072)

М319

Укладач: *Мусій В. Б.*, доктор філологічних наук, професор, в.о. завідувача кафедри періодичної преси та медіаредагування Одеського національного університету імені І. І. Мечникова

Рецензенти:

ІВАНОВА Олена Андріївна, доктор наук із соціальних комунікацій, професор, декан факультету журналістики, реклами та видавничої справи Одеського національного університету імені І. І. Мечникова

ТОМБУЛАТОВА Іраїда Ігорівна, кандидат філологічних наук, доцент, доцент кафедри української літератури та компаративістики Одеського національного університету імені І. І. Мечникова

*Рекомендовано до друку
вченою радою факультету журналістики, реклами та видавничої
справи Одеського національного університету
імені І. І. Мечникова
Протокол № 6 від 30.04.2025 року*

М319

Масова культура як феномен сучасності : метод. вказівки та завдання для здобувачів першого (бакалавр.) рівня вищ. освіти спец. С7 Журналістика / уклад. В. Б. Мусій. Одеса : Видавець С. Л. Назарчук, 2025. 76 с.

Мета видання – ознайомлення слухачів з ключовими положеннями вибіркової дисципліни (ВК 12) «Масова культура як феномен сучасності», допомога в засвоєнні лекційного матеріалу, підготовці до практичних занять та виконанні самостійної роботи з кожної з тем курсу. Пропонуються визначення найважливіших теоретичних понять, якими слухач має вміти оперувати після засвоєння матеріалу кожної теми навчальної дисципліни, завдання для роботи в аудиторії та для самостійної роботи.

Цільова аудиторія – здобувачі першого (бакалавр.) рівня вищої освіти спеціальності С7 Журналістика.

УДК 316.454.3:008(072)

© Одеський національний університет
імені І. І. Мечникова

© В. Б. Мусій, укладання, 2025

ЗМІСТ

Вступ: Мета та завдання навчальної дисципліни.....	4
Зміст навчальної дисципліни.....	6
Методичні рекомендації до окремих тем курсу.....	10
Теми та плани практичних занять.....	57
Питання для підсумкового контролю.....	71
Рекомендована література.....	73

Вступ: Мета та завдання навчальної дисципліни

Курс «Масова культура як феномен сучасності» орієнтований у першу чергу на здобувачів освіти у галузі журналістики. Враховуючи, що, з одного боку, зупинити рух економіки, розвитку технологій (і головним чином – цифрових) – у сучасному світі і безглуздо і неприпустимо, але, з іншого боку, ті ж самі процеси, без яких ми вже не можемо уявити собі своє буття неминуче ведуть до технологізації культури, зводять до мінімуму, або і взагалі знищують статус естетичного рівню, слід шукати шляхи протидії процесам стандартизації. І тут роль журналістів не можна переоцінити. Саме вони здатні регулювати характер надання інформації про суспільні, політичні, мистецькі явища, впливати на формування смаків своїх реципієнтів на кожному, навіть повсякденному рівні їхнього життя. Але для цього вони мають бути не тільки здатними, але й здібними, освіченими, вміти орієнтуватися в розумінні того, що таке елітарна, тоталітарна, масова культура, чим кітч відрізняється від продукції мід-культури тощо для того, щоб допомогти своїм читачам (на сьогодні – факультетських газет, на завтра – ЗМІ міського, обласного, всеєвропейського видання) усвідомити, проявом чого є той чи інший вчинок – підкорення масовій психології, або акту самопрезентації; уявити різницю між промовою політика, витвором мистецтва, стилем одягу тощо, які є набором штампів, з одного боку, і проявів творчості у тих же самих промовах, інтерв'ю, витворах мистецтва, з іншого. **Які важливі аспекти журналістської роботи опановують студенти під час вивчення предмету? З точки зору формування громадсько-політичної позиції журналіста:** враховуючи спільне між культурою тоталітарною і культурою масовою – того, що нівелює індивідуальність, студенти навчаються виявляти прояви подібного нівелювання і демонструвати неприпустимість подібних явищ. **З боку урозуміння журналістом соціальних процесів і оволодіння механізмами впливу на них:** студенти отримують уявлення по шляхи формування смаків у всьому, що пов'язане з тілесністю (моделювання тіла, одяг, їжа тощо)з побутом (організація власного простору і дозвілля), із оцінкою витворів мистецтва, виступів політиків, представників влади, діячів

культури тощо. **З боку психологічного впливу журналіста на споживачів медіа-продукції:** отримання інформації про механізми маніпулювання масовою свідомістю з метою орієнтації читачів (слухачів, глядачів) на стратегії самоусвідомлення і самопрезентації. І найважливіше - це орієнтація студентів на постійний власний творчий розвиток, неприпустимість спирання на кліше у журналістській роботі і підкорення комерційним стимулам як керівним.

Серед завдань курсу, безпосередньо орієнтованих на майбутніх журналістів - формування вміння аналізувати медіатексти (естрада, кіномистецтво, журнали тощо) з точки зору їхньої художності або клішованості, сприяння їхній медіаграмотності, у тому числі і формування вміння розпізнавати стратегії «узагальнення» людини.

Мета навчальної дисципліни – формування у здобувачів вищої освіти уявлення про сутність понять «масова свідомість», «масова культура», «масова література», або «популярна література», орієнтована на «масове споживання» (*littérature populaire, de masse, mineure, souslittérature, marginale*) як значний феномен суспільного процесу сьогодення, який традиційно протиставляється поняттю «висока культура», «елітарна література»; вміння аналізувати тематику та поетичний обрій масової літератури; розуміння нетотожності понять «масова свідомість» та «свідомість культурної людини».

Завдання – формування базової компетенції, що передбачає засвоєння таких понять, як основні тенденції розвитку і своєрідність культурного процесу, з одного боку, та сприйняття творів реципієнтом; розуміння відношень між культурою (у першу чергу – мистецтвом) та дійсністю, генезису і функцій культури, змісту і форми витворів мистецтва, критеріїв художності.

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен *знати:*

- у чому полягає сутність понять «культура», «популярна культура». «масова культура», «масова свідомість», «художність», «масовість» та «елітарність»;

- характер зв'язків між словесністю та дійсністю, з одного боку, та словесністю та її реципієнтом, з іншого боку, на різних етапах розвитку культури;
- загальні закономірності розвитку сучасної словесності, її жанровий склад, проблематику, напрями та течії

вміти:

- опрацьовувати та аналізувати вказані у списку джерела та додаткові з фахової літератури та електронних баз, критично аналізувати й інтерпретувати її, впорядковувати, класифікувати й систематизувати;
- аналізувати запропоновані для перегляду твори кіномистецтва, архітектури, живопису та для читання художні тексти;
- розкривати закономірності процесу розвитку культури в національному вирішенні проблем буття;
- виявляти та розуміти вторинність мови, яку використовує масова культура (клішування прийомів).

Зміст навчальної дисципліни

Змістовий модуль 1. Тракткування феномену масовості у соціології, психології, культурології

Тема 1. Феномен масового як прояву психічної діяльності у групах та колективах: основні аспекти проблеми. Актуальність для сучасної гуманітаристики вивчення сутності масової свідомості як різновиду суспільної свідомості, процесу комунікативної взаємодії індивідуальних свідомостей, який спирається на ціннісну, нормативну структуру цієї комунікації, певну категоріальну мережу соціального мислення мас. Шляхи розрізнення масової та індивідуальної свідомості, вирішення питання про функціональну значимість

психології мас та масової поведінки, характеристику механізмів функціонування масової свідомості (ідеалізація, витіснення, перенесення).

Етапи перетворення натовпу у масу зі спільними емоціями: виникнення та передача споріднених емоцій; підкріплення та збудження емоцій, які кружляють по колу серед суспільства; концентрація уваги спільноти на об'єкт, який надає їй спільної орієнтації; активізація дій членів угруповання завдяки лідеру, який навіює людям певні переконання, емоційно стимулює їх, що, у свою чергу, веде к переважанню у натовпі стану сильного напруження, яке переходить у дії. Фактори, що впливають на приєднання індивіду до маси. Види прояву масової свідомості: випадковий (формується несподівано), експресивний (на масових заходах), конвенційний (на підґрунті спільних інтересів спілки або колективу), діючий (агресивний, панічний, здирницький, бунтівний). Засоби керування масовою свідомістю: пропаганда, маніпулювання. Засоби протидії маніпулюванню свідомістю.

Тема 2. Масова культура та її специфічні ознаки. Вплив досягнень у галузі психології, соціології, лінгвістики на розуміння сутності і характерних ознак масової літератури. Масова і популярна культура; «висока» і «низька» культура. Головні ознаки масової літератури, які провокують збереження інтересу до неї читачів: наявність шляхетного героя, заплутаність сюжету, наявність любовної інтриги, перенесення дії в екзотичні країни, потрапляння героїв у край небезпечні ситуації та щасливий фінал (перемога героїв). Кітч як прояв масової культури. Принцип серійності, що забезпечує збереження зацікавлення читачів. Жанрові різновиди масової літератури: «жіночий» («рожевий») роман з домінуванням мелодраматизму та стереотипними персонажами; авантюрний роман, детективний роман, готичний роман, трилер, нуар. Поєднання цікавості з дидактикою, жанрова гібридність, використання «низової» мови поряд з вишуканістю, звернення до екзистенціальних проблем у простій (посильній) для будь якого читача формі як ознаки творів масової літератури.

Тема 3. Генезис масового читання, поступове формування його базового сюжетного фонду. Доба бароко як час формування витоків масової літератури.

Збереження протягом усього XVIII століття ставлення до роману як до розважального жанру. Популярність жару крутійського роману про пригоди авантюриста пікаро, однолінійність та авантюрний характер сюжету роману про «лицаря випадку». Ален Рене Лесаж та його найпопулярніший і зразковий крутійський роман «Історія Жіля Блаза із Сантільяни». Преромантичний готичний роман, його популярність серед читачів; збереження парадигми готичного роману в сучасній європейській літературі; витoki французької «готики» у фольклорному казковому жанрі (Синя Борода), а також «кривавих» романічних новел. «Закоханий диявол» Жака Казота: ознаки авантюрного та готичного жанрів. Лібертинаж як прояв політичного, релігійного вільнодумства у Франції, декларування свободи влад у творах маркіза де Сада. Розвиток масової літератури у XIX ст.: романи Поля де Кока, Ежена Сю («Агасфер», «Паризькі таємниці»), підґрунтя їхньої популярності серед читачів. Гастон Леру та його романи (цикл про Рультабія – «Таємниця жовтої кімнати», «Парфуми дами у чорному» та інші, а також найпопулярніший до сьогодні роман «Привід Опері»).

Тема 4. Жанровий склад сучасної масової літератури. *Детективний або кримінальний роман.* Романи «таємниць» «імпресіоніста у галузі детектива» Мішеля Бюссі: поєднання рис психологічної, любовної та детективної прози; наратологічні стратегії в романі «Під небезпечним сонцем», використання «ненадійного» оповідача; поєднання рис історичного та детективного романів в «Божевіллі Мазаріні» та історичного, біографічного, детективного планів в оповіданні «Чи пам'ятаєш ти Анаїт». Детективна складова романів Пітера Акройда («Журнал Віктора Франкенштейна») Поєднання елементів готичної літератури, поліцейського детективу та *хоррору* в романі Фред Варгас «Заповідне місце». *Антиутопія* як жанр сучасної масової прози. Продовження та розвиток традицій Дж. Оруела Мішелем Вельбеком, роман «Елементарні частинки» як постмодерний твір, обумовленість проблематики роману тенденціями в сучасному суспільстві. Риси масової літератури в романі Крістіни Далчер «Голос». Популярність *біографічного та автобіографічного* жанрів серед

сучасних читачів, розквіт літератури non-fiction, поява нових жанрів – роман-есе, роман-щоденник. Літературна діяльність Фредерика Бегбедера, проблематика «Французького роману» та перегук із вступом до роману А. Мюссе «Сповідь сина століття». Популярність *романів про кохання* в сучасній французькій літературі, його мелодраматична складова. Роман Анни Гавальди «Я її любив. Я його любила», поєднання зовнішньої простоти з психологічною глибиною розкриття таємниць душі; кінематографічна доля роману.

Тема 5. Обговорення питань масового сприйняття літератури на сторінках художніх творів. Сутність «художньої критики», яку пропонує П'єр Байяр, поєднання художнього та наукового планів у його книгах, теза про наявність особливого простору, у якому читач вступає в стосунки з героями книг («Справа собака Баскервілей»). Засвоєння ідей засновників руху «нового роману» про характер сприйняття масою художнього твору сучасними письменниками і постановка проблеми сосунків «твір – читач» сучасними авторами. Питання доцільності вимислу в літературному творі в романі Дельфін де Віган «На реальних подіях», полеміка з Роланом Бартом та відповідь на питання «на що очікує читач» та «у чому полягає призначення літератури», гра з такою особливістю масової літератури як оперування штампами в романі Віган.

Змістовний модуль 2. Феномен масовості і ЗМІ

Тема 6. Форми впливу ЗМІ на масову свідомість. Пропаганда як особливий вид соціальної діяльності з метою формування певних поглядів, емоційних станів і подальшого впливу на поведінку людини (людей). Типологія пропаганди : біла, сіра, чорна. Маніпуляція як система засобів ідеологічного і соціально-психологічного впливу з метою зміни масою власних думок, поведінки; психологічний тиск з метою керування поведінкою людей, який має прихований характер і заснований на абсолютній довірі людей. Віддзеркалення маніпулятивних технологій в літературі. Засоби протидії маніпулятивним технологіям СМІ.

Тема 7. Вплив соціальних мереж на масову культуру та масової культури на платформи соціальних мереж. Роль теорій вибіркового сприйняття (люди

обирають ті повідомлення і медіа, які відповідають їхнім переконанням) та соціального впливу (люди з більшою імовірністю орієнтуються на думки та вчинки тих людей, якими вони захоплюються) на вирішення питання про взаємопов'язаність соціальних мереж та масової культури. Жанри масової літератури в сучасних літературних журналах, можливості журналу як літературної форми в інтерпретації того чи іншого тексту. Комікс як жанр масової літератури, органічність коміксу для періодики. Негативні прояви розповсюдження явищ масової культури: розповсюдження авторитетів та ідеалів масовокультурних творів, утвердження їхньої цінності не стільки через саму цінність, скільки через їхню рейтинговість і масовість; знецінення через взаємопроникливість і спрощення власне журналістських аналітичних і публіцистичних жанрів; знецінення і нівелювання досягнень національної культури, що не мають настільки великих бюджетів, як закордонні твори; популяризація гедонізму як основи існування людини; формування типу людини із «клаптиковим» уявленням про світ. Шляхи реалізації журналістами мети брати участь у створенні культури нового зразка, яка базувалася б на національних цінностях.

МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ ДО ОКРЕМИХ ТЕМ КУРСУ

Змістовий модуль 1.

Трактування феномену масовості у соціології, психології, культурології

Тема 1.

Феномен масового як прояву психічної діяльності у групах та колективах: основні аспекти проблеми

Дослідники соціальних процесів виокремлюють декілька **моделей суспільних ролей**. Згідно одній з них, у суспільстві мають бути жрець (визначає напрям буття мас), еліта (розробляє тактики здійснення того напрямку, який задано жерцем), натовп (всі ті, хто не має відношення до управління). Різниця між цими

моделями базується на ступені інформованості людини в методології життя та у тому, що відбувається. Ще одна модель передбачає поділ соціуму на ієрархів, проводирів, виконавців придушення, пасіонаріїв (заповзятливі, активні і ризикові люди, які долають страх смерті, прагнуть виконати надмірні цілі – це люди надлишкового типу енергетики), виробників (усі хто безініціативні, спираються на стереотипи). Як бачимо, будь-яка модель передбачає наявність маси. Вивчення такого феномену як «масовість» (масова свідомість, масова психологія, масова культура; людина маси і людина в масі) сприяє вдосконаленню механізмів впливу на різноманітні спільноти людей, розкриттю закономірностей розповсюдження загальноновизнаних ідеалів, суджень, модних тенденцій, упереджень, чуток, надає можливість виявити та зрозуміти проблеми класів, націй, психології релігії тощо.

Під словом «**маса**» розуміється велика кількість людей, які певний час перебувають у безпосередньому контакті.

Різновиди маси:

- *зібрана публіка* (глядачі в театрі, учасники мітингів);
- *незібрана публіка* (маса прихильників одного з сучасних кумирів, напряду в мистецтві);
- *натовп* (тимчасове об'єднання великої кількості людей, які мають безпосередній контакт між собою та майже ідентично реагують на певні стимули)

Надамо порівняльну характеристику змісту понять «маса» і «натовп» у вигляді таблиці:

маса	натовп
значна кількість чогось або когось (людей, зерна, справ, ідей)	значна кількість людей

люди, з яких складається маса, можуть вступати, а можуть и не вступати в безпосередній контакт	контакт тих, з кого складається натовп, обов'язковий (фізичний, аудіовізуальний, емоційний)
може діяти на основі збігу інтересів	натовп не має конкретної структури (натовп у крамниці) Між членами натовпу немає спільних звичок (кожен – окрема одиниця, абсолютно стороння від інших)

Види натовпу:

- **оказіональний:** його утворення є випадковим і відбувається як результат «емоційного кружіння» - а саме: свідки якоїсь події «по колу» повторюють ту ж саму розповідь про цю подію, додаючи до неї власні емоції і погляди і формують таким чином натовп;
- **експресивний:** він складається під час карнавалу, демонстрації, мітингу, коли значна кількість людей відкрито виражає свої емоції;
- **конвенційний (тобто пов'язаний з дотриманням конвенцій – правил):** такий натовп складається з людей, що поєднані спільними інтересами, зібралися з певного приводу та дотримуються ряду правил. Але слід мати на увазі, що натовп підпорядкований цим правилам лише до конкретного моменту, тимчасово;
- **діючий;** такий натовп у свою чергу може бути агресивним (маса, якої притаманна жага руйнувати, вбивати), панічним (об'єднання людей, які намагаються уникнути небезпеки – реальної або вигаданої), здирницьким (ті, з кого складається такий натовп, прагнуть до надбання певних цінностей і тому одночасно стають конкурентами), бунтівним (він складається з тих, хто характеризується класовою однорідністю та єдністю переконань).

Об'єднує масу **масова свідомість**.

- Масова свідомість - широка сукупність ідей, уявлень, ілюзій, почуттів, настроїв, що відбиває все без винятку боки життя суспільства, принципово доступні масам і здатні викликати їх інтерес.
- Масова свідомість надіндивідуальна і надгрупова за змістом, але індивідуальна за формою функціонування свідомість.
- Для зародження масової свідомості абсолютно не обов'язкова спільна діяльність членів спільноти – маси.

Ознаки масової свідомості являють собою діалектичну єдність протилежностей:

- емоційність – розсудливість;
- фрагментарність – цілісність;
- універсальність – односторонність;
- моральність – цинічність;
- розсудливість – міфотворчість.

Відповісти однозначно на питання «масова свідомість – це добре або погано» неможливо. З одного боку масова свідомість допомагає людині звільнитися від негативних емоцій, з якими важко, а часом і неможливо впоратися самотійно. А з іншого (негативна складова) людина, яка потрапляє у простір масової свідомості, втрачає свою індивідуальність (індивідуальну неповторність) і перевертається на маріонетку, яка є тотожною тим, хто поряд і не здібною керувати своєю поведінкою.

Як правило, маса підкоряється лідеру.

Лідерство – один з проявів влади, здатність індивіда впливати на людей , спрямовувати їхні зусилля на досягнення певних цілей. Лідер повинен враховувати, що натовп має схильність до крайнощів, що його збуджують лише сильні подразники, в той же час почуття маси завжди дуже прості та надмірні; натовп реагує не на логіку подій, а на їх емоційний образ. Відповідно усьому цьому людині, яка бажає вплинути на масу, не потрібна перевірка логічності та послідовності своєї аргументації. Навпаки, їй потрібно постійно перебільшувати та повторювати те ж саме. Головним для взаємодії з натовпом є не промова

лідера, а ритмічні стимули – жести, вигуки, що її супроводжують. Від вожака натовп вимагає сили, навіть насилля; доброта, навпаки, сприймається як прояв слабкості. Вождь повинен мати сильну волю та бути фанатично відданим ідеї, яку намагається довести до маси, саме це дає йому можливість впливати на масу. Він, на думку З.Фрейда, виступає у ролі батька і тим самим забезпечує єдність натовпу. Натовп, у свою чергу, ідентифікує себе з лідером і потрапляє у цілковиту залежність від нього. Лідер з твердими переконаннями та вузьким розумом може перетворити аморфну масу у руйнівну матеріальну силу.

Типи лідерів:

- **апостоли певних вірувань** (як релігійних, так і політичних); їхні ознаки: елементарна логіка, примітивний розум, цілковите несприйняття всіляких пояснень та законів, потреба у руйнуванні;
- **фанатики однієї ідеї**; вони можуть бути достатньо розумними у звичайних для них умовах, проте втрачають здатність мислити та аналізувати, в них прокидається особлива несамовитість і навіть манія, коли справа зачіпає певні значимі для них питання. Фанатики однієї ідеї найчастіше стають вірними та відданими помічниками апостолів;
- **соціопати**; це природжені вороги суспільства, люди не здатні пристосуватися у оточуючому соціумі. Достатньо мстиві і меркантильні невдахи, особистості з комплексом неповноцінності. Найчастіше це пов'язано з фізичними або розумовими проблемами;
- **тирани або диктатори**; це все ті, хто приходить до влади, використовуючи результати роботи своїх попередників, вміють примусити натовп любити їх та боятися водночас.

Існує декілька **механізмів керування масою**:

- **циркуляція**: з'являється загальна зацікавленість певним предметом, знижується критичність, у більшості людей формуються однакові емоції, що передаються від одного учасника групи до іншого та рухаються (циркулюють) ніби по колу;

- **кружіння** (спільна емоція, яка рухається ніби по колу, підтримує та посилює сама себе; при цьому почуття загострюється, зростає збудження, поведінка та емоційний стан індивідів визначається вже не раціональною інтерпретацією, а поведінкою та емоціями оточуючих; нові індивіди, що з'являються у групі, мимоволі заражаються цим станом);
- **створення образу** (з'являється новий об'єкт загальної уваги, на якому фокусуються емоційні імпульси, почуття та уява людей; цей образ приймається усіма учасниками, дає їм загальну орієнтацію та виступає у ролі чинника, що згуртовує спільноту в єдине ціле);
- **активізація** (стан напруження групи трансформується у негайні дії, при наявності лідера вона отримує напрям дій від нього, при його відсутності – спільнота стихійно знаходить об'єкт для безпосередніх дій).
- **колективне переживання** – це саме те, що охоплює значну кількість людей, емоції та настрої яких тотожні між собою. Колективні переживання об'єднують людей, лежать в основі масових суспільних рухів та відповідають за виникнення маси.

Тема 2.

Масова культура та її специфічні ознаки

Культура. Визначення змісту поняття.

На сьогодні існує чимало визначень змісту поняття «культура». І в той же час дискусії щодо розуміння, що ж це таке і у чому полягають головні функції культури не стихають. За словами В. Андрущенко сьогодні налічується понад 500 варіантів визначення цього феномена. Дослідник наводить найбільш розбіжні у визначенні. «За *М. Вебером*, - пише він, - культура це сукупність духовних символів, що не підлягають ніяким утилітарним цілям. *Е. Кассіпер* уявляє її як форму розумової діяльності, що спрямована на створення і усвідомлення символічних форм. За *Ж. Марітемом*, основу всього цінного в культурі становить релігія. *К. Леві-Стросс* вважає головним проявом культури мову, систему знаків, комунікацію, що може бути перекладена й зрозуміла.

А. Моль визначає культуру як інтелектуальний аспект штучного середовища, що створюється людиною в процесі її життєдіяльності»¹. Сам В. Андрущенко підкреслює, що в будь-якому разі усі визначають примат духовних начал у культурі над матеріальними, інтерпретують культуру яку духовну діяльність, систему ідей, символів, традицій. Підбиваючи підсумки, він пропонує такі тези: «1) культура – це надбання людини, досягнуті нею в процесі перетворення природи; 2) джерелом культури є праця; 3) людська праця є процесом культуро творення, який здійснюється за законами природи, в інтересах людини і розглядається як її (природи) одухотворення; 4) у процесі практичного одухотворення природи людина формує власне єство як єство культурне, набуває здібностей розпредметнювати власні надбання, користуватись ними на благо людини і суспільства, а не на їх руйнацію; 5) культура є мірою втілення людського в полотно природи і одночасно мірою розвитку людини як особистості».

Культура також розуміється як осередок людської самореалізації в царині науки, мистецтва, політики й усього соціального буття. Культурою можна назвати загальний процес інтелектуального, духовного та естетичного розвитку. Наприклад, коли йдеться про культурний розвиток країни, про митців, що забезпечили інтелектуальний, духовний естетичний рух людства. Крім того, **культура** – конкретний спосіб життя людей, епохи чи групи. В такому разі до духовного, інтелектуального та естетичного розвитку слід додати розвиток писемності, свята, спорт, релігійні святкування.

Спочатку слово «культура» (від лат. cultura – обробка, виховання, освіта) застосовувалося для позначення процесу обробки та догляду за землею, щоб зробити її придатною для задоволення людських потреб. У подальшому терміном «культура» стали позначати певну сукупність соціально придбаних і таких, що транслюються з покоління до покоління значущих символів, ідей, цінностей, звичаїв, вірувань, традицій, і правил поведінки, спираючись на які

¹ Андрущенко В. Поняття культури: філософський дискурс на рубежі століть. URL: <https://enpuir.npu.edu.ua/bitstream/123456789/32262/1/Andrushchenko.pdf>

люди організують свою життєдіяльність. Поняття «культура» використовується для характеристики великої сфери явищ: певних історичних епох (антична культура, культура нового часу), конкретних суспільств, народностей, націй (культура майя), а також специфічних сфер діяльності чи життя (художня культура, культура побуту); у вузькому сенсі – для визначення сфери духовного життя людей. Суб'єктом культури є людина: вона творить, зберігає і поширює створені людством культурні цінності. Творчість можлива лише в культурі, творчість та культура нерозривні. Категорія «культура» означає створену людьми штучну сферу існування та самореалізації, джерело регулювання соціальної взаємодії та поведінки. Наведемо низку характеристик культури, галузей, де використовується це поняття.

Культура адаптивна – нематеріальна культура, що включає соціальні та політичні інститути, а також всю систему цінностей

Культура андеграунду – підпільний, нелегальний рух, а також несхвалений або переслідуваний владою неортодоксальний, неангажований напрям у мистецтві, культурі.

Культура анклав – культура національної сукупності людей, котрі живуть на певній території чи її частини, оточеної з усіх боків територією однієї чи кількох держав. Культура анклав містить єдиний матеріальний комплекс, однак духовна і фізична культура не є властивою виключно даному анклав, вона є спільною з культурою народу, що живе на іншій, відокремленій від даного анклав території.

Культура автентична - культура справжня, невідчужена від своєї історії, що поєднує з сьогоденням своє минуле і майбутнє, що відображається в самосвідомості та максимально розкриває справжню природу національного характеру та психології. Автентичність культури визначається наявністю базових символів та цінностей, які забезпечують внутрішню інтеграцію її суб'єктів

Культура «безмовної більшості» - (термін застосовується в історії культури для позначення поширеного в середньовічній культурі явища, пов'язаного з

простими людьми). Суть у тому, що прості люди, прийнявши християнство і будучи його ревними прихильниками, проте у своєму повсякденному житті, у світовідчутті, почуттях, поведінці до невпізнання перетворювали християнське віровчення під впливом суєверої, чаклунства, ворожби.

Культура безписьмова – поняття в теорії комунікації та культурології для позначення сукупності неписаних законів та правил гри, моральних принципів та переконань, найважливішими з яких є благородство, надійність, порядність, солідарність. Важливе місце посідають правила ділового етикету.

Культура побуту – сукупність предметів побуту, їх естетика тощо, і навіть взаємини людей у сфері побуту.

Культура влади – термін використовується у політичній культурології для позначення стилю громадянської поведінки особистості. В основі культури влади лежать ціннісно-сміслові уявлення людей про сутність влади як громадського центру панування і примусу і межах її використання в галузі видання законів, забезпечення прав індивіда.

Культура часу – спосіб відношення до часу всередині будь-якого суспільства: саме час є організатором людської діяльності.

Культура громадянська - рівень усвідомлення громадянином суспільних завдань, його практичної активності у справі втілення їх у життя

Культура духовна - сфера людської діяльності, що охоплює різні сторони духовного життя людини та суспільства. Культура духовна включає форми суспільної свідомості (політичне, моральне, естетичне; релігію, науку і філософію) і втілення їх у літературі, архітектурі, інших пам'ятках людської діяльності. Включає в себе просвітництво, освіту, мову та лист, фольклор.

Культура колективу, культура особистості.

Культура краси. Термін близький до поняття «естетизм»

Культура мислення – здатність індивідуального мислення до саморозвитку та вміння його виходити межі сформованих в індивіда форм і канонів мислення.

Культура нормативна – одне із сфер культури, що охоплює весь спектр поведінкових норм: право, мораль, етикет, правила окремих асоціацій. У середині нормативної культури виділяються *субкультури: правова*,

Культура спілкування, харчування, мови, топосу (житла, будинки, міста, села).

І ще велика кількість інших сфер застосування поняття «культура».

Звернемось до поняття **масова культура**. Почнемо з того, що воно пов'язане з масовим розповсюдженням технологій тиражування культурних текстів і згідно «теорії двох культур», що отримала розповсюдження у 60-році 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, в маніпулюванні свідомістю людей. Як синонімічні використовуються такі поняття: попкультура, споживча культура, комерційна культура, індустрія розваг. Це культура, яка розрахована на пересічного реципієнта, загальнодоступна, проста за формою, не потребує спеціальних знань для сприйняття, користується попитом, поширюється через засоби масової комунікації (преса, радіо, телебачення, видавнича продукція, комп'ютерні мережі), охоплює широку аудиторію споживачів. Але як визначити, чи є твір «культурним», чи він належить до «маскультур»? Запропонуємо як один з провідних такої параметр: «наявність художності – відсутність художності». Справа у тому, що багато дослідників вважають, що категорія «масовості» скоріше соціологічна ніж естетична. Їй насправді, чи так погано, якщо твір став популярним? Яким чином можна поділити реципієнтів цього твору на масу та естетів? Чи завжди естети ігнорують те, що захопило масу? І якщо читач-естет з інтересом ставиться до того, що популярне, чи стає він частиною маси? Звернемось до прикладу: 1911 року спочатку юрист, пізніше – письменник і журналіст *Марсель Аллен*, спільно з *П'єром Сувестром* створили серію детективних романів, пов'язаних одним героєм. Аллен запропонував назвати його «Фантомусом». Цикл склався із

тридцяти двох романів. Фантомас – бандит, що не має обличчя, кожен раз кидає виклик поліції, яку репрезентує інспектор Жюв. Автори прагнули створити «народний роман». Його було позитивно прийнято. Але серед прихильників опинилися *Жан Кокто, Луї Арагон, Г. Аполінер* ... - майстри «високого» мистецтва.

Нам видається, що набагато важливіше оцінити твір з погляду ступеня його художності, наявність (відсутність) якої в написаному дозволяє судити про те, що перед нами – витвір мистецтва, або щось, що претендує називатися ним. В такому разі нам треба вирішити питання – які цінності (естетичні, виховні, соціально регулятивні, комерційні) продукує автор своїм твором; наскільки неповторним є цей твір і чи можна його вважати окремим художнім світом, який спілкується з нами, або це всього лише копія життєвого змісту.

Поступово до масової культури почали використовувати таке визначення: «Масова культура – не субстрат, а форма функціонування суспільної свідомості, адекватна основним параметрам доби». У сучасній культурології як правило виділяють три основних 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 змістом та естетичним вираженням, наприклад – стрит-арт, тіж саме котики в Одесі, намальовані на стінах).

Складові масової культури. У свою чергу, і масова культура має свої різновиди. Тарас Лютий наводить декілька.

Гламур. «Цим терміном, - пише він, - часто позначають розважальну журналістику, передовсім глянцевої модні журнали, наповнені текстами нескладного змісту й яскравими фото моделей і рекламою, чим нав'язуються певні шаблони життя через нібито мудрі поради та експертні думки досвідчених фахівців. Творці гламуру показують життя, де легко усуваються проблеми завдяки вдалому налагодженню стосунків, навчають виглядати неперевершено чи технологіям зваби сексуальних партнерів.

Бульварна преса: кросворди, табло їди, підліткова чи порно-література, бірки рецептів і анекдотів.

В **жовтій пресі** сконцентровані псевдо інтелектуальні розваги, зібрано шокуючі факти, плітки, скандали, викриття, відверті зізнання й усе подібне, що підтримує популярність селебрітіз із політики та шоу-бізнесу».

«Із розвитком технологій, - продовжує Т. Лютий, - у маскульт вкорінюється термін **мейджор** – велика компанія з виробництва й поширення кіно та продукції музичної індустрії. Хоча рівень виконання тут доволі високий, ідейне на ціннісне наповнення творів у цій сфері переважно банальне. Жодних відхилень і маргінальності. ... Подібні речі пов'язуються і з **мейнстрімом** – загальноживаними кліше. Споживач, купуючи продукт, має бути розваженим і задоволеним. ... А головне, в кожного має залишатися враження, що він живе у світі порядку й злагодженості. Для утвердження стандарту на телебаченні / радіо виникає термін **неформат**, коли незвичне відсіюється. Репертуар стає до того обмеженим, що його повторення задає ритм, який годі змінити. Звичайне сприймається як своє, стаючи складовою ідентичності реципієнта. Формується аудиторія із загальними смаками»².

Масова культура та тоталітарна культура. Феномен масовості безпосередньо (на генетичному рівні) пов'язаний з тоталітаризмом. Почнемо з визначення, що таке **тоталітаризм**. Слово походить від лат. *totalitas* – цілісність, повнота. Тоталітаризм – поняття, що означає ряд соціальних режимів ХХ століття, в яких структура влади базувалася на однопартійній системі та всеосяжному проникненні державної ідеології в економіку та культуру, суспільне та особисте життя. У політичну мову термін ввів у 1920-ті роки Беніто Мусоліні для характеристики керованого ним руху та режиму. При цьому він використав ідеї Джованні Джентіле (італійського філософа, який приєднався до його руху) про тоталітарну державу як втілення морального духу народу, про розчинення індивідуальності в тоталітарних політичних структурах.

² Лютий Т. В. Масова і популярна культура: проблема демаркації. *Наукові записки НаУКМА. Філософія та релігієзнавство*. 2019. Т.3. С.94.

Тоталітарний режим складається з таких **елементів**:

- всеосяжна ідеологія, звернена не до розуму, а до інстинктів;
- монолітна масова партія як носій цієї ідеології та водночас безособова машина влади над усіма сферами життя суспільства;
- вождь, що наділяється надприродними здібностями;
- апарат безперервного масового терору

Головне, що зумовлює появу тоталітарного суспільства та тоталітарної культури – прагнення режиму контролювати всі сфери суспільного життя, а тому й громадян, які можуть виступати об'єктами такого контролю.

Для тоталітарного суспільства властиві такі **рис**и:

1. Особлива соціальна структура: централізація влади, злиття суспільства і держави, майже цілковита відсутність об'єднань громадян, створених поза межами сфери державного контролю, наявність великої кількості створених державою проміжних зв'язків, які виконують функції інститутів громадянського суспільства. Проміжні організації (групи, які виражатимуть визначені режимом інтереси громадян та об'єднують їх). Вони цілком контролюються державою і маніпулюють та мобілізують населення. Створення масових організацій пов'язане з вимогою активності громадян, оскільки тоталітарний режим потребує суспільно активної людини. Йдеться про політичну активність через політизацію та ідеологізацію всіх суспільних сфер. Активність громадян є необхідною для тоталітарного режиму не стільки для підтримки, скільки для уникнення опору суспільства та відповідно – умножливлення здійснення тоталітарного контролю. Формально громадяни тоталітарної держави є політично активними. Але це переважно стосується *їх поведінки*, спричиненої вимогами з боку влади активної політичної участі. Натомість, потрібна *пасивність свідомості*. **Метою маніпулювання є саме її пасивність**. Таким чином, громадяни тоталітарної держави мають бути активними, хоча їхній вплив на прийняття політичних рішень є формальним (*інтереси громадян на політичному рівні влада не лише представляє, але й визначає*).

2. Отже, заборона у тоталітарній державі означає не лише скасування альтернативності, але й вимогу активної підтримки. Це стосується і заборони вираження опозиційних ідей, коли населення має активно виражати лояльність до режиму. Тобто має місце *«активна несвобода особи»*. Активну підтримку громадяни мають виражати за допомогою участі у мітингах, маніфестаціях, інших масових зібраннях, і вона повинна сприяти виникненню відчуття долученості до ширших суспільних процесів.

3. Створення молодіжних організацій, які виконують визначальну для тоталітаризму виховну функцію. Саме дитячі та юнацькі організації сприяють тому, що виражати «потрібні» погляди люди мають навіть у найближчому оточенні, або у первинних соціальних групах, до яких належить сім'я, оскільки вираження опозиційних поглядів є або небезпечним, або спричиняє внутрішній психологічний конфлікт дитини. Ці організації виконують функцію моральної освіти.

4. Заміна правдивої інформації як про зовнішній світ, так і про події, які стосуються суспільства, хибними даними допомагає контролювати процес формування громадської думки.

5. Конформізм, на відміну від критичності та самостійного осмислення суспільних і політичних процесів. Пристосування до оточуючих відбувається через прагнення подолати невпевненість у суспільному становищі. Саме конформізм певним чином призводить до створення інтелектуального шаблону, до підкорення поліцейським організаціям, до ворожості до людей з опозиційними поглядами, сприяє екстремізму. Конформізм пов'язаний безпосередньо із прагненням людини уникнути відповідальності.

6. Відданість лідерам, схильність до їх ідеалізації. Ця риса пов'язана з некритичністю, а також намаганням делегувати максимальну кількість повноважень контролюючій силі. Тому величність вождів маси сприймають як власну величність. Підпорядковуючись владі, індивід вважає, що бере участь у її здійсненні. Тоталітарна політична культура відроджує древній теократичний ідеал, пов'язаний з підпорядкуванням всього життя ідеологічному нагляду

жрецької касти (нині нерідко виступає у вигляді авангардної партії – носительки великого вчення). Міфологізація влади.



Рисунок 1 Московський метрополітен

6. Переважання емоційного сприйняття політики (як лідерів, так і ідей). Це дозволяє уникати аргументації.

7. Ксенофобія. Люди, які не лише не сприймають альтернативні варіанти, але й культивують агресію до них. Формується *«образ ворога»*, який дозволяє об'єднати населення; пояснити наслідки можливих прорахунків влади.

8. Уніфікація.

Тоталітаризм нерідко пов'язується з виходом у ХХ столітті на політичну арену **масової людини**, яка легко підпадає під ситуацію економічних та військових потрясінь під дію пропаганди. **Мова тоталітарної культури стала проявом бажань самої маси.** Це культура відчуження культури від реальності, мобілізації емоційної енергії маси.

Тоталітарна культура – вкрай заполітизована форма масової культури, що існує в прямій залежності від пануючої ідеології.

Складовою культури є мистецтво. Тому й є сенс вести розмову про тоталітарне мистецтво. Безумовно, йому належить менше авторитету, ніж політиці в тоталітарній культурі як ієрархії елементів. Але це не означає, що воно було менш впливовим. Сила якщо можна так виразитися навіювання офіційного

мистецтва, його впливу на маси надзвичайна. З іншого боку, було мистецтво, яке заборонялося, оголошувалося ворожим. Протидія такому мистецтву з боку влади послаблювало ієрархічність елементів тоталітарної культури, прискорювало її розпад.

Інтегруючим початком у тоталітарному мистецтві стала архітектура. Такий ансамблі, як «квартали Муссоліні» в Римі, грандіозні проекти А. Шпеєра в гітлерівській Німеччині та Б. Іофана в СРСР, комплекс Всесоюзної сільськогосподарської виставки в Москві, Московський метрополітен та висотні будівлі, Трептов-парк у Берліні, Сталінградський меморіал на Мамасовому кургані, франкістський меморіал жертвам громадянської війни під Мадридом та багато інших стали знаковими творами епохи тоталітаризму.

Олімпійські ігри 1936 року, що проводилися в Берліні (вони обійшлися нацистській Німеччині в колосальну суму - 42 мільйони марок) не випадково збіглися з початком грандіозної перебудови Берліна як майбутньої столиці Європи. Ось що писав у своїх спогадах генеральний інспектор із забудови та реконструкції столиці Третього Рейху Альберт Шпеєр: «Коли Гітлер оглядав мої берлінські макети, одна частина проекту незмінно притягувала його як магніт: майбутня серцевина рейху, покликана на багато століть вперед. Гітлер. Подібно до того, як резиденція французьких королів з погляду містобудівної завершує Єлісейські поля, так і на Парадній вулиці мали насамперед притягувати погляд ті споруди, які Гітлер бажав мати в безпосередній близькості від себе, символом своєї політичної діяльності ... Усі будівлі, покликані обрамляти майбутню площа Адольфа Гітлера, як би опинялися в тіні Купольного палацу, який – немов Гітлер і в цьому прагнув підкреслити незначність народного представництва – п'ятдесят разів перевершував за обсягом будинок, відведений для народних представників. Рішення розробити будівельні плани для Купольного палацу Гітлер ухвалив уже влітку 1936 року. У день його народження, 20 квітня 1937 року, я підніс йому креслення, вигляд у розрізі, загальний вигляд та перший макет. Він був у захваті, хоч і висловив несхвалення з приводу того, що всі свої

креслення я забезпечив формулюванням: «Розробки зроблено на основі ідей фюрера».

«...тут ми маємо справу з культовим приміщенням, якому на основі традицій і власного авторитету належало в ході століть знайти те саме значення, що й собор Святого Петра в Римі для католицького християнства. Якби не було цієї явної культової ідеї, всі витрати на провідну споруду Гітлера виглядали б безглуздо і незрозуміло. ...Зовні купол був схожий на зелену гору 220-метрової висоти... нагорі передбачався 40-метровий скляний ліхтар. А над ліхтарем сидів на свастиці орел. Дві скульптури п'ятнадцятиметрової висоти стояли з обох боків портика; їхній алегоричний зміст також визначив Гітлер... одна зображала Атланта, який тримає на руках небесне склепіння, інша – Теллус, яка тримає земну кулю».

Саме Теллус – богиня землі-годувальниці та її продуктивних сил на вітварі світу, спорудженому в Римі у прославлення «золотого століття Августа». Теллус була зображена як символ подарованого Августом римським громадянам достатку.

Ця будівля – двійник і з архітектури та за долею найграндіознішого проекту у Москві – Палацу Рад (архітектор Борис Йофан). Воно мало стати найважливішим елементом генерального плану реконструкції Москви, прийнятого на нараді будівельників 1931 року. Особисто Сталіну належала ідея поставити величезну будівлю точно в центрі Москви. Однак там уже був будинок – Храм Христа Спасителя. Храм вирішено було підірвати. Сталін заявив: «Для нас, більшовиків Христос – не авторитет. Ми маємо свій великий вождь, рятівник пролетаріату. Незрозуміло чому в серці червоної Москви та всього Союзу має височіти храм Христа, а не храм Леніна». За задумом Сталіна, ця велетенська будівля, що далеко перевищує можливості людського сприйняття, мала з'явитися осередком і масштабом не лише радянського уряду та керівних органів партії, а й усіх комуністичних рухів на планеті – тобто зримим центром світу. Будівля є ще й знак тоталітарної віртуальності. В одному з епізодів фільму «свинарка та пастух» дія на тлі фасадної частини палацу. Палацу немає, це декорація, та ідея палацу

вже живе. З'явилася станція метро «Палац Рад», яка десятиліття мала ім'я того, чого насправді не було збудовано.

У газетах пишуть: «Подібно до айсберга, що сяє не льодом, а хромонікелевою сталлю, підніметься Ленінський палац до небес. Під куполом Залу конгресів, облицьованого мармуром, бронзою та цінними породами дерева, розміститься двадцять тисяч людей. Скульптурні групи на фасаді біля входу, що зображають наших вождів та героїв, нададуть особливого значення та урочистості вигляду Палацу. Натхненна стодвадцятиметрова фігура вождя, встановлена на трисотметровій висоті, увінчає цю величну споруду».

Особливо виразно спільність мов тоталітарного мистецтва різних країн продемонструвала себе у 1937 році, коли в Парижі проходила традиційна Міжнародна виставка мистецтв, ремесел та наук (інакше – Всесвітня виставка). Серед учасників були Радянський Союз, Німеччина, Іспанія. Іспанія, в якій вирувала громадянська війна, представлена двома павільйонами, франкістським та республіканським. Республіканський павільйон включав грандіозне панно Пабло Пікассо «Герніка». Павільйони СРСР та Німеччини розташовувалися поряд з Ейфелевою вежею обличчям один до одного.



Кожен павільйон мислився як втілення величі і непорушної могутності репрезентованої ним держави. Павільйон Німеччини мав стати шматком німецької землі із заліза та каменю. Радянський павільйон був прикрашений гігантськими статуями робітника та колгоспниці. Він втілював сталевий натиск

гігантів, піднесених на третину висоти павільйону. За задумом Шпесера, павільйон Німеччини мав стримати цей натиск. З карнизу вежі орел зі свастикою в кігтях дивився зверху ці російські скульптури. Біля підніжжя гігантської вежі німецького павільйону було встановлено скульптурну групу «Товариство», чії гігантські оголені статуї стилістично і за розмірами прямо перегукувались зі статуями радянського павільйону.

Двійниками, які представляли тоталітарну культуру, були не тільки архітектурні споруди, але й плакати, пісні (студентам пропонується послухати виконання пісні про маленького горніста Фрица Вайнеке, який загинув під час передвиборчого мітингу Ернста Тельмана: «з усіх наших товаришів ніхто не був такими милим і добрим, як наш маленький трубач, як наш веселий червоногвардієць...»), повідомляється, що після того, як у 1930 р. в сутичці з комуністами загинув штурмфюрер Хорст Вессель, виник новий варіант цієї пісні: «з усіх наших товаришів ніхто не був таким милим і добрим, як наш штурмфюрер Вессель, наш веселий свастиконосій...». Далі пропонується прослухати у виконанні хору піонерів пісню про маленького барабанщика: «... ми йшли під грохот канонади, ми смерті дивились в обличчя...»).

Пропонуємо також подивитися на плакати, знайти двійників і вирішити, що є об'єктом пропаганди на кожному з них.



Висновок: тоталітарна культура не може існувати без нівелювання індивідуального (свідомості, системи цінностей, розуміння естетично високого) та підкорення владі.

Масова культура vs популярна культура. Світоглядно-ціннісні зміни кінця 70-90-х років ХХ століття призвели до спростування усталеного розмежування на дві культури (високу і низьку) і формування феномену **популярної культури**. Твори популярної культури виражають сутнісні тенденції у світорозумінні людини і в той же час самі формують культуру, ціннісні орієнтації. Новий тип культури звертає увагу на принципи та засоби, які ігнорувались попередньою культурною традицією. Серед них - **розваги як простір для переосмислення смислів та досвіду; езотерику як вираження нового типу світосприйняття, римейк як реконструкцію загальнолюдських смислів, культуризм, кулінарне шоу, рекламу** тощо. Застосовуючи прийоми інтерактивних практик, візуалізації, розваги, абсурду... сучасна людина здатна досягти буття, є вільною у власному вираженні думок. Популярна культура відкрита до нових концепцій. Її появі сприяв розвиток засобів масової комунікації наприкінці ХХ сторіччя. До культури було залучено більші частини аудиторії: віртуальні подорожі, віртуальні відвідування світових музеїв, можливість наочно дізнатися про історичні пам'ятки, про архітектуру. Спілка культури та інформації дала життя популярній культурі.

Масова культура vs елітарна культура. Абсолютною альтернативою масовій культурі вважається елітарна культура³. Вона вважається складною (для того, щоб «зрозуміти» її витвір, потрібна попередня теоретична підготовка реципієнта), серйозною, вишуканою, новаторською. «Її продукція, - пише О.А. Устименко-Косоріч, - розрахована на витончену й інтелектуальну еліту суспільства, спроможну зрозуміти й оцінити майстерність, віртуозність новаторського пошуку її творців»⁴. Дослідники називають такі специфічні для елітарної культури риси:

- складність, спеціалізованість, креативність, новаційність;

³Мистецтво чи ринок: як відрізнити масову літературу від елітарної? URL: <https://chytomo.com/mystetstvo-chy-gynok-jak-vidriznyty-masovu-literaturu-vid-elitarnoi/>

⁴ Устименко-Косоріч О.А. Масова та елітарна культура: проблеми взаємодії. Умань: ФОП Жовтий О.О., 2015. С.27.

- здатність формувати свідомість, готову до активної перетворювальної діяльності та творчості, відповідно до об'єктивних законів дійсності;
- здатність концентрувати духовний, інтелектуальний і художній досвід поколінь;
- наявність обмеженого кола цінностей, визнаних дійсними та «високими»;
- жорстку систему норм, прийнятих цією категорією людей як обов'язкових і неухильних, які сприймаються в співтоваристві «втаємничених»;
- індивідуалізацію норм, цінностей, оціночних критеріїв діяльності, нерідко принципів і форм поведінки членів елітарного співтовариства, що стають завдяки цьому унікальними»⁵.

Високий рівень елітарної культури досягається різними засобами:

- засвоєнням нових соціальних і уявних реалій як культурних феноменів або ж, навпаки, неприйняття будь-якого нового й «охорона» вузького кола консервативних цінностей і норм;
- веденням свого предмета в несподіваний ціннісно-смісловий контекст, який надає його інтерпретації неповторний і навіть винятковий сенс;
- створенням нової, нарочито ускладненої культурної семантики. Що полягає у метафоричності, асоціативності, аллюзійності, символічності. Тому адресату потрібен певний рівень професійної підготовки та культурного кругозору;
- виробленням особливої культурної мови, так званого коду, доступного лише вузькому колу поціновувачів і покликаною ускладнити комунікацію з іншими видами культури, спорудити високі, непереборні або максимально складні для подолання смислові перепони стандартному мисленню, що робить його нездатним адекватно осмислити нововведення елітарної культури, розшифрувати всі її смисли;
- використанням нарочито суб'єктивної, індивідуально-творчої, відстороненої інтерпретації звичайного та звичного, що наближає культурне

⁵ Народна, елітарна та масова культура у соціокультурному дискурсі: монографія /Белінська Л.С., Глушко М.С., Данилиха Н.Р., Шевчук А.В. Львів, 2021. С.117-118.

освоєння реальності суб'єктом до уявного, іноді художнього експерименту над нею і в його межах змінює відображення дійсності в елітарній культурі, її перетворенням, наслідуванням – деформацією, проникнення в зміст – домислюванням і переосмисленням цієї дійсності.

За своєю суттю це все те, що видатний американський критик, професор Стерлігського університету, автор книги «Західний канон» Річард Блум пов'язує з канонам в мистецтві. На питання, що робить автора канонічним, він відповідає: ... дивина, така форма самобутності, яка або не піддається засвоєнню, або сама засвоює нас і перестає здаватися дивною. ... Одна з ознак самобутності, завдяки якій літературний твір може здобути канонічний статус, – дивність... Будь-який сильний літературний твір творчо спотворює і, відповідно, спотворено тлумачить попередній текст чи тексти. ... сильний твір – саме собою тривога.

Журналом «ШО» на 25 Book Forum було організовано дискусію «Чому сьогодні все важче відрізнити літературний ринок від мистецтва?». Спікерами були літературна критикиня та редакторка видавництва «Темпора» Богдана Романцова, літературний критик та журналіст Андрій Дрозда, письменниця та перекладачка Катерина Калитко, письменниця і літературна критикиня Марія Галіна. Модератором та ідейним натхненником зустрічі був літературний критик Євгеній Стасіневич. Наведемо декілька висловлювань:

Катерина Калитко: «Мені здається, мистецтво завжди краще видно з дистанції. Мій внутрішній компас працює таким чином. Акт мистецтва приголомшує – не обов'язково зі знаком плюс, це може бути і реакція відторгнення, бажання вступити в суперечку з цим текстом, але він має не давати тобі спокою ще довго після прочитання.

Якщо назвати формальні критерії, то це зазвичай речі, які залишають якийсь слід в історії ідей; речі, які є якщо не кардинально новим, то бодай етапним в мовностилістичному питанні; речі, які дуже точно передають дух свого часу. Для мене фактом мистецтва залишається те, що виводить з зони комфорту».

Богдана Романцова: «Я орієнтуюся на тексти, які будуть цікаві в майбутньому, іноді нехтуючи ринком теперішнім, продажами та тиражем

книжки. Якщо брати двох західних прозаїків, наприклад, умовного Умберто Еко та умовного Пауло Коельйо, то я обираю Умберто Еко, навіть розуміючи, що це може позначитися на тиражах та продажах».

Андрій Дрозда: «Ринок переформатувався і навчився продавати все, що завгодно. Письменники хочуть Їсти, йде жорстка конкуренція і потрапити в топ складно. Деякі ловлять тренди, орієнтуються на можливого уявного читача та хочуть здивувати. Зараз взагалі гасло «здивуй мене».

Стало цікавіше та багатше, стенди провідних видавництв просто ломляться від шикарних перекладних новинок. З одного боку, це гірко, з іншого, чудово, що так відбувається. Стан літератури покращився, коли ринок включився, навіть такий напівживий, який ми маємо зараз».

(...)

Марія Галіна: «Візьмемо, до прикладу, Гомера, якого ми вважаємо класиком. Насправді ж він читав свої вірші, «Іліаду» та «Одіссею», за їжу. Коли ми відносимо щось до масової літератури, можливо, ми трохи помиляємось».

Немає ніякої прірви між масовою та інтелектуальною літературою, і ніколи не було. Все, на що реагує натовп, залишиться потім в історії.

(...) **Богдана Романцова:** «Якщо я бачу, як твір зшитий і зроблений, як автор вводить і маніпулює героями, тоді для мене це річ більш масового типу. Наприклад, Террі Пратчетт є для мене хорошою ілюстрацією з поезики. Якщо я не бачу, як це зроблено, тоді це або нова форма, або нова ідея на ринку. Крім того, хороший текст – це початок діалогу, якщо він відгукується в інших текстах та інших мистецьких творах, це означає, що це вже не факт ринку, це дещо більше».

Євгеній Стасіневич: «Масова література – це гумус, з якого живе уся інша література. Масова література – це література дуже прямої дії. Вона не ходить звивистими шляхами. Детектив мав би змусити нас бути заінтригованими, еротична література має нас збудити, література горорів має налякати. Це література, яка дуже майстерно і просто працює з нашими емоціями».

Масова культура vs напрями, які протистоять уніфікації та усередненню мистецтва

Контркультура. Це «сукупність ідеологій, переважно лівого спрямування, філософсько-психологічні та містико-релігійні теорії, що вимагають зміни політичної ситуації, трансформації свідомості», - пише Т.Лютий⁶. До ролі таких альтернативних форм реальності, продовжує дослідник, цілком придатні **субкультури**, неформальні об'єднання. Вони містять критичний запал і задають особливі життєві стилі та способи мислення. Серед них вирізняються асоціально налаштовані *гіні*, котрі, перебуваючи у вічному самопошуку, практикують вживання психоделіків, вільний секс, медитацію і рок-музику. Є нігілістично налаштовані *панки*, бунтарсько-романтичні *байкери*, войовничі прихильники футбольних клубів із траспаратнтами, скандуванням, музичним супроводом і бійками (*фани*). Меланхолійні *готи* з похмурою зовнішністю і тяжінням до ремінних образів.

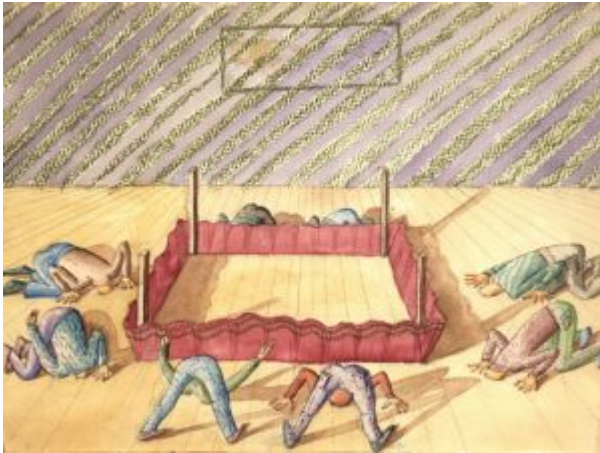
Поняття «контркультура» ввів в культурологічний обіг американський соціолог Т. Роззак для позначення певної частини культурних явищ, що є протилежними офіційній культурі не з погляду реалізації гуманістично-моральних ідеалів, а як їх інше відображення. Саме тому, пояснював він, контркультура протистоїть культурі не як негативне чи вороже явище, а просто як інше. Але це інше потім може увійти в культуру, стати культурою.

Андеграунд. Характерною рисою андеграунду є розрив з ідеологією, що панує у суспільстві, ігнорування стилістичних та мовних обмежень, відмова від загальноприйнятих цінностей, норм, соціальних та мистецьких традицій, епатаж публіки, порушення стереотипів. Головним чином в українській культурі андеграунд був спротивом пануючому у мистецтві соціалістичному реалізму.

Концептуалізм. Цей напрям в мистецтві також був альтернативою соціалістичному реалізму. Підґрунтя концептуалізму складає накладання двох мов – мови-об'єкта (це образи, фрази, які вже стали штампами, які людина

⁶ Лютий Т.В. Масова і популярна культура: проблема демаркації. С.96.

промовляє, навіть не намагаючись дійти до сутності їхнього значення) та авангардної метамови, яка описує цю штамповану мову-об'єкт.



Звернемось до картини **Сергія Ануфрієва** («молодшого») концептуаліста, представника групи «медична герменевтика», який народився в Одесі), яку б ми назвали «Схиляння перед порожнечою». На ній зображена маса, яка схиляється перед парканом, за яким нічого не має, як перед сакральною цінністю. Таким чином об'єктом культу є порожнеча.

Тема 3.

Генезис масового читання, поступове формування його базового сюжетного фонду

Масова культура має довгу історію. Хоча саме поняття («масова культура») виникло лише в ХХ ст., у наш ужиток його ввів іспанський філософ Х. Ортега-і-Гассет. На думку німецького філософа, соціолога і культуролога Т. Адорно, часові коріння сучасної масової культури знаходяться на межі XVII-XVIII ст. і пов'язані з промисловими процесами в Англії. Стимулом для розвитку масової культури була, на думку цього ученого, комерціалізація суспільних відносин. Зі вступом людства після Другої світової війни у постіндустріальну еру значно поширився розвиток і вплив засобів масової комунікації, інформаційних технологій, суттєво підвищився рівень освіченості населення багатьох країн, а також появу у нього вільного часу (дозвілля) для споживання культурної продукції. Саме промисловий розвиток створював нові можливості поширення культури в суспільстві, донесення її надбань до кожного індивіда. З кінця 1970-х років активно заговорили про «культурну індустрію», яка базується на виготовленні, розмноженні та розповсюдженні витворів культури за допомогою промисловості. Крім суто технічних факторів на розвиток масової культури

впливають і психологічні: споживання творів кіно, літератури, музики, які звільняють від вирішення складних соціальних, політичних проблем і розслаблюють, слугують захисним механізмом, надають людині задоволення від відпочинку. Характеризуючи сучасний процес «масовізації читання», О.А. Іванова пише: «Художня література вимагає зусиль культурної пам'яті. Місця недовизначеності, які б виконували функції смислових лакун, що активізують творчу роботу читача та заповнюються його власним горизонтом очікування, сьогодні чітко плануються і прораховуються як маркетингові кроки (зокрема це відчувається в роботі видавництва, які вкладають власні кошти в друк літератури і мають визначатися з продажем цієї продукції). Читання тяжіє до рецептивної заданості, визначеності, схематичності. Крайньою формою цього є масовізація читання – процес формування й широкого поширення соціокультурних настанов на споживання однотипної літературної продукції та формування єдиного досвіду читання. Суб'єкт з таким налаштуванням – некритичний в оцінках, керований, духовно інфантильний і не має вираженого особового початку, має пасивний і нетворчий тип свідомості. Це настанова для тих, хто втрачають або не сформувавши навичок серйозного читання. Крім того, підпорядкування заданим стратегіям читання не веде до розчарування, забезпечує стабільність спілкування з літературою, працює як механізм соціалізації, ефективно виконуючи ідентифікаційну роль»⁷.

Але слід пам'ятати, що межі між масовою літературою та літературою художньою доволі рухливі. Звернемось до прикладу – до роману французького письменника **Гастона Леру «Привид Опері»** (роман друкувався частинами в газеті «Ле-Голуа» з вересня 1909 року до січня 1910 року – до речі, це також є ознакою намагання привернути увагу масового читача до газети – коли він з напругою очікує продовження пригод героїв). Насамперед, привертає увагу орієнтація Р. Леру включення до тексту роману елементів різноманітних популярних жанрів (кожен з них належить саме масовій літературі). "Привид

⁷ Іванова О.А. Про читацькі зусилля в медіатизованій культурі. Читач. Рецепція. Інтерпретація: Матеріали наукового круглого столу / За ред. Н.М.Шляхової. Одеса: Астропринт, 2017. С.28.

опери" може бути прочитаний як *детектив*. Не випадково: сам Г. Леру прославився саме детективами про журналіста Жозефа Рультабіля, який розслідує загадкові злочини. У «Привиді Опери» є злочинець Ерік, замішаний у кількох гучних політичних вбивствах, який готував за допомогою бочок із порохом загибель безлічі людей у театрі. Є детектив Перс, у минулому начальник поліції в Тегерані, завдання якого нейтралізувати злочинця. Причому оскільки поліція вважає детектива вигадником, йому доводиться діяти поодиночі. «Привид Опери» можна прочитати як *готичний роман*. Їх зближує особливий хронотоп: витоки прагнення злочину – у минулому героя, а простір його перебування (підземні лабіринти будівлі Гранд-Опера) співвідносно з підземною частиною готичного замку чи монастиря, де страждають бранці. Є жанрові ознаки *сенсаційного роману*: лиходій у першій частині ототожнюється з янголом, а друга частина присвячена його викриттю; крім того, одним із головних завдань автора був вплив на почуття читача.

Але подібна «гібридизація жанрів» може бути аргументом на захист як тези про те, що це твір «масової» літератури (використання всіх жанрових засобів для привернення уваги читачів), так і ознакою його художності (мета цієї поліжанровості – художня: вона спрямована, насамперед, на відбиток суперечливості характеру головного героя). На захист тези про близькість «Привида Опери» «масовій» літературі, швидше за все, свідчить шаблонність великої кількості образів у ньому (це, скоріше, маски, ніж характери, наділені певними функціями-ролями). Це відноситься і до центральних персонажів: образ Христини, не виходить за рамки лагідної чутливої героїні, функція якої бути вірною і піддаватися різного роду випробуванням, а образ Рауля де Шаньї - закоханого, благородного лицаря.

І водночас роман пережив свій час. До нього, як було зазначено, звертаються як читачі, так і музиканти, кінематографісти, інші літератори, які включають алюзії на «Привид Опери» у свої твори. Подібне було б неможливим, якби письменник не орієнтував свого реципієнта на роботу думки та фантазії, внаслідок чого його роман став самостійним художнім світом. Будь-який

дослідник неспроможний не визнати, що “Привид Опері” Гастона Леру – не ланцюг нанизаних епізодів, спрямованих лише на розвагу читача, але твір, в якому кожна деталь, кожен мотив є вираженням художньої ідеї автора. Усі вони переважно спрямовані на розкриття образу героя, якому властива суперечливість як внутрішня, так і у його відносинах зі світом.

Тема 4.

Жанровий склад сучасної масової літератури

Як синонім до словосполучення «масова література» використовується термін «белетристика». Це або художня проза у цілому, або така художня проза, що позначена гостросюжетністю й настановою на розважальність. Переваги белетристики: актуальність, здатність оперативно відбивати злободенні проблеми сучасності. Однак їй відмовляють у художній масштабності, яскраво вираженій оригінальності. Серед характерних рис белетристики виокремлюють: наявність літературних шаблонів, яскраву сюжетність, захопливість, напружена інтригу й атмосферу, наявність таємниці, спирання на вигаданих героїв, надлишкову деталізацію, явну авторську оцінку. В країнах світу існують такі позначення масової літератури: в англomовній літературно-критичній традиції - **popular literature**; в німецькій - «тривіальна» (*Trivial literatur*). Таке визначення походить від латинського «перехрестя трьох доріг, місце публічного відпочинку. Пізніше тривіальним почали називати пропедевтичний курс до «вільних мистецтв» - «добре відомий, звичайний». Тому застосування саме такого епітету до «літератури» означає, що йдеться про щось банальне, не оригінальне, шаблонне, стереотипне. Щоб уникнути негативної конотації цього поняття, Ганс Дімер запропонував уживати термін «схематична література» (*Schema literatur*), що вказує на повторюваність певних структур. Тобто – масова література (тривіальна) тяжіє до готових формул, кліше, стереотипів. Хоча слід підкреслити, що не вся масова література саме така, клішована. У Франції для позначення творів масової літератури існують такі словосполучення: «*para*

littérature”, “*littérature populaire*”, “*littérature de masse*” – сукупність різних за жанром текстів, які мають високу популярність, що не завжди залежить від їхньої художньої цінності. Поняття “паралітература” використовується також в Італії та Іспанії. Словник французької мови Поля Робера містить таку дефініцію паралітератури: «сукупність текстової продукції, що не має утилітарного призначення і яку суспільство не вважає «літературою» (роман, популярна преса, шансон, сценарій, тексти фото романів, комікси); література маргінальна». Але це визначення вважається розпливчатым, воно містить не літературні жанри (шансон, наприклад). Тому в електронній енциклопедії «Hashette» запропоноване таке визначення: «сектор літературної продукції, що охоплює жанри, які розглядаються як не приналежні до традиційної літератури: у ХІХ ст. мелодрама й популярний роман; у ХХ ст. детектив, наукова фантастика, комікси, фото роман».

Необхідною властивістю продукції масової культури має бути цікавість, щоб вона мала комерційний успіх, щоб її купували та гроші, витрачені на неї, давали прибуток. А цікавість задається жорсткими структурними умовами тексту. Сюжетна та стилістична фактура продуктів масової культури може бути примітивною з погляду елітарної фундаментальної культури, але вона не може бути погано зробленою – навпаки, у своїй примітивності вона має бути досконалою – тільки в цьому випадку їй буде забезпечено комерційний успіх. Творам масової культури чужі такі поняття, як потік свідомості, інтертекст, усунення. Для творів масової культури потрібен чіткий сюжет з інтригою, перипетіями і, що найголовніше – чіткий поділ на жанри. Головні жанри – детектив, трилер, комедія, мелодрама, фільм жахів («чилер» chill – реципієнт має тремтіти від страху), фантастика, порнографія. Кожен жанр є замкнутим у собі світом зі своїми мовними законами, які в жодному разі не можна переступати. Жанри можуть бути бідні семантично, в них може бути відсутнім глибокий зміст, але внутрішня структура має бути жорсткою, обумовленою законами саме цього жанру. Для чого це потрібно? – Щоб жанр можна було одразу впізнати, і очікування саме цього жанру не повинно порушуватись. Комедія не повинна

заважати розвитку детективу, сюжет трилера має бути захоплюючим та небезпечним, еротичні сцени не повинні заважати читачу. Тому сюжети всередині масових жанрів часто повторюються, що сприяє формуванню загального для всіх стану під час сприйняття твору та розуміння змісту. Ще одна характеристика текстів масової культури – наявність серед них культових та похідних від цих культових. Найбільш розповсюджені жанри: детектив, шпигунський роман, бойовик, фентезі, трилери, любовний, дамський, сентиментальний (рожевий, romance), костюмно-історичний роман з елементами мелодрами.

Цікаво, що не тільки масова література постійно намагається «перетягнути на себе» риси літератури елітарної, засвоїти мотиви, але й елітарна література відчуває на себе вплив масової культури. Звернемося до жанру антиутопії, який на момент свого виникнення був проникнутим гострою соціальною проблематикою, філософічністю, відкритою опозиційністю пануючій ідеології. На сьогодні межі «антиутопія / масова література» значно руйнуються.

Героїня роману **Крістіни Далчер** «Голос» на ім'я Джин, науковець – соціолінгвіст і лікар, розповідає про те, що країна, в якій вона мешкає, повернулася до патріархату з чітким розподілом людей за їхньою статтю. Існують окремі простори жінок (дім, господарство, крамниця з товарами для дому) і чоловіків (служба, спілкування, службова кар'єра, розваги, тобто – майже увесь світ). Головною ознакою цінності жінки вважається її покірливість, а чоловіка – ступень його авторитарності. Відбувся чіткий розділ на статі навіть в вихованні дітей: хлопчикам, як і чоловікам, дозволяються розвиток (хоча, якщо бути точним, він також жорстко координується урядом і релігією) і соціальна діяльність (також скерована на досягнення офіційних цінностей), жінки ж отримали статус створінь для домашнього побуту. Тому й виховання дітей різне. У школі для дівчат викладається обмаль дисциплін: домоведення, фізкультура, новий предмет «Проста домашня бухгалтерія» (його скерованість мотивована тим, що у майбутньому дівчина, «ходитиме по крамницях та вестиме домашнє господарство, буде відмінною і покірною дружиною. Для цього потрібна

математика, а не правопис. Не література. І не голос. В класі для дівчат проводиться змагання під назвою «Хто скаже менше слів». Уроки можуть проводити тільки чоловіки: «однобічна система». Як норму дитина сприймає відсутність казок на ніч і лякається, коли бачить літери на дзеркалі дома. Питання (засіб комунікації) стали поділятися на два типи: *відкритий* (вимагають словесної відповіді) та *закритий* («на які можна відповісти або кивнувши, або похитавши головою»). Хоча і такі мінімальні невербальні «відповіді» вкрай обмежені нормою.

І тому Джин має примиритися з неможливістю вільно виражати свої думки і почуття: у неї, як і у всіх жінок в її країні, є право голосу тільки на сто слів на добу. Заміна слів жестами або передача їх на письмі заборонена. За порушення заборони – удар струму, який з кожним новим порушенням буде зростати і тим самим викликати біль і спалювати тканини руки, до якої причеплено лічильник під назвою «браслет».

Таким чином, «своє» (своя країна, своя родина, свої сини) поступово стає для героїні роману «чужим». Особливо напруженими стають її взаємини із старшим сином Стівеном. Пояснюючи сину, чому він не може одружитися до вісімнадцяти років (уряд впроваджує нову програму: кожному, хто одружиться так рано, гарантовані десять тисяч баксів, повна оплата навчання в університеті і гарантована робота на держслужбі), а також чому шлюб слід обговорювати у першу чергу з майбутньою дружиною, а не її батьком, Джин дивиться на власного сина як на незнайомця. «Можливо саме так це відбувалося у Німеччині при нацистах, у Боснії при сербах, у Руанді при хуту, - думає вона. – Я часто замислювалися про те, як діти можуть перетворитися на чудовиськ, навчитися тому, що вбивство це правильно, а пригноблення – законне? Як через одне-єдине покоління світ може змінитися до невпізнанності?». У цьому поступовому відмежуванні героя від того, що раніше складало для нього поняття «своє», й полягає сутність антиутопії як літературного жанру. З одного боку, героїня роману К. Далчер Джин належить цьому суспільству, вона до деякої пори знаходила аргументи, яки мирили її із цим світом, як «своїм». Але все частіше

вона згадує свою подругу-бунтарку Джекі і віртуально радиться з нею, пробує вирішити, що б та сказала, як би вона поводитися в такий же самій ситуації, в якій опинилася Джин. І все частіше вона відчуває ненависть до тих, хто примикає до натовпу і покійно підкоряється своїм «погоничам» (якщо використовувати образи з віршу у прозі Лесі Українки «Примара» про безкінечність процесу відмови людей від індивідуальної неповторності та перевтілення у частину натовпу, кожна людина в якому одночасно і жертва і погонич, але будь-хто не в спроможності залишити натовп і стати вільним).

Перші одинадцять розділів роману є експозицією протиборства тих, хто намагається врятувати природність від руйнуючої сили уряду. Серед них – Джин, Джекі, Лін, Лоренцо, Патрік, родина Реїв, і, як пізніше виявляється, багато інших членів підпільної організації. Експозиція настільки велика тому, що письменниці треба було скласти дуже докладний опис картини світу в антиутопічному суспільстві. Зав'язкою цього протиборства є, на нашу думку, момент коли Джин запрошують до продовження експериментів. Розвиток дії – коли вона, з'ясовує, що насправді експерименти вже. Ситуація загострюється, коли вона дізнається, що за розробками їхнього відділу, метою якого було створення сироватки для лікування уражень головного мозку, стежать для того, щоб створити «анти-сироватку» і за її допомогою перевернути людей на рабів, не просто примусити їх мовчати, але й дезорганізувати їхнє мовлення.

Слід відзначити, що остання частина роману виглядає менш художньою на відміну від першої, якщо виходити з психологічної мотивації вчинків персонажі. Вона також більш надумана. Успіхи героїв, які перемагають всі обставини, виглядають більш як казкове диво, ніж дійсність. Вони рятують приречених на страшні експерименти і страждання Джекі і Лін, своє справжнє обличчя героя-борця з тиранією виявляє По, який раніше викликав у Джин тільки жах, він же врятовує заарештованих і приречених на страту Дел, Шерон, багато інших діячів опору. І вивершує все картина справжньої сільської ідилії на маленькій фермі і, нарешті, повідомлення про сімейну ідилію вже в Італії. На нашу думку, все це складові суто «жіночого» масового роману. Ці ознаки впливу на жанр антиутопії

штампів масового «жіночого» роману, які ми знаходимо в романі Крістіни Далчер «Голос», значно знижують пафос протидії усьому, що може загрожувати людяності, і друга частина твору виглядає значно слабше ніж перша. Хоча все це й не зменшує гостроти проблем, які порушила в своєму романі Крістіна Далчер.

Тема 5.

Обговорення питань масового сприйняття літератури на сторінках художніх творів

Один з прикладів впливу масової культури на літературу – поява таких напрямів трактування книг, які передбачають урахування точки зору на них не професійного критика, а звичайного читача, людини маси. Звернемось до праць сучасного французького викладача літератури, літературознавця, психоаналітика, письменника **П'єра Байяра**. Він запропонував принципи *художньої теорії літератури*. Її суть полягає у тому, що пропонується погляд на критичний текст як діалог автора із самим собою та про себе самого. Галина Драненко звертає увагу на те, що праці Байяра поєднують у собі ознаки *літературознавчих* (засновані на літературному й літературознавчому матеріалі, сповнені концептів, критичних підходів, термінологічних пропозицій тощо) та *літературних* (містять традиційні для художнього твору оповідні структури, позначені віртуозністю вимислу й фантазування, нерідко – несподівану розв'язку, фікційного наратора) текстів. Звідси – їхнє різнорівневе прочитання. «Цим, - резюмує дослідниця, - автор запрошує критично переосмислювати актуальні підходи до тексту, а також брати до уваги рецептивну множинність критичних текстів»⁸. «Зацікавлення, яке викликає сучасний автор у критиків (тут Г. Драненко посилається на висловлювання Ж. Женета, У. Еко на адресу Байяра) проявляється не лише через те, що письменник ставить на порядок

⁸ Драненко Г.Ф. Байки Байяра: художня теорія літератури чи/та/є літературознавчий роман. *Питання літературознавства*. 2019. № 99. С.113.

денний низку фундаментальних літературознавчих питань і виступає проти ортодоксальних прочитань, які фіксують значення класичних текстів, знерухомлюючи їх, а через те, що він пропонує читати текст усупереч існуючим прочитанням, в тому числі всупереч своїм власним прочитанням, завжди бачити текст незвично. Він вважає, що тільки так можна досягти глибинного розуміння тексту, адже множинність прочитань не віддаляє, а наближає до тексту. Його головне, його твори виступають тією аномалією, яка провокує, сіє сумнів, змушує нюансувати загальні істини, показує їх крихкість»⁹.

На думку П. Байяра, кожен критичний текст може бути визначений як автофікціональний, адже його наратор розглядається як вигаданий персонаж, який відбиває авторське несвідоме. У літературознавчо-(авто)фікціональних творах самого Байяра фікційний наратор уникає настанови на закритість теоретичних пропозицій. Тому його наратор відноситься до категорії «ненадійного оповідача».

Ключові поняття творів (праць) Байяра - **суб'єкт критичного письма, автофікціональність критичного письма** (критичний текст як текст про Себе + фікціональність цього тексту), **художня самотність стилю критичного тексту, рецептивна множинність критичного тексту.**

Один з напрямів у розумінні рецепції художнього твору, який пропонує Байяр, заснований на припущенні, що письменники надають нам лакуарну версію оповіді не навмисно, а тому, що втрачають контроль над відтвореною письмом оповіддю й просто не знають про все, що трапляється з їхніми персонажами. Це за його назвою, **детективна (поліцейська) критика**. Вона змушує читача перечитати класичні тексти, звертаючи увагу на потенціал **другорядного**. Це такі книги П'єра Байяра, як «Хто вбив Роджера Екройда», «Правда про «Десять негрят»», «Розслідування справи Гамлета. Діалог глухих». В останній з названих книг фікційний наратор у формі літературознавчо-детективного розслідування намагається розв'язати таємницю смерті батька Гамлета, засновуючись не стільки на тексті п'єси, як на критичних текстах про творчість Шекспіра і

⁹ Драненко Г.Ф., с.114.

доходить до такого висновку: «...щоб створити нові прочитання “Гамлета”, слід тлумачити п’єсу, передбачивши майбутні теоретичні парадигми, почати з нуля, здогадатися про те, що нам невідоме, відкинути звичні літературознавчі концепти, працювати з іншою текстовою конфігурацією та сформулювати інші питання до тексту». Коментуючи це, Г.Ф.Драненко пише: «Власне кажучи, своїми провокаційними питаннями до тексту, його тлумаченнями-симуляціями, прагненням непомітно ввести в оману Байяр-байкар змушує перечитувати класичні твори, переглядати їх канонічні прочитання, по-новому формулювати питання до тексту, переформатовувати об’єкт дослідження тощо»¹⁰. До цього ж напряму належить і «Справа собаки Баскервілів», яку П.Байяр супроводжує епіграфом: уривком з книги Джаспера Ффорда «Справа “Джейн Ейр”» про те, що межа між реальністю та вимислом не так надійна, як ми уявляємо: вона схожа на лід на озері. По ньому могли пройти сотні тисяч людей. Але одного разу в якомусь місці лід підтаює і хтось провалюється в долину. А назавтра лід затягується, немов так було завжди. Таким чином П’єр Байяр одразу дає своїм читачам настанову на наявність третього («проміжного») світу, у якому можлива зустріч (відношення) між автором та його героями, читачем та героями твору. А далі він формулює сутність «поліцейської» критики: вона не тільки виявляє слабкі, малопереконливі місця літературних текстів, піддає сумніву внесені вердикти, але й усією рішучістю аналізує книжкові гіпотези, розшукуючи справжніх злочинців. Вихідна теза його «розшуку» - «матеріальні межі тексту ... не співпадають з його суб’єктивними межами».

У книзі про складні відносини Артура Конана Дойла та його героя Шерлока Холмса, який настільки «захопив» думки письменника, що не тільки набув реальності та самостійності, але й почав заважати життю свого автора, французький дослідник пише, що, розвиваючи цю думку, можна припустити, що частину свого життя Конан Дойл відчував, що його буквально переслідує персонаж, якого він сам створив. Персонажу вдалося психологічно підім'яти автора під себе, зробити його життя нестерпним, руйнуючи його зсередини, і при

¹⁰ Драненко Г.Ф., с.125-126.

цьому він (Шерлок Холмс) категорично не погоджувався зійти зі сцени. Оповідач в книзі П. Байяра пропонує два варіанти рішення питання, як таке могло статися. Перша гіпотеза полягає в тому, що Конан Дойл став жертвою власної уяви і почав поводитися по відношенню до детектива так, ніби той був людиною з реального світу, забувши про межі, які начебто відокремлюють реальність від вигадки. Хоча не можна виключити й інший варіант. Але для того, щоб його прийняти, треба погодитися з ідеєю про самостійність літературних персонажів: вони самі розпоряджаються своїм життям, а значить, можуть іноді залишати світ, де мешкають, щоб на якийсь час перебратися в наш. Простір вірогідної зустрічі автора з героєм, або читача з героєм літературного твору Байяр визначає як проміжний світ. У ньому між автором та його створіннями немає ніякої різниці у ступені реальності. Це дає можливість зробити висновок, що, здійснивши кілька розслідувань, Шерлок Холмс, подібно Голему, перестав підкорятися наказам свого творця і зажив власним життям у тих проміжних світах між текстами і читачами, де реальність і вигадка зустрічаються і обмінюються властивостями. Більше того, згадуючи про те, як читачі виборювали право Холмса на подальше життя, ми можемо припустити, пише П'єр Байяр, що самостійність літературних героїв дозволяє їм іноді проникати в реальний світ і гармонійно перебувати в нашому суспільстві або навіть засмучувати все наше життя. На прикладі взаємовідносин Артура Конана Дойла з його героєм французький дослідник (через посередництво свого оповідача) формулює сутність такого явища, як «комплекс Холмса»: емоційна взаємодія, що призводить до того, що деякі письменники та читачі наділяють реальністю вигаданих персонажів і вступають з ними у любовні чи руйнівні відносини. Така взаємодія з літературним персонажем, продовжує він, іноді виявляється настільки інтенсивною, що може призвести до порушень ненадійного кордону між світом реальності та світом вигадки. Комплекс Холмса базується на тому, що людина не в змозі відрізнити реальність від вигадки, а результатом стає уява про самостійність літературних героїв: у них вдихається енергія, завдяки якій вони мандрують між світами та реалізують свої власні плани. Достатньо згадати

історію відносин Артура Конан Дойла з його героєм Шерлоком Холмсом, а саме – намагання автора звільнитися від продовження творчості у галузі детективного жанру шляхом вбивства Холмса, щоб погодитися з тим, що є простір, у якому зникає межа між автором та героєм. Тому й читачами загибель Холмса сприймалася як справжня, трагедія, те, що сталося дійсно.

Найпопулярнішим твором П'єра Байяра є «Як розмовляти про непрочитані книги» (2007). Автор пропонує аналіз процесів читання і тлумачення тексту, розвиваючи теорію читання шляхом творення «теорії не-читання». Але це не заперечення читання книг. Принцип не-читання осмислюється як складова наступного напрямку у розумінні рецепції тексту - **дійсної теорії читання**, що має чітко визначені завдання:

- виокремити основні типи не-читання;
- проаналізувати конкретні приклади розмов про непрочитані книги;
- осмислити читання як багатоаспектну діяльність без матеріальної присутності тексту (рецептивну, критичну, творчу)¹¹

З його точки зору таку критику тексту можна назвати **«некомпетентна критика»** - те, на що здібний будь-який читач, не професійний критик або науковець, а людина з маси, читач з народу. При цьому Байяр, який насправді прочитав дуже уважно кожен з творів, про які пише, викладає свої роздуми про твори у провокаційній формі, користуючись маскою читача-плебея. Пропонуємо один з фрагментів викладу П'єром Байяром тез «некомпетентної критики»:

«Виходить, що ідеальна ситуація — це коли критик заплющує очі на сам твір і розмірковує про те, що він міг би у собі утримувати, так у нього найбільше шансів вловити саме те, що його цікавить, що виходить за рамки однієї книги і характеризує не її саму, а її спільні риси з іншими. І, отже, будь-яке надто уважне читання, а то й взагалі будь-яке читання, - це перешкода, що заважає глибинному осягненню об'єкта критики.

За допомогою такої «поетики дистанціювання» Валері дає теоретичне обґрунтування одному з найзвичніших для кожного способів спілкування з

¹¹ Драненко Г.Ф., с.115

книгою — перегортанню. Адже, прямо скажемо, рідко трапляється, що ми прочитуємо книгу від кірки до кірки, якщо таке взагалі можливе. Здебільшого ми робимо з книгами саме так, як Валері з Прустом, — ми їх перегортаємо.

Однак перегортання теж може припускати як мінімум дві різні дії. У першому випадку книга перегортається по порядку. Читач починає знайомитися з текстом з початку, потім перескакує через кілька рядків або сторінок і просувається таким чином до кінця книги, іноді добираючись до нього, іноді ні. У другому випадку читання відбувається нелінійно: читач не гортає по порядку, а ходить по книзі, як йому заманеться, наприклад, починаючи з кінця. Другий спосіб нічим не гірший за перший. Багато хто читає саме так, і такий спосіб знайомства з книгою ніяк не визначає враження читача і не псує його.

Але поширеність цього методу неабияк підриває звичну систему понять «прочитав — не прочитав», та й саму ідею читання. У яку категорію помістити тих читачів, хто взаємодіяв із книгою досить довго, можливо, багато годин, але не прочитав її від кірки до кірки? Подібне питання можна поставити і про тих, хто, схожий на бібліотекаря у Музиля, озирає книги на відстані, - хто ж буде найкращим читачем: той, хто вчитується в глиб одного твору, але не може розташувати його в загальній картині, або той, хто не занурюється в жоден з творів, зате має уявлення про всі?

Як бачите, ситуація анітрохи не спростилася: важко точно визначити, що означає поняття «не читав» і, отже, означає «читав». Схоже, що найчастіше, у всякому разі, з книгами, які супроводжують нас усередині нашої звичної культури, ми перебуваємо в проміжному положенні між першим і другим, і насправді важко сказати про більшість книг, чи читали ми їх.

Щоб переконатися, що будь-яка книга, про яку ми міркуємо, - це книга-ширма, а також елемент підміни в нескінченній низці всіх книг на світі, достатньо провести простий експеримент - порівняйте спогад про якусь улюблену книгу з вашого дитинства з цією книгою. Ви відразу зрозумієте, наскільки спогади про книги, а особливо про ті, які для нас важливі і стали частиною нас самих, залежать від впливу конкретного моменту і наших несвідомих устремлінь».

Третій напрям, який Байяр використовує, він іменує «**критика передбачення**». Він, за словами Г.Драненко, «містить комплексний літературознавчий дослід функціонування форм темпоральності, мета якого в тому, щоб окреслити відносини, котрі письменники витворюють з часовими категоріями, виявити розбіжності (*décalage*) між часом історичним і часом психічним»¹². Припущення, що письмо, яке передує описаній події, насправді витворює її, що література надихається прийдешнім, обґрунтовується у книзі «Титанік потоне» (2016), об'єктом якої є «літературні передбачення». На прикладі однієї з найбільш відомих катастроф (загибель «Титаніка») дослідник-оповідач намагається розібратися, як письменникам вдається уявити собі та описати майбутнє, передбачити події.

Змістовний модуль 2. Феномен масовості і ЗМІ

Тема 6.

Форми впливу ЗМІ на масову свідомість

Засоби масової інформації (ЗМІ) істотно впливають на формування громадської думки, установок і навіть поведінки. Можна виділити декілька напрямів розгляду питання шляхів впливу ЗМІ на аудиторію: а) характер *відбору та подачі інформації* (що висвітлюється, а що ігнорується; фреймінг - обрамлення – під яким кутом зору надається інформація і в супроводі якого контексту тощо), б) характер *психологічного впливу* ЗМІ на аудиторію (стратегії навіювання, переконання, емоційного впливу, стереотипізації та міфологізації явища, що висвітлюється, створення «ефекту присутності» тощо); в) характер *соціального впливу* ЗМІ (вплив на пріоритети та напрямки суспільної уваги шляхом визначення об'єкту обговорення; передача або закріплення норм поведінки, цінностей; конструювання образу соціальної реальності, який може суттєво відрізнятись від дійсного стану речей тощо); г) характер технологічних методів впливу (використання візуальних образів – фотографій, відеоматеріалів,

¹² Драненко Г.Ф., с.116

графіки для впливу на аудиторію і формування нею розуміння того, про що йдеться; монтаж та редагування: наприклад, зміна послідовності викладу фактів, що також впливає на сприйняття інформації тощо).

«Масова комунікація, масова культура, масові настрої, суспільна думка, масове суспільство, - пише О.А. Іванова, - поняття, що становлять єдину систему явищ, зумовлюють одне одного і одне без одного не існують»¹³. Мас-медіа, продовжує дослідниця, «конструюють реальність (хоч і не лише вони), як реальну, так і мас-медійну: ЗМК формують (бо так собі уявляють) суспільну свідомість, і самі ж в результаті змушені реагувати, пристосовуватися до цих уявлень про реальність, враховувати в побудові своїх комунікацій.

Крім того, мас-медіа збуджують інтерес аудиторії до певної теми (яка має в межах відповідної соціокультурної зони свої способи актуалізації), а потім, відбиваючись у суспільній свідомості, використовуючи комунікаційний канал мас-медіа, спричиняють зміни саме в цій сфері. За такої логіки розуміння роботи мас-медіа система роботи ЗМК включає особистий контакт з аудиторією: позиції читачів спровоковані, відібрані в системі внутрішніх мас-медійних комунікацій, тож коли вони публікуються, - здобувають відповідну для даного мас-медіа форму подачі.

Обидві вище зазначені тези наштовхуються на висновок: мас-медіа – це демонстрація того, яким є опис суспільством самого себе, адже позиція мас-медіа закорінена у принципах бачення дійсності цим соціумом»¹⁴

Найбільш важливі (поширені) форми впливу засобів масової комунікації на аудиторію – пропаганда та маніпуляція. **Пропаганда** – особливий вид соціальної діяльності, основною функцією якої є розповсюдження ідей та іншої інформації, впровадження стереотипів поведінки та реакції на події у зовнішньому світі з метою формування певних поглядів, уявлень та емоційних станів, і завдяки цьому – впливу на поведінку людей.

Типологія пропаганди: біла, сіра, чорна.

¹³ Іванова О. Сад літератури в журнальній оптиці сучасності: Медіакомунікації з, для і про літературу: Монографія. Одеса: Астропринт, 2009. С.75.

¹⁴ Іванова О. Сад літератури... С.83.

1. Біла – пропаганда, що поширюється та визнається джерелом інформації або його офіційними представниками.

2. Сіра – пропаганда, яка спеціально не ідентифікує своє джерело інформації.

3. Чорна – це та, яка презентується, видається вихідною із іншого джерела замість достовірного.

Пропаганда за своєю природою деструктивна: це нав'язування людям тих або інших переконань за принципом «мета виправдовує засоби». Мета негативної пропаганди – розпалювання соціальної ворожнечі, нагнітання соціальних конфліктів, загострення суперечностей у суспільстві, пробудження низинних інстинктів у людей тощо. Це роз'єднує людей, робить їх слухняними волі пропагандиста. Основна функція негативної пропаганди – створення ілюзорної паралельної реальності з «перевернутою», або спотвореною системою цінностей, переконань, поглядів. Негативна пропаганда активно використовує низьку критичність та навіюваність мас, щоб маніпулювати цими масами в інтересах невеликої групи осіб.

Пропаганда тим ефективніша, чим більш активізувалися ірраціональні інстинкти у суспільстві, чим більше напруга. Пропаганда – «контроль за громадською думкою за допомогою соціальних символів» (Г.Лассуелл). Правда, він досліджував роль пропаганди під час війни (Першої світової) і тому надав позитивний сенс пропаганді – концентрація мас навколо ідеї перемоги у війні.

Маніпуляція. Від лат. *manipulare* – керувати, керувати зі знанням справи. Система засобів ідеологічного та соціально-психологічного впливу з метою зміни масою власних висновків, розуміння, поведінки; психологічний тиск з метою керування поведінкою людей, який має прихований характер і заснований на абсолютній довірі людей, які сприймають будь-яку інформацію. Найбільш успішною є та маніпуляція, яку ніхто не помічає.

(визначення американського професора факультету ЗМІ Герберта Шіллера) – приховане програмування думок, намірів, почуттів, ставлень, установок, поведінки.

(визначення С.Кара-Мурзи – з точки зору політичної влади) – вид застосування влади, при якому той, хто володіє нею, впливає на поведінку інших, не розкриваючи характер поведінки, яку він від них очікує.

Маніпуляція – система психологічного впливу, який орієнтовано на запровадження ілюзорного світосприйняття.

Методи маніпулювання громадською думкою:

«Визначення»: ідеї, особистості, об'єкти поєднуються з певними характеристиками (позитивними чи негативними залежно від завдань, які ставлять перед собою маніпулятори), які через їх часте повторювання засвоюються людьми як очевидні, які не потребують доказів.

Часте повторення: переконливою здається інформація, яку людина запам'ятала и була в змозі повторити, тому ефективна пропаганда повинна бути простою и повторюватися декілька разів.

Створення загрози: головне завдання – створити псевдо загрозу, або у багато разів посилити реальну загрозу і при цьому – відволікти від актуальних проблем.

Констатація факту: бажане подається як таке, що вже відбулося.

Використання медіаторів (людей, що мають високий статус у суспільстві, думки яких мають велику цінність)

Інтерпретація фактів замість їхнього представлення: певним особам, подіям, вчинкам одразу надається оцінка; це перешкоджає критичному осмисленню аудиторією та сприяє створенню системи стереотипів та «наклеєних» ярликів.

«Блискуча всезагальність»: зображаючи події, у яких необхідно заручитися підтримкою аудиторії, застосовують вирази, які переконують, що абсолютна більшість суспільства підтримує таку точку зору («переважна більшість», «громадська думка»).

«Рекомендація»: потрібна теза вкладається в уста особистості, яка користується високою популярністю в певних суспільних колах (відомий вчений, журналіст, письменник, артист, спортсмен тощо).

Залучення до лав політичних сил, експертів популярних особистостей для просування своїх ідей та інтересів.

«Перенесення»: безумовний авторитет певної особи чи політичної сили переноситься на людину, яку потрібно популяризувати.

Некоректне використання соціологічної інформації (без вказівки на те, ким було проведено дослідження, обсяг вибірки, підміна понять).

Низку маніпулятивних прийомів, які можуть бути застосованими в аналітичних жанрах, наводить О.Пархітько¹⁵. Серед них:

Цілеспрямований підбір фактів для аналізу.

Вибір концептуальної основи, яка свідомо звужує можливості аналізу інформації.

Тенденційний підбір коментаторів та експертів.

Рекламно-комерційна скерованість тексту

Апріорі відомий антигерой

Упереджені авторські коментарі та оцінки.

Необ'єктивне прогнозування

Підробка результатів соціологічних досліджень

Тенденційне використання статистики

Активне втручання в ситуацію

Використання провокативних запитань

Вибіркове висвітлення тем

Тенденційне коментування

Вибір заголовків.

Шляхи протидії інформаційним впливам:

макрорівень полягає у реалізації послідовної та комплексної інформаційної політики держави; вона повинна включати як створення умов для незалежності та свободи слова у ЗМІ, так і створенні єдиного інформаційного простору для

¹⁵ Пархітько О. Маніпулятивні прийоми в аналітичних жанрах. *Діалог. Медіа-студії: Зб.наук.праць.* 2012. Вип.14. С.217-225.

громадян України з недопущенням корисливого «зовнішнього впливу» на громадську думку;

мезорівень, що включатиме діяльність самих ЗМІ без використання маніпулятивних технологій та методів (правдиве, об'єктивне та неупереджене висвітлення фактів);

макрорівень, що полягає у активності самих громадян та соціальних груп. Для протидії будь-яким впливам необхідним є самостійний пошук та всебічне вивчення інформації про подію з різних джерел та формування власної громадянської позиції.

Для того, щоб протидіяти маніпулюванню, треба чітко визначити, з якого ресурсу ми отримуємо інформацію. Звернемося до поради Оксани Мороз. Вона порівнює справжні медіа та сайти, які називає «сміттярками» («подають суцільні сенсації, на таких сторінках засилля дуже емоційних повідомлень і все вже вирішили за вас. І пояснили: що думати про новину і як діяти»¹⁶). «У справжніх медіа, - продовжує авторка, - має бути все навпаки. Там панують чіткі журналістські стандарти, згідно з якими інформацію подають читачеві на тарілці. Ось тут перевірені факти, тут думки різних сторін та експертів, це контекст, у якому все відбувається. А тут передісторія. І все без емоцій чи підштовхування читача до певної думки. Рішення приймає він, а не журналіст або редактор»¹⁷. Таким чином, у першу чергу, слід зрозуміти, з яким медіа ми маємо справу.

Тема 7.

Вплив соціальних мереж на масову культуру та масової культури на платформи соціальних мереж

Наше повсякденне життя стає все більш пов'язаним з соціальними мережами. Людина іноді вже не уявляє собі власне існування без Facebook, Instagram, спілкування з Інтернет-спільнотою. Поширення інформації через Інтернет та соціальні мережі дозволяє охопити величезну аудиторію «Дослідники, - пише

¹⁶ Мороз О. Як не стати овочем. Інструкція з виживання в інфопросторі. Харків: Віват, 2022. С.149

¹⁷ Мороз О., с.150

Г.П. Бежнар, - роблять наголос на тому, що сьогодні майже неможливо осмислювати масову культуру поза її новою медіа інфраструктурою»¹⁸. Соціальні мережі впливають на різні аспекти життя людей у наш час, включаючи масову культуру. У той самий час, і масова культура надає зворотний вплив на соціальні мережі, формуючи їх контент і тенденції. Це складний та взаємопов'язаний процес, який ми розглянемо докладніше.

Вплив соціальних мереж на масову культуру:

- **Поширення та популяризація:** Соціальні мережі стали потужним інструментом розповсюдження культурних продуктів. Музика, фільми, книги, мем, жарти – все це миттєво розлітається по мережі, досягаючи мільйонів користувачів. Завдяки цьому навіть твори незначної художньої цінності можуть швидко набути популярності і стати частиною масової культури.

- **Створення трендів та вірусності:** Соціальні мережі сприяють формуванню трендів. Хештеги, челенджі, вірусні відео - все це швидко набирає популярності і стає частиною масової культури. Користувачі беруть активну участь у створенні та розповсюдженні контенту, що посилює ефект вірусності.

- **Вплив на музичну промисловість:** Соціальні мережі змінили методи просування та споживання музики. Артисти використовують платформи для спілкування з фанатами, публікації нових треків та анонсів.

- **Формування нових форм мистецтва:** У соціальних мережах з'являються нові форми творчості, як-от відеоблоги, короткі відео, меми, фан-арт. Ці форми швидко стають популярними та впливають на традиційні види мистецтва.

- **Зміна мови та спілкування:** Соціальні мережі впливають на мову та способи спілкування. З'являються нові слова, висловлювання, скорочення, які швидко поширюються та стають частиною масової культури.

- **Демократизація культури:** Соціальні мережі дають можливість кожному стати творцем контенту та впливати на масову культуру.

Вплив масової культури на соціальні мережі:

¹⁸ Бежнар Г.П. Масова культура, соціальні мережі та подружня гармонія. *Humanitarian studies: pedagogics, psychology, philosophy*. 2021. Vol.12 (4). С. 96

- **Формування контенту:** Масова культура постачає величезну кількість контенту для соціальних мереж. Фільми, серіали, музика, знаменитості – це стає темами для обговорення, створення мемів, фан-арту та іншого контенту.

- **Визначення тем для обговорення:** Масова культура ставить теми для обговорення у соціальних мережах. Новини про знаменитостей, прем'єри фільмів, музичні релізи – все це стає приводом для дискусій та обміну думками.

- **Створення спільнот:** Навколо популярних фільмів, серіалів, музичних груп формуються спільноти у соціальних мережах. Ці спільноти об'єднують людей зі схожими інтересами та сприяють поширенню масової культури.

- **Вплив на дизайн та функціональність:** Популярні тренди у масовій культурі можуть впливати на дизайн та функціональність соціальних мереж. Наприклад, поява сторіс в Instagram була натхнена Snapchat, який став популярним завдяки своїй орієнтації на візуальний контент.

- **Використання масової культури у рекламі та маркетингу:** Бренди активно використовують елементи масової культури у своїй рекламі та маркетингу у соціальних мережах. Це дозволяє їм привернути увагу аудиторії та створити емоційний зв'язок із споживачами.

Взаємозв'язок та взаємовплив:

Важливо, що діалог соціальних мереж та масової культури – це діалектична взаємодія, де обидві сторони постійно впливають одна на одну. Соціальні мережі надають платформу для поширення та створення масової культури, а масова культура, у свою чергу, формує контент та тенденції у соціальних мережах.

Соціальні медіа допомагають людині знайти або надати необхідну інформацію, поспілкуватися, отримати допомогу, підтримати теплі он-лайн стосунки тощо. В той же час феномен зростання часу перебування людини у соціальних мережах яскраво підтверджує загальне відчуження, порушення традиції безпосередньої комунікації. Наведемо приклад тих же самих емодзі, які все частіше використовуються замість традиційного старого листування і вербального вираження почуттів. Мережеве спілкування, з одного боку рятує

сучасну людину від самотності, а з іншого - значною мірою ускладнює процес самоідентифікації, оскільки дозволяє їй самій, як і її співбесіднику, легко змінювати свою стать, вік, національну приналежність. Сховавшись за маскою («ніком»), вона може моделювати свій образ у будь-який спосіб. Саме тому, що мережева ідентифікація може перетворитися на гру, таке спілкування стає перешкодою для виявлення та дійсного, а не штучного, подолання людиною власної «самості». На це звертають увагу і сучасні письменники. Так, наприклад, в оповіданні чеської авторки Ірени Доусковой «Гарний день»¹⁹, зневірена дівчинка розповідає в інтернет-групі про свого брата, якого вона, нібито, намагається врятувати від самогубства, а насправді, як виявляється, випитує спосіб відходу з життя для самої себе. Вона виступає під ніком *брендушка, 17*. Своє перше послання вона починає проханням підказати, чи можна вбити себе за допомогою ліків (алпрозоламу і ксаналу). На її звернення члени Інтернет-спільноті відповідають по-різному: хтось, як *Наступник, 38*, підтримує доцільність бажання увійти з життя і пропонує більш радикальні засоби («Прив'яжи себе до рельсів, це точно спрацює...»), або на питання, де знайти ліки, щоб вмерти, радить: «...це треба через нет робити. Там все можна намотити»; хтось, навпаки, намагається захистити. Але тільки один член спільноти краще всіх розуміє, чого потребує той, хто ховається за ніком *брендушка, 17* і пише: «...Має право, щоб хтось до неї поставився серйозно. Принаймні тут. Якби таких було більше, їй би не довелося сюди писати...». Читач так і не дізнається, чим все завершилося. Останній запис («Спасибі. Здається, я вже все зрозуміла») мало що пояснює у цьому плані, але така кінцівка твору залишає надію на те, що *брендушка, 17* знайшла відгук на свій неспокій і він її зупинить від подальших пошуків смерті. Як і навпаки, саме завдяки спілкуванню у соціальній мережі, знайшла зручний засіб піти із життя.

Ще на одному аспекті взаємодії соціальних мереж і масової культури зосереджують увагу О. Гаврилук та А. Гнатюк, які пишуть: «Завдяки технології

¹⁹ Оповідання Ірени Доусковой «Гарний день» надруковано в книзі: У чехів. Антологія сучасного чеського оповідання / Упоряд. Л.Ржегоржікова, І.Забіяка. Київ: А-БА-БА-ГА-ЛА-МА-ГА, 2021. С.132 – 143.

Web 2.0 інтернет-користувачі поширюють різноманітний контент, трансформуючи масову культуру насамперед не лише через її комерціалізацію, висунення вимоги яскравості та видовищності продукту масової культури, а й насадження певних стереотипів сприйняття і поведінки тощо. У такий спосіб популяризуються культурні тексти масової культури, які залучають усе більшу аудиторію, сприяють культурному обміну та міжкультурному діалогу. Такий взаємозв'язок соціальних мереж і культурного простору дає змогу простежити ознаки та особливості модернізації різних спільнот у контексті глобальних, регіональних процесів на рівнях особи, окремого суспільства та всього людства, сприяючи досягненню взаєморозуміння між людьми. Водночас соціальні мережі, через їхню не просто відкритість, а «вседозволеність», поширюють і подекуди підтверджують тезу про масову культуру як про культуру розваг та аморальності, що дає підстави вести мову про певну культурну деградацію людства загалом»²⁰. Таким чином, як бачимо, процес впливу соціальних мереж на масову культуру має як позитивні так і вкрай протилежні результати. І тут на перше місце виходить проблема моральних настанов і цінностей.

ТЕМИ ТА ПЛАНИ ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ

Практичне заняття 1

Тема: Маніпулятивні стратегії та шляхи протидії їм

ПЛАН:

1. Зміст поняття «маніпуляція», мета маніпуляції.
2. Маніпулятивні стратегії – визначення, інтерпретація замість представлення фактів, підміна, настанова на узагальненість.
3. Галузі застосування маніпулятивних стратегій

²⁰ Гаврилюк О., Гнатюк А. Взаємовплив соціальних мереж і масової культури: роль і значення алгоритмів. *Питання культурології*. 2023. № 42. С.96

4. Рівні та стратегії протидії інформаційним впливам

Рекомендована література:

1. Бернет Д. Наш Дивакуватий мозок. Харків: Vivat, 2019. 140 с.
2. Бойко О.Д. Політичне маніпулювання. Київ: Академія, 2010. 432 с.
3. Була С. Соціальні мережі як інструмент політичної маніпуляції. *Політикус*. 2020. Вип.4. С.21-25.
4. Демідова А.Ярова А. Засоби масової інформації як «четверта неформальні гілка публічної влади»: способи медіа-маніпуляції. URL: http://www.dy.nauka.com.ua/pdf/4_2018/102.pdf.
5. Мазьняк Р.О. Політичне маніпулювання: теоретико-методологічний аналіз поняття. *Політикус*. 2021. Вип.5. С.48 – 52.
6. Мороз О. Як не стати овочем. Інструкція з виживання в інфопросторі. Харків: Віват, 2022. 208 с.
7. Пархітько О. Маніпулятивні прийоми в аналітичних жанрах. *Діалог. Медіа-студії: Зб.наук.праць*. 2012. Вип.14. С.217-225. Бойко О.Д. Політичне маніпулювання. Київ: 2010. 432 с.
8. Поліщук Ю., Гнатюк С., Сейлова Н. ЗМІ як канал маніпулятивного впливу на суспільство. *Укр.наук.журн.інформ.безпеки*.2015. Т.21. № 3. С.301-308.
9. Почепцов Г.Г. Сучасні інформаційні війни. Київ: Києво-Могилянська академія, 2015. 468 с.
10. Пригорницька О. ЗМІ як інструмент маніпуляції громадською думкою: виявлення, оцінка, протидія. *Наукові праці Національної бібліотеки України імені В.І.Вернадського*. 2019. Вип.53. С.185-199.
11. Чалдині Р. Психологія впливу. Харків: Книжковий клуб «Клуб Сімейного Дозвілля», 2016. 368 с.

Практичне заняття 2

Тема: Можливості мистецького та літературно-художнього журналу протидіяти тривіальності

Підготовка до практичного заняття полягає у виборі студентом сучасного журналу мистецької або літературно-художньої спрямованості та презентації цього журналу за таким планом:

1. Семантика назви журналу. Історія видання.
2. Співвідношення візуального та наративного в журналі.
3. Рубрики журналу та зміст обраного випуску.
4. Наявність / відсутність коментарів до наданих матеріалів; форми впливу на читача.
5. Вирішення проблем масового / елітарного сприйняття витворів візуального або словесного мистецтва на сторінках журналу.

Рекомендована література

1. Глушко М. Мистецькі журнали в сучасній Україні: особливості контенту. *Вісник Львівської національної академії мистецтв. Серія: Культурологія.* 2016. Вип.29. С.47 – 57.
2. Іванова О. Сад літератури в журнальній оптиці сучасності: Медіакомунікації з, для і про літературу: Монографія. Одеса: Астропринт, 2009. 368 с.
3. Мазур Ю.В. Журнал про сучасне візуальне мистецтво: ризик втратити українського митця. *Масова комунікація: історія, сьогодні, перспективи.* Луцьк. 2013. № 3 (3). С.70 – 75.
4. Монич Л.М. Особливості жанрового контенту сучасних літературно-художніх журналів в Україні. *Вісник Харківського національного університету імені В.Н.Каразіна.* 2012. № 1027. URL: http://www.philology.univer.kharkov.ua/nauka/e_books/visnyk_1027/content/monych.pdf

Практичне заняття 3

Тема: Масова література в жіночих періодичних виданнях

ПЛАН:

Обрати сучасний журнал, орієнтований на жінок як читацьку аудиторію («Ліза», «Єва», «Кокетка»,» «Жіночі секрети», «Панна», «Порадниця», «Vogue UA» «ELLE Україна онлайн» тощо) і створити презентацію, спираючись на такий план аналізу журналу:

1. Семантична завантаженість та функції назви видання.
2. Тематика та жанровий склад публікацій у виданні. Коло проблем, що вирішуються в матеріалах.
3. Співвідношення об'єктивності і суб'єктивності, в поданні матеріалів.
4. Авторські стратегії впливу на читача

Рекомендована література:

1. Дяченко І. До проблеми елітарного жіночого журналу: теоретичний аспект. *Держава та регіони*. 2013. № 1. С.82 – 86.
2. Кость С. Жіноча преса. *Вісник Львівського університету. Серія: Журналістика*. 2007. Вип. 30. С.123 – 141.
3. Мамич М. Медіатекст у контенті українського жіночого журналу. *Українська мова*. 2015. № 4. С.125 – 133.
4. Мудра І., Кіца М. Українські жіночі мережеві журнали: види, кількість та їх особливості. *Образ*. 2023. Вип.2 (42). С.62 – 68.

Практичне заняття 4

Тема: Сучасний глянце́вий журнал – складова масової культури

Підготовка до практичного заняття передбачає вибір одного з глянце́вих журналів,, його презентацію за таким планом:

1. Визначення змісту поняття «глянце́вий журнал».

2. Ознаки, за якими журнал можна вважати глянцеvim (періодичність, об'єм, поліграфічна якість, характер сприйняття - для читання або для перегляду, тематика).
3. Спрямованість глянцевого журналу – порушення актуальних соціальних, політичних проблем або надання реципієнту насолоди, відчуття задоволення, спокою і приналежності до кола «обраних», причетності до яскравого «глянцевого» світу.
4. Співвідношення текстового та візуального рядів.
5. Наявність / відсутність реклами

Рекомендована література:

1. Демченко В. Феномен жіночого глянцевого часопису: особливості читацького сприйняття. *Наукові записки Інституту журналістики*. 2017. Т.8. С.9-13.
2. Мальцева Я. Мас-медіа та особливості поширення масової культури в Україні. *Збірник праць науково-дослідного інституту пресознавства*. 2012. № 2 (20). С.240-250.
3. Мар'їна Л. Журналістика і культура: динаміка взаємодії. Львів: ПАІС, 2013. 164 с.
4. Масімова Л.Г. Візуальна репрезентація журнального контенту. *Наукові записки Інституту журналістики*. 2013. Т.53 (жовтень-грудень). С.287 – 289.
5. Семко Я.С. Гламур як соціально-філософський феномен українського суспільства. Дис.. ..кандидата філософських наук. 09.00.03: Соціальна філософія та філософія історії. Одеса, 2019. 218 с.

Практичне заняття 5

Тема: Культура доби постмодернізму: поєднання елітарності з масовістю

ПЛАН:

1. Обрати для аналізу один з романів (Умберто Еко «Ім'я рози», П.Зюскінда «Парфуми», Дж.Фаулза «Коллекціонер»).

2. Виявити ознаки орієнтації автора постмодерністського тексту на «підготованого» (досвідченого, такого, який має фах у прочитанні тексту, володіє знаннями у галузі мистецтва, літератури, мови і здібний підтримати філософське навантаження твору). Виявити алюзії на інші художні твори, ознаки мовної та літературної гри автора, сенс включення міфопоетичної складової у текст твору.
3. Виявити ознаки орієнтації постмодерністського тексту на «непідготованого» читача, якого може зацікавити лише цікавий сюжет, частіше – детективний, який орієнтується на отримання відпочинку з книгою у руках.

Рекомендована література:

1. Бовсунівська Т.В. Жанрові модифікації сучасного роману: монографія. Харків: Вид-во «Діса-плюс», 2015. 368 с.
2. Гаврило І., Славич Т., Рошко М. Літературний текст із грою, направленою на процес. *Сучасні дослідження з іноземної філології*. 2021. Т.20. С.206-214. DOI: <https://doi.org/10.32782/2617-3921.2021.20.206-214>.
3. Драч І.Д. Масова та елітарна література: межі функціонування термінів. *Вісник Житомирського державного університету*. 2011. Вип. 58. Філологічні науки. С.116 – 120.
4. Клос О. Ігрова модель художнього світу у візії постмодернізму. *Вісник Львівського університету. Серія філологічна*. 2018. Вип.67. Ч.2. С.194-201.

Практичне заняття 6

Тема: Кітч і кліше в творах сучасного мистецтва і в повсякденному житті.



ПЛАН:

1. Переглянути наведені характеристики кітчю:
 - Спрощене подання тематики, а тому – доступність;
 - Використання стереотипних образів і сюжетів;
 - Сентиментальність – кітч переважним чином впливає на почуття, хоча і дуже поверхово – викликає скоріше розчуленість;
 - Яскравість, це те, що одразу впадає в очі;
 - Масовість (створюється для широкої аудиторії і часто створюється серійно);
 - Орієнтованість на споживача, зануреного у рутину повсякденного життя;
 - Ангажованість, а тому і відсутність художньої ролі (це псевдомистецтво, яке є засобом для досягнення економічних (або будь-яких інших крім естетичних) цілей);
 - Нерозривність зв'язку між зображуваним і зображенням (копіювання зображуваного, а не відтворення його);
 - Безпечність – кітчевий витвір не вимагає глибокого усвідомлення, не викликає складних емоцій, переживань

- Використання того, що вже визнано ефективним для публіки (заздалегідь автор знає, що це «спрацює» на реципієнта) і що не ризикує бути революційним відкриттям.
- 2. Підібрати приклади кітч (сувеніри, світлини, листівки, елементи декору), описати прояви кітч і моді, спорту, інтер'єрі, навести приклади кітч з естради, літератури, малярства тощо. До речі, а в журналістиці можливі кітчі?
- 3. Пояснити, чому кітч може приваблювати.
- 4. Відповісти на питання: за якими критеріями можна вважати одну і ту ж саме річ проявом кітч і об'єктом насолоди, або чи завжди те, що ми вважаємо кітчем сьогодні, буде сприйматися як кіч завтра? Чи завжди кітч – це погано? що слід зробити, щоб твій витвір не був кітчем?

Рекомендована література:

1. Бежнар Г.П. Теорія масової культури: курс лекцій: навчальний посібник (електронне видання). Київ, 2020. URL: <http://www.philosiphy.univ.kiev.ua>
2. Бушанський В. Становлення масової культури: шлях до кітч і андеграунду. *Наукові записки ІПіЕНД 64м.. І.Ф. Кураса НАН України*. 2012. Вип. 4 (60). С.122 – 134.
3. Гундорова Т. Кітч і література. Травестії. Київ: Факт, 2008. 284 с.
4. Тканко О. Мода і кітч: метаморфози образів костюму. *Вісник Львівської національної академії мистецтв*. 2015. Вип.26. С.61 – 68.

Практичне заняття 7

Тема: Реаліті-шоу як складова масової культури

ПЛАН:

1. Визначення змісту поняття «реаліті-шоу». Формула А. Фанта сутності цього жанру.
2. Історія появи та набуття популярності реаліті-шоу
3. Різновиди реаліті-шоу за тематикою, ступенем документальності, психоемоційними та ціннісними підставами, кількістю учасників тощо.
4. Дискурсивні характеристики реаліті-шоу.

5. Фактори впливу на популярність реаліті-шоу.

Рекомендована література:

1. Гаврилук І. Реаліті-шоу на українському телебаченні: різновиди, типологічні пріоритети, особливості функціонування. *Журналістика*. 2013. Вип.12 (37). С.90-98.
2. Куріхін А.А. Феномен популярності реаліті-шоу серед представників покоління Y. *Вчені записки ТНУ імені В.І.Вернадського. Серія: Філологія. Соціальні комунікації*. 2020. Т.31 (70). № 3. Ч.3. С.146 – 151. DOI: <https://doi.org/10.32838/2663-6069/2020.3-3/23>
3. Михед О. Бачити, щоб бути побаченим: реаліті-шоу, реаліті-роман та революція онлайн. Київ: ArtHuss, 2016. 344 с.
4. Романюк О. Реаліті-шоу як особливий жанр телевізійного дискурсу. *Південний архів: Зб.наук.праць. Філологічні науки*. 2017. Вип.LXXI. С.111-115.

Практичне заняття 8

Тема: Перформативний потенціал сучасного мистецтва

ПЛАН:

1. Зміст поняття «перформанс», історія перформансу як візуального мистецтва.
2. Види, складові та мета перформансу.
3. Перформанс та концептуальне мистецтво.

Рекомендована література:

1. Вишеславський Г. Перформанс в культурі та мистецтві 1950-2010-х років. Плинність форм і змістів. *Сучасне мистецтво*. 2019. № 15. С.77 – 102.
2. Гладун Д.В. Поетичний перформанс і поетичні читання: точки дотику. *Закарпатські філологічні студії*. 2020. Вип.14. Т.2. С.157 – 161.

3. Шумська Я. Інсталяція та перформанс у мистецтві кінця XX – початку XXI століття: українсько-польські співпраця, творчі експерименти та взаємовпливи. Львів: Львівська національна академія мистецтв, 2017. 384 с.
4. Шумська Я. Зв'язок минулого і сьогодення у мистецтві перформансу. *Вісник Львівської національної академії мистецтв*. 2012. Вип. 23. С.79 – 87.

Практичне заняття 9

Тема: Комікс як жанр сучасної масової літератури

ПЛАН:

1. Визначення змісту поняття комікс: «комікс-бук», «комікс» - жанр і комікс – засіб складання зображень.
2. Історія виникнення і розвитку коміксів
3. Жанрові різновиди коміксів (вестерн, горор, супергероїка, любовні комікси, підліткові комедії тощо)
4. Типи персонажів коміксів.
5. Співвідношення малюнку та слова в тексті.

Рекомендована література:

1. Данкан Р., Сміт М., Левіц П. Сила коміксів. Історія, форма й культура / пер. з англ.. Д.Скорбатюка. Київ: ArtHuss, 2020. 512 с.
2. Макклауд С. Зрозуміти комікси. Невидиме мистецтво , пер. з англ.. Ярослава Стріха. Київ: Рідна мова, 2019. 224 с.
3. Насалевич Т.В., Рябуха Т.В. Становлення коміксу як жанру сучасної літератури. *Вчені записки ТНУ імені В.І.Вернадського. Серія: Філологія. Соціальні комунікації*. 2020. Т.31 (70). № 4. Ч.3. С.144 – 149.
4. Почепцов Г. Комікси як засіб трансляції соціальних смислів. Супермен і Гаррі Поттер: конструювання нематеріального в масовій культурі. Київ, 2013. 288 с.

Практичне заняття 10

Тема: Готичний роман XVIII ст. і сучасна неоготика

ПЛАН:

1. Фактори, що викликали появу готичного роману в літературі другої половини XVIII ст. Зразки жанру (Х.Волпол, А. Редклиф, М.Х. Льюїс)
2. Специфічні ознаки готичного жанру, зв'язок готики з тотемічними уявленнями.
3. Історія готичного стилю в мистецтві архітектури.
4. Ознаки сучасної неоготики.
5. Готи як молодіжна субкультура.

Рекомендована література:

1. Біла А. Проблема українського мас-роману. *Кальміус. Літературно-мистецький альманах*. 2000. № 3-4 (11-12). URL: <http://www.kalmiyus.hI.ru/nomer5/tsti/bila.shtml>
2. Галич О.Б. Диференційні ознаки категорії містичне в англійській «готоці». *Науковий вісник Волинського національного університету імені Лесі Українки*. 2010. № 9. С.100-102.
3. Ладонько Л., Ціліна Д. Молодіжні субкультури як важливий фактор соціалізації сучасної молоді. *Актуальні питання гуманітарних наук*. 2024. Вип.75. Т.2. С.43-48.
4. Федосова М. Темні наративи українського постмодерну. Сучасна неготична проза: Монографія. Дніпропетровськ: Журфонд, 2015. 166 с.

Практичне заняття 11

Тема: «Чи пам'ятаєш ти Анаїт» М.Бюссі як твір мід-культури

ПЛАН:

1. Трактування змісту поняття «мід-культура» як проміжної, медіумної культури, приклади творів мід-культури з музики, кінематографу, популярної літератури тощо.

2. Переплетіння двох часових ланок у творі – сучасність автора і читачів та доба романтизму, Віктора Гюго, реальної акторки Анаїс Обер.
3. Шляхи популяризації суто історико-літературної і біографічної складової твору, жанрові ознаки твору

Рекомендована література:

1. Бежнар Г.П. Теорія масової культури: курс лекцій: навчальний посібник (електронне видання). Київ, 2020. URL: <http://www.philosiphy.univ.kiev.ua>
2. Сучасна масова література як феномен культури: навчальний посібник / Уклад. А.В. Землянська, Т.М. Шарова. Мелітополь: ФОП Однорог, 2021. 100 с.
3. Філоненко С.О. «Література № 2»: місце популярної белетристики в літературній ієрархії. *Актуальні проблеми слов'янської філології*. 2010. Вип. XXIII. Частина 1. С.381 – 388.

Практичне заняття 12

Тема: Жанрова природа роману К.Далчер «Голос»

ПЛАН:

1. Історія формування утопії та антиутопії в літературі.
2. Лінгвістична, соціально-психологічна складові роману Далчер. Ідейна спрямованість твору.
3. Використання авторкою розповсюджених штамтів «рожевого» та «детективного» романів як складові жанрової природи роману Далчер.

Рекомендована література:

1. Сучасна масова література як феномен культури: навчальний посібник / Уклад. А.В. Землянська, Т.М. Шарова. Мелітополь: ФОП Однорог, 2021. 100 с.
2. Іванова А.О. Жанрові особливості антиутопії: теоретичний аспект. *Закарпатські філологічні студії*. 2020. Вип.13. Т.3. С.77 – 81.
3. Іконнікова М.В. Антиутопічний дискурс в оцінці літературознавства ХХ століття. *Вісник Житомирського державного університету імені Івана Франка*. 2007. 3 (33). С.142 – 145.

4. Кулікова І.І. Термін антиутопія в контексті літературного процесу ХХ століття. *Актуальні проблеми літературознавчої термінології: Науковий збірник*. 2017. Вип.2. С.198 – 201
5. Пархоменко І.І. Антиутопія: інтерпретація в сучасному літературознавстві. *Вісник Харківського національного університету імені В.Н.Каразіна. Серія: Філологія*. 2011. № 61 (936). С.217 – 223.
6. Пархоменко Е.О. Трансформація жанру антиутопії під впливом масової культури на матеріалі трилогії Лорен Олівер «Деліріум». *Наукові записки ХНПУ ім. Г.С.Сковороди. Літературознавство*. 2021. Вип.1 (97). С.111 – 127.

Практичне заняття 13

**Тема: Питання доцільності вимислу в літературному творі в романі
Дельфін де Віган «На реальних подіях»**

1. Символіка назви роману, співпадіння імен героїні та авторки біографічних фактів.
2. Обговорення проблеми вимислу, реаліті-шоу, реаліті-роману на сторінках твору. Сутність діалогу-суперечки Дельфін та Л.
3. Функції цитації Ролана Барта, алюзій на «Мізері» Стівена Кінга в романі як прояву тяжіння авторки до науковості та художності подання матеріалу.

Рекомендована література:

1. Дудніков М.О. Вимисел та домисел (до проблеми історичної та художньої правди). *Вісник Запорізького національного університету. Філологічні науки*. 2012. № 3. С.81 – 85.
2. Літературний кошмар «Заснований на реальних подіях». URL: <https://moviegram.com.ua/dapre...>

3. Сердюк О. Факт і його освоєння як головна проблема американської «нової журналістики». *Вісник Львівського університету. Серія іноземні мови.* 2012. Вип.20. Ч.2. С.126-131.

Практичне заняття 14

Тема: «Французький роман» Фредерика Бегбедера як реаліті-роман

1. Філософська, психологічна, соціальна складові роману.
2. Функції включення роздумів автора про значні історичні події в текст твору.
3. Провокативність поведінки автора-героя, декларування автором своєї літературної та суспільної позиції нігіліста та бунтівника.

Рекомендована література:

1. Мілованова В.В. Сучасна зарубіжна література (кінець ХХ – початок ХХІ століття): навчальний посібник. Суми: Вид-во Сум. ДПУ імені А.С.Макаренка, 2013. 172 с.
2. Михед О. Бачити, щоб бути побаченим: реаліті-шоу, реаліті-роман та революція онлайн. Київ: ArtHuss, 2016. 344 с.
3. Мусій В.Б. Роман Кадзуо Ішігуро «Похований велетень» в контексті опозиції «час – пам'ять» в сучасній метамодерністській літературі. *Вісник науки та освіти серії філологія, культура і мистецтво, педагогіка, історія та археологія, соціологія.* 2024. № 1 (19). С.343 – 356. DOI: [https://doi.org/10.52058/2786-6165-2024-1\(19\)-343-356](https://doi.org/10.52058/2786-6165-2024-1(19)-343-356)
4. Фесенко В.І. Новітня французька література: навчальний посібник для студентів філологічних факультетів вищих навчальних закладів. Київ: Видцентр КНЛУ, 2015. 273 с.

Питання для підсумкового контролю

1. Зміст понять: «масова свідомість», «масова культура», «масова література»
2. Головні ознаки масової свідомості (система опозицій-характеристик)
3. Лідерство і маси. Типи лідерства. Форми впливу лідера на масу.
4. Пропаганда та маніпуляція: зміст понять.
5. Маніпулятивні стратегії та шляхи протидії.
6. Форми впливу ЗМІ на масову свідомість.
7. Культура масова та елітарна.
8. Культура масова та культура популярна
9. Контркультура: зміст поняття, форми прояву.
10. Андеграунд як форма протидії масовій культурі.
11. Комікс як жанр масової літератури, органічність коміксу для періодики.
12. Вплив соціальних мереж на масову культуру та масової культури на платформи соціальних мереж
13. Глянцевий журнал і масова культура.
14. Бульварна преса і жовта преса: сутність понять, приклади.
15. Поняття «жіночий роман», «рожевий роман» - його зміст та історія формування.
16. Кліше (його різновиди) у творах масової літератури.
17. Кіч і культура.
18. Культура масова та елітарна
19. Реаліті-шоу як феномен сучасного телебачення
20. Позачасова проблематика «Французького роману» Ф. Бегбедера.
21. Тяжіння сучасних письменників до форми біографічного твору.
22. Сучасний масовий французький роман про кохання
23. П'єр Байяр про поведінку масового читача по відношенню до книги (літературного героя)
24. П'єр Байяр про пророцький характер літератури

25. Тема взаємин «читач-письменник» в романі Д. де Віган «На реальних подіях»
26. Проблема співвідношення масового та елітарного читання в романі Д. де Віган «На реальних подіях».
27. Таємниче та його мотивування в творах масової літератури (твір – на вибір студента).
28. Сюжетний мотив двійництва в творах сучасної масової літератури
29. Нуар в літературі та в кіно

Рекомендована література

Основна

5. Бежнар Г.П. Теорія масової культури: курс лекцій: навчальний посібник (електронне видання). Київ, 2020. URL: <http://www.philosiphy.univ.kiev.ua>
6. Бовсунівська Т.В. Жанрові модифікації сучасного роману: монографія. Харків: Вид-во «Діса-плюс», 2015. 368 с.
7. Гундорова Т. Кітч і література. Травестії. Київ: Факт, 2008. 284 с.
8. Гусев В.А. Масова література в сучасній соціокультурній ситуації. *Держава та регіони. Серія: Гуманітарні науки*. 2018. № 2 (53). С.4 – 9.
9. Жукова Н. Елітарна література в іменах: монографія. Київ: Ін-т культурології НАН України, 2016. 304 с.
10. Зражевська Н.І. Масова комунікація і культура. Лекції. Черкаси. 2006. 195 с.
11. Іванова О. Сад літератури в журнальній оптиці сучасності: Медіакомунікації з, для і про літературу: Монографія. Одеса: Астропринт, 2009. 368 с.
12. Масова література: проблема інтерпретації, змісту та форми: Матеріали міжнародної науково-практичної конференції. Миколаїв: МНУ імені В.О.Сухомлинського, 2015. 274 с.
13. Мороз О. Як не стати овочем. Інструкція з виживання в інфопросторі. Харків: Віват, 2022. 208 с.
14. Народна, елітарна та масова культура у соціокультурному дискурсі: монографія / Белінська Л.С., Глушко М.С., Данилиха Н.Р., Шевчук А.В. Львів, 2021. 168 с.
15. Сторі Дж. Теорія культури та масова культура. Харків: Акта, 2005. 337 с.
16. Сучасна масова література як феномен культури: навчальний посібник / Уклад. А.В. Землянська, Т.М. Шарова. Мелітополь: ФОП Однорог, 2021. 100 с.
17. Філоненко С. Масова література в Україні: дискурс / гендер / жанр: монографія. Донецьк: ЛАНДОН-XXI, 2011. 432 с.

Додаткова

1. Бушанський В. Становлення масової культури: шлях до кітчу й андеграунду. *Наукові записки ІПіЕНД імені І.Ф. Курбаса НАН України*. Вип. 4(60). 2018. С.122 – 134.
2. Данкан Р., Сміт М., Левіц П. Сила коміксів. Історія, форма й культура / пер. з англ. Д.Скорбатюка. Київ: ArtHuss, 2020. 512 с.
3. Дерев'янченко Н.В. Риси поетики масової літератури у творчості М.Уельбека. URL: <https://core.ac.uk/pdf>
4. Домбровська М. Дефініції «масової літератури». *Слово і час*. 2005. № 11. С. 54 – 65.
5. Драч І.Д. Масова та елітарна література: межі функціонування термінів. *Вісник Житомирського державного університету*. 2011. Вип. 58. Філологічні науки. С.116 – 120.
6. Дем'янчук О., Рошук К. Фрейм як засіб формування у ЗМІ негативної суспільної думки про політика. *EMPIRO*. 2024. № 2. С.3-13.
7. Зборовська Н. Сучасна масова література в Україні як загальнокультурна проблема. *Слово і час*. 2007. № 6. С.3-8
8. Лютий Т. Популярна і масова культура. *Наукові записки НаУКМА. Філософія та релігієзнавство*. 2019. Т.3. С.86 – 99.
9. Михед О. Бачити, щоб бути побаченим: реаліті-шоу, реаліті-роман та революція онлайн. Київ: ArtHuss, 2016. 344 с
- 10.Петрушкевич М. Карнавальні риси комунікації у нових медіа: виклики масової культури. *Соціокультурні виклики сучасності: потреба у теоретичному осмисленні: колективна монографія*. Острог: Вид-во Національного університету «Острозька академія», 2022. С.103 – 138.
- 11.Філоненко С.О. 100 відтінків чорного: нуар як жанр і стиль у сучасній масовій літературі. *Наукові записки Бердянського державного педагогічного університету*. 2014. Вип.11. С.24 -31.
- 12.Читач. Рецепція. Інтерпретація: Матеріали наукового круглого столу / За ред. Н.М.Шляхової. Одеса: Астропринт, 2017. 128 с.

15. Електронні інформаційні ресурси:

1. <http://dspace.nbuv.gov.ua/> Наукова електронна бібліотека періодичних видань НАН України є бібліотекою відкритого доступу і передбачає безкоштовний доступ читачів до наукової інформації в інтернеті за ключовим словом, назвою публікації, автором тощо.
2. <https://ouci.dntb.gov.ua/> OpenUkrainianCitationIndex (OUCI) – це українська база даних наукових цитувань, призначена для пошуку публікацій (за ключовим словом, назвою публікації, автором тощо) у різноманітних наукових царинах.
3. [http://dspace.nbuv.gov.ua > handle](http://dspace.nbuv.gov.ua/handle) «Вікно в світ. Зарубіжна література: наукові дослідження» - науково-теоретичний журнал; представлено в мережі Інтернет на сайті Інституту літератури ім. Т.Г.Шевченка НАН України
4. <http://chtyvo.org.ua/> онлайн-бібліотека україномовної літератури.
5. <https://literarydevices.net/Literary> Devices – словник понять, які допомагають оцінити, інтерпретувати та аналізувати словесний твір.
6. <http://www.textetc.com/theory.html> textetcetera – сайт висвітлює питання поетики, літературної теорії та критики.
7. <https://il-journal.com/index.php/journal/issue/view/212> «Слово і час» – науково-теоретичний журнал академічного літературознавства.

Навчальне видання

МАСОВА КУЛЬТУРА ЯК ФЕНОМЕН СУЧАСНОСТІ

методичні вказівки та завдання для здобувачів першого (бакалаврського)
рівня вищої освіти спеціальності С7 Журналістика

Укладач

Мусій Валентина Борисівна

В авторській редакції

Підписано до друку 30.04.2025.

Формат 60x90/16. Обсяг 4,41 ум.-друк. арк.

Тираж 100 прим. Зам. № 25/038

Видавець і виготовлювач

С. Л. Назарук

Україна, 65009, м. Одеса, вул. Фонтанська дорога, 10

Тел.: 050 905 23 77. E-mail: selen_odessa@ukr.net

Свідоцтво суб'єкта видавничої справи

ДК № 7024 від 23.12.2019 р.