



Logos

Марія Домбровська

ДЕФІНІЦІЇ “МАСОВОЇ ЛІТЕРАТУРИ”

Українська масова література, перефразовуючи Ф.Ларошфуко, схожа на привид: багато хто любить про неї говорити, але хто ж її бачив, принаймні на книжковому ринку? Ті, хто наполягає на існуванні вітчизняного масліту, впевнено апелюють до кількох імен: В. Шкляра, Є. Кононенко, Л. Дереша, А. Кокотюхи. Однак перш ніж перераховувати імена, необхідно визначити, що ж це за “масова література”, “масова культура”¹. Найчастіше вона асоціюється з творчістю для широких мас, тобто таким собі сучасним фольклором, або ж витвором великого міста, що пропонує відпочинок у метро після складного робочого дня. Явище масової культури, як і її дефініції, надзвичайно складне й різноманітне. Спроби визначення природи масової культури пов’язані з чималими труднощами: немає єдиного розуміння цього предмета, надзвичайно широка амплітуда оцінювання – від цілковитого несприйняття до відвертої апологетики. Немає також вичерпної розробки цієї теми ні на Заході, ні у нас.

Оцінювання масової культури починається вже з її дефініціювання. Різноманітність думок щодо термінології (масова, популярна, споживацька, комерційна тощо) ілюструє різні підходи до проблеми, вибір певних аспектів цього явища як домінуючих.

Воно й не дивно: маскульт постійно зазнає змін і, пристосовуючись до перипетій дійсності, розкривається в несподіваних потенціях. Сьогодні вже слід визнати неприйнятними такі його визначення, як “антикультура”, “сурогат мистецтва”, “засіб психічної компенсації”, “масова ідеологічна пропаганда”, “поп-культура” та інші: вони розкривають ті чи ті ознаки явища, проте не його сутність.

Сьогодні вже не актуально говорити про те, що масова культура пропонує тільки втечу від реальності, отож деякі автори схильні вважати, що навпаки – не масова культура, а зразки високого мистецтва мають ознаки ескапізму. Побут, будні звичайної людини стають темами для масової культури, яка розкриває через них істинний зміст життя. Масова культура виражає умонастрої та реальний досвід пересічних людей. Тому вона стає важливим джерелом пізнання дійсності й суспільної свідомості, а не лише сукупністю культурних споживацьких цінностей, засобом ідеологічного впливу на маси чи просто антикультуру.

Масова культура здебільшого визначається як культурна продукція (у найширшому сенсі слова – від творів мистецтва до звичайних товарів), створювана і розповсюджувана професіоналами для споживання на комерційній основі широкими масами людей різного соціального стану, статі, віку, національності тощо. Масова культура відрізняється від культури, створюваної самими масами, вона перетинається, хоча і не збігається з популярною культурою, яка має успіх

¹ Надалі інколи вживатиметься термін “масова культура” (масова література – це складова масової культури).

у населення в рамках тієї або тієї країни, регіону і готує світ до культури глобальної, що в ідеалі має охопити всю земну кулю.

Термін “масова культура” з’явився на сторінках американської преси наприкінці 30-х років ХХ ст. Доти використовувався термін “popular art” – “популярне”, “народне” мистецтво. Проте поступово термін “mass culture” витіснив його. Цьому сприяло те, що в цей час під впливом модних соціологічних теорій спочатку в спеціальній, а згодом у масовій літературі почали вживатися споріднені змістом та лексичною будовою терміни: “масове суспільство”, “масові комунікації”, “масовий відпочинок”, “масова людина” тощо.

Важливу роль у подальшому поширенні цього терміна відіграла опублікована 1944 року стаття Д. Макдональда, одного з найвідоміших дослідників “масової культури” в Америці (D. Macdonald. A Theory of Popular Culture // Politics. – 1944. – February), в якій він обґрунтовував переваги застосування саме цього терміна. Отож, у 50-і роки він став загальноприйнятим в американській соціологічній літературі і швидко здобув популярність.

Пізніше з’явився скорочений варіант терміна – “masscult”. Його також запропонував Д. Макдональд, виразивши цим скороченням свою зневагу до “посереднього явища” сучасної йому культури. Для нього маскульт – це не мистецтво, навіть антимистецтво. “Він (маскульт) не пропонує ні емоційного катарсису, ні естетичного досвіду: неспроможний створити щось вартісне, він просто дає змогу відволіктися. Він нічого не вимагає від аудиторії, оскільки повністю підвладний глядачеві (читачеві). Щоб зрозуміти одне одного, читач та письменник виробляють систему стандартів, що об’єднує їх”². На прикладі Е. Гардлі та Е. По автор показує, що різниця між справжнім мистецтвом та маскультом полягає не в популярності. Різниця полягає у властивостях маскульту: його імперсональності, тотальному підкоренні бажанням глядача (читача), несвідомому засвоєнню штампів тощо. Макдональд не вважав домінантною рисою у маскульті популярність, тож для нього не було актуальним визначення маскультури ХХ століття як популярної. Проте багато дослідників застосовували саме терміни “популярна культура”, “популярні мистецтва” тощо.

Наприклад, Расел Най у книжці “Несором’язлива муза” (1970) відмовляється від терміна “масова культура”, пропонуючи інший – “популярні мистецтва”. До цієї категорії входять твори, що виражають смак і поняття більшості людей. Вони створюються з орієнтацією на маси, виражають переконання, упередження, цінності й переживання широкої публіки, користуючись для цього специфічною зображальністю, особливим естетичним кодом³. Проте подібна характеристика передбачає відображення масової культури лише в деяких з її численних аспектів: поширеність, доступність та дохідливість.

Недоцільним виявляється застосування слова “популярний” на означення культури ХХ ст. через аналіз конотації цієї лексеми. “Популярний – 1) нескладний за змістом, формою викладу, легкий для розуміння, доступний, дохідливий; 2) який став загальновідомим, поширеним, здобув визнання, схвалення”⁴. Звичайно, всі ці характеристики можна застосовувати і до творів масової культури, й на означення витворів мистецтва високого зразка, яким властиві подібні риси. Немає потреби доводити, що популярність твору сама по собі не робить твір зразком

² MacDonald D. Masscult and Midcult. // American literature, American culture. / [compiled by] Hutner G. – New York, 1999. – P. 395.

³ Лики массовой литературы США. – М., 1991. – С. 12.

⁴ Див.: Новий тлумачний словник української мови. – К., 2000.

тривіальної літератури. Популярністю, масовим попитом користується чимало видатних творів мистецтва. Навіть більше: саме такі твори, завдяки поширеності та стійкості свого впливу, у перспективі й виявляються справді масовими. Можливо, хронологічний критерій був би найдоцільнішим для виявлення твору масової культури. Проте розмежування феномену масової культури й досягнень “справжньої” культури актуальне при аналізі сучасного процесу. Очікування на присуд часу означає визнання власної неспроможності в естетичному аналізі. До того ж чимало творів, що їх годі зіставити з класикою, були популярні не лише роками, а й десятиліттями. Масова література також здатна продукувати твори, що живуть довгі роки.

Г.К. Ашин та А.П. Мідлер, дослідники культури радянського періоду, характеризують популярну культуру як “медіумічну”. Вона має “подвійний характер: з одного боку – риси елітарної, а з другого – масової культури. Особливість цієї медіумічної культури полягає в тому, що стосовно до культури елітарної її можна розглядати як масову (розповсюджену серед широкого кола споживачів), а стосовно до масової вона виступає як більш високий тип культури, бо саме з неї і тиражується продукція маскульту”⁵.

Проблема розмежування масової та популярної культур досить складна, оскільки вони мають низку спільних ознак і функцій. Зокрема, І.Хижняк пропонує певну ієрархію рис цих “культурних підкомпонентів”, у якій за способом виробництва, споживання, розподілу вони перебувають приблизно в однаковому становищі. Проте психологічні, ідеологічні, естетичні функції культур – різні. Якщо орієнтована на обивателя масова культура – це вираз “ідейної пасивності, художньо-естетичної відсталості, банальності й тривіальності певних стереотипів”, то популярна культура “поєднує інформативність зі значним художньо-естетичним рівнем, виходить з морального персоналізму представників творчої інтелігенції, має більш витончену культурну продукцію”⁶. Однак подібне розмежування цих “культурних підкомпонентів” усуває можливість говорити про маскульт як про явище прогресуюче, що, не обмежене нині тривіальністю кітчу, має художні зразки. Тому розуміння масової культури як спрямованої винятково на розвагу та ірраціональне сприйняття світу сьогодні слід вважати не досить обґрунтованим, оскільки спостерігаємо значне розширення цього явища порівняно з його первинними зразками. Сьогодні у творах масової культури теж можна знайти складності та перипетії реального життя з позиції художньо-естетичного світовідчуття і гуманізму.

У сучасній термінології слово “популярний” (поп) використовується на означення стилів, різновидів масової культури – поп-мистецтво, поп-фестиваль, поп-арт, попса, поп-культура. Зрозуміло, що визначити так увесь процес сучасної масової культури навряд чи можливо, оскільки масова культура ніколи не ігнорувала зразків, сюжетів, образів високого мистецтва, запозичуючи їх, шаблонуєчи й повторюєчи у своїх творах. Або “поп-арт (pop art – англ.: скор. від “*популярне мистецтво*”) – один із напрямків англо-американського мистецтва “нової реальності”, що виник у середині 50-х рр. і характеризується адекватністю реаліям та міфологемам суспільства споживання з його культом особистого процвітання та успіху, пронизаний технологічною та урбаністичною символікою.

⁵ Ашин Г. К., Мидлер А. П. О типологии культур современного буржуазного общества // Культура и идеологическая борьба. – М., 1979. – С. 105.

⁶ Хижняк І. Патронована культура та культурна демократія у США. Культурні процеси в американському соціумі періоду індустріальних та постіндустріальних трансформацій (друга половина ХХ століття): політичний вимір. – К., 2001. – С. 61–70.

П.-а. спрямований на максимальне зближення мистецтва з життям”⁷. Явище поп-арту – один із найвідоміших феноменів масової культури.

Отже, невизначеність у термінологічній системі досить значна, одне й те саме слово використовується різними авторами на означення часом протилежних понять. Тому, на нашу думку, доцільніше використовувати поняття “масова культура”, ніж “популярна культура”.

Починаючи з 1950-х років, термін “масова культура” здобув міжнародну популярність, до нього почали вдаватися і в деяких європейських країнах. Тут його історія стала більш суперечливою і досить складною, що пояснювалося антиамериканськими настроями, які поширилися в Європі у повоєнні часи. Спочатку до цього терміна вдавалися на означення явищ, характерних для культурного життя США, експортованих у Західну Європу. Наприклад, у Франції цей термін збережено в англійській формі без перекладу.

Становище змінилося наприкінці 50-х – на початку 60-х років. Масова культура, що її доти сприймали як специфічне явище культурного розвитку США, дістала своє поширення на теренах європейських країн.

На зміну англійській формі mass culture у працях французьких учених (Ж. Фрідман, Е. Морена, Ж. Дюмазедьє, Клен-Сєа, Фужероляса та інших) з’являється французький еквівалент culture de masse. У Західній Німеччині закріплюється німецький варіант – Massenkultur⁸. Цей термін означав певний стиль, який передбачає просту інтригу, неодмінний хеппі-енд, правдоподібність подій. Насамперед дійсності мали відповідати реалії, що їх можна перевірити, бо інакше твір вважався зразком літератури, котра називалася терміном “кітч” (нім. verkitschen – здешевлювати, перетворювати на щось дешеве; або від нім. жаргонного kitsch (халтура); існує версія походження терміна від англ. for the kitchen – для кухні). Слово кітч для читачів було синонімом несправжнього, неможливого тощо. Цей термін давав привід радянським дослідникам твердити про кризу буржуазної культури, а також ототожнювати всю масову культуру з кітчем. Проте прогресивний розвиток масової культури заперечує доцільність подібного дефініціювання. Звичайно, кітч, як і вся масова культура, виконує функцію загальнозрозумілості й доступності, проте робить це міщанськими засобами, як-от: Джоконда на валізах, палаци з русалками, лебедями тощо. Тому кітч – синонім вульгарних літературних виробів, несмак узагалі, різні форми підробок під справжнє мистецтво. Цим поняттям не вичерпується весь обсяг масової культури, тому кітч – це її різновид, а не визначальне поняття⁹.

А у працях західнонімецьких дослідників з’являються й інші терміни на означення, наприклад, низьковартісного, поширюваного величезними накладками читива: тривіальна література (Trivialliteratur), смітникова література (Schundliteratur), низьковартісна література (minderwertige Literatur), література з чорного ходу (Hinterteppe nliteratur), розважальна література (Unterhaltungsliteratur), побутова література (Gebrauchsliteratur) та ін. Про поширеність масової літератури у ФРН свідчить факт існування її як окремої, керованої власними законами, галузі, представленої у специфічних інститутах, зокрема у приватних бібліотеках прокату.

Складне й диференційоване літературне життя Франції другої половини XIX ст. – першої половини XX ст. (час розвитку і становлення масової культури) виявило, крім того, тенденцію до розмежування художньої літератури й популярного читива,

⁷ Див.: Культурологія. XX век: Энциклопедия.

⁸ Див.: Гершкович З. И. “Массовая культура” и теория культурконвергенции” // Борьба идей и научно-техническая революция. – Л., 1973.

⁹ Див.: Яковлева А. М. Китч и художественная культура. – М., 1990.

що його оцінювали поза межами першої. Тому у Франції масив аналізованої літератури означають термінами “паралітература” (paralitterature – “біла література”), або інфалітература (infalitterature – “поза літературою”). Термін паралітература запропонований під час дискусії (Франція, 1970)¹⁰.

Радянські дослідники, аналізуючи явище “буржуазної масової культури”, намагалися бути дуже обережними щодо використання самої дефініції. Беручи це визначення в лапки, вони стверджували його відносність.

Розмірковуючи про “суттєвий зміст” явища, його основними критеріями називалися такі:

Товарність. Як і будь-який інший товар, масова культура має попит і задовольняє його. Вона має догодити людині з якимсь “споживацьким” кредо. Отож, дехто з тодішніх науковців вважав за доцільне називати її **споживацькою** культурою, що адекватно відображає як систему цінностей, втілену у творах мистецтва такого штибу, так і систему цінностей, що нею керується людина, сприймаючи ці твори.

Маніпулювання свідомістю. Масова культура визначалась як засіб пропагандистського впливу на індивіда, нав’язування ідеалів, думок, орієнтацій у поведінці й моральних нормах тощо. Радянські літературознавці вважали, що даний тип культури навчає особистість безперечному підкоренню буржуазному соціальному керівництву та контролю. (Про це писали автори, що знали про тоталітарний соцреалізм!). Тому вчені неодмінно зазначали, що культура масова – це культура **буржуазна**, на теренах Радянського Союзу вона просто не може існувати. (Звичайно ж, існувала, щоправда, у своєму неповторному форматі).

Такого витлумачення природи масової культури дотримувалася більшість марксистських дослідників¹¹, що зумовило штучне розмежування масової культури (буржуазної) і культури мас (соціалістичної).

Дехто з прогресивно налаштованих західних авторів пропонують нові визначення.

Англійський критик Р. Хоггарт вважає, що поняття “масова культура” надто широке і недиференційоване, тому він вводить такі градації: “мертву”, комерційну за духом, відтворювану культуру й демократичну “живу” культуру, яка потрапляє до комерційного використання тільки через масовий попит. Перша – комерційна за духом та орієнтована на пасивне споживання її масами – ігнорує потреби особистості, стандартна та антигуманістична за змістом, використовується владою з метою нав’язування масам бажаних їй стереотипів поведінки. Друга, задовольняючи масовий попит, звертається до особистості й намагається відповісти на її запити, викликати інтерес до її цілей, не затьмарюючи й не підмінюючи професійною віртуозністю гуманістичний смисл, зміст пропонованих зразків, творів, норм тощо¹².

Французький дослідник А. Моль пропонує виокремити такі два типи культури: традиційно-гуманітарну та “мозаїчну”. Перша встановлює головні теми і предмети для роздумів. Будь-яке сприйняття співвідноситься з відомим знанням. Другий тип культури складається із множини дотичних фрагментів, які, проте, не

¹⁰ Терміни, використовувалися у ФРН та Франції, а також узагалі розвиток масової літератури у країнах Західної Європи проаналізовані у книзі “Массовая литература и кризис буржуазной культуры Запада” (М., 1974).

¹¹ Див.: *Николюкин А. Н.* Антикультура: массовая литература США. – М., 1973; *Смольская Е. П.* “Массовая культура”. Развлечение или политика? – М., 1986; *Карцева Е. Н.* “Массовая культура” США и проблема личности. – М., 1974; *Карцева Е. Н.* Идеино-эстетические основы буржуазной “массовой культуры”. – М., 1976.

¹² *Келле В. Ж.* Буржуазный образ жизни и “массовая культура” // Проблемы философии культуры. – М., 1984. – С. 261.

утворюють єдиної конструкції. Відсутні загальні поняття, особистість входить у культуру через нагромадження неупорядкованого потоку випадкових, отриманих через засоби масової комунікації відомостей.

З короткого огляду історії та розвитку дефініціювання масової культури можна дійти висновку, що на означення цього явища найбільш доцільним та історично зумовленим слід вважати слово “масова”. Однак і в цьому випадку виникають певні труднощі: це насамперед ототожнення масової культури із засобами масової комунікації (ЗМК), адже масова культура заслуговує на свою назву через широке розповсюдження за допомогою ЗМК, а також тому, що вона звернена до масового споживача з різних прошарків населення.

Проблема стосунків масової культури і ЗМК перебувають у центрі уваги західних критиків. Більшість із них називають масову культуру дитям “технічної цивілізації”, продуктом “індустріального суспільства”. Скажімо, А. Моль стверджує, що масову культуру формують ЗМК.

Р. Най пов’язує розвиток “популярних мистецтв” із демографічними та технологічними причинами: концентрацією населення у містах, удосконаленням засобів комунікації. Крім того, надзвичайно важливі, на його думку, й соціальні процеси, пов’язані з масовим суспільством, котре забезпечує різним прошаркам населення вільний час, створюючи передумову існування для “індустрії дозвілля”.

Певна річ, культура “для мас” справді не змогла б стати масовою без технічного прогресу – створення хорошої поліграфічної бази, кінематографа, радіо і телебачення. Кожен із цих засобів доклав максимум зусиль для впровадження культури в маси: наприкінці XIX – на початку XX ст. пріоритет належав літературі, тобто друкованому слову; 20–40-і рр. – це вже час кінематографа та радіо; з 50-х – ера телебачення¹³.

Розповсюджені за допомогою ЗМК твори стали здобутками широких мас населення. Проте не все, що передається через ЗМК, належить априорі до масової культури. Соціопсихолог Г. Уайб справедливо зауважує, що не слід змішувати питання про масовість розповсюдження культурних цінностей із питанням про масовість їхнього сприйняття. Не існує автоматичної залежності. Техніка масової комунікації забезпечує потенційні можливості масового розповсюдження культурних цінностей, проте лише в акті їхнього сприйняття публікою актуально визначається, які з них стануть масовим набутком. Величезний наклад книжки може стати мертвим капіталом, а радіо- або телепередача, потенційно розраховані на сприйняття мільйонів, із різних причин реально сприйматимуться небагатьма.

Інші вчені ототожнюють масову культуру з “масовим дозвіллям” (Mass Leisure). Ed. by E. Larrabee, R. Meyersohn). Якщо в середині XIX ст. робочий тиждень складався приблизно з 75–80 годин, то нині – 40–48 годин. Масова культура зв’язана з масовим дозвіллям, проте дозвілля не обов’язково має бути заповнене масовою культурою.

Серед споріднених із масовою культурою термінів слід згадати поняття “масове суспільство”. “Питання маскульту – частина більшого питання мас. Тенденція сучасного індустріального суспільства і в США, і на теренах колишнього СРСР полягає в тому, аби перетворити індивідуума на масову людину, людину з юрби”¹⁴.

Соціально-психологічні витоки теорії масової культури викладені також у концепції Г. Лебона (“Психологія народів і мас”), якою він стверджував появу

¹³ У своєму дослідженні *Галушко Р.* (Западное телевидение и “массовая культура”. – М., 1991) акцентує увагу на перевазі телебачення як форми розповсюдження масової культури, проте вважає, що інші засоби “також плідно служать культурі “для мас”.

¹⁴ *MacDonald D.* Masscult and Midcult // *American literature, American culture.* – P. 401.

масового суспільства (або суспільства, де царює натовп). Лебон обстоював думку, що коли людина стає частиною юрби, її поведінка змінюється. Вона стає нібито частиною колективної душі. За таких умов здатність людини критично мислити притуплюється, полегшується її залежність від різних емоційних впливів.

Зародження критичної теорії масової культури відбувається в рамках філософських міркувань із загальних проблем суспільного розвитку, зокрема викриття *масового суспільства*. Найвідомішою з цього погляду можна вважати працю Х. Ортеги-і-Гасета “Бунт мас” (1929), присвячену небезпекам вторгнення “юрби” у такі тонкі сфери, як культура і прийняття політичних рішень. Елітарні установки автора зумовили однозначно негативне трактування масифікації соціального буття і свідомості, зокрема й культури. У “Бунті мас” Ортега розвиває думку про те, що сучасне суспільство і його культура уражені важкою хворобою засилля бездуховного, позбавленого будь-яких прагнень обивателя, який нав’язує свій стиль життя цілим державам. У критиці цього явища Ортега йде слідом за Ф. Ніцше, О. Шпенглером та іншими культурологами. За Ортегою, знеособлена “маса” — збіговисько посередностей — замість того, щоб додержуватися рекомендацій природної “елітарної” меншості, повстає проти неї, витісняє “еліту” з традиційних для неї сфер — політики й культури, що, зрештою, призводить до всіх суспільних катастроф нашого століття. Для іспанського філософа людина “маси” — це не знедолений і експлуатований трудівник, готовий до революційного подвигу, а насамперед посередній індивід, “це кожний, хто сам не дає собі обґрунтованої оцінки, — доброї чи злої, а натомість почуває, що він “такий, як усі”, і проте тим не переймається, і навіть задоволений почуватися тотожним з іншими”¹⁵. Не здатна до критичного мислення “масова” людина бездумно засвоює мішанину прописних істин. “Людина маси *звикає не звертатися до жодної інстанції поза собою*. Вона задоволена з себе такої, якою вона є”¹⁶.

Така людина чекає на твори, що їх вона зможе легко засвоїти. Популярність масової культури пояснюється саме простотою або навіть примітивністю її сприйняття, яке часто переходить у культ посередності. Для масової культури характерні “одномірність”, оперування “стійкими” асоціаціями та стереотипами, культ кліше і “плаского шаблону”.

Однак популярність масової культури полягає, очевидно, не тільки в цьому. Зважаючи на стандартний характер її здобутків, вони завжди створюють ілюзію того, що апелюють саме до ваших особистих потреб, розраховані на ваші індивідуальні схильності. У ній можна зауважити сполучення двох протилежних тенденцій: з одного боку — прагнення до індивідуалізму, а з другого — тенденція до глобальної стандартизації під виглядом максимального задоволення найрізноманітніших індивідуальних потреб. Це сполучення двох протилежних тенденцій — джерело колосальної життєвості масової культури, її величезної пристосовності, адаптації.

1957 року опубліковано першу ґрунтовну працю щодо проблем масової культури: збірник “Масова культура. Популярні мистецтва в Америці” (за ред. Б. Розенберга та Д. М. Уайта). Його автори — соціологи, літературознавці й філософи. Це була перша спроба відповісти на питання, пов’язані з феноменом масової культури: який вплив має на неї суспільний устрій, де її витоки, як будуються стосунки між творцем і споживачем, чим відрізняється масова культура від народної...

¹⁵ Ортега-і-Гасет Х. Бунт мас // Вибрані твори. — К., 1994. — С. 18.

¹⁶ Там само. — С. 49.

Питання взаємостосунків масової і народної культури актуальне й сьогодні. А саме: чи можна їх ототожнювати, визначаючи як різновиди того ж самого явища, що має особливі ознаки відповідно до часу свого існування, або ж розрізняти як споріднені, проте не тотожні зразки сучасного мистецтва.

Масова і народна культури розрізнялися марксистськими дослідниками однозначно: “масова культура” принципово відрізняється від народної культури; остання, будучи результатом народної творчості, відображає справжні інтереси народу. У “масовій культурі” широкі народні маси не виступають творцями духовних благ, вона чужа інтересам народу, спрямована не на підвищення його культурного й духовного рівнів, а, навпаки, має за мету обмежити певними рамками розвиток особистості, прищепити людям смаки, що відповідають інтересам привладного класу. “Масова культура” розбещує народ, а не моралізує його¹⁷.

Позбувшись заангажованості мислення радянської людини, ми не можемо використовувати критерії “маніпуляція свідомістю”, “здеморалізування через мистецтво” як визначальні в аналізі зіставлених дефініцій. Отже, спробуємо з’ясувати різницю між визначеними поняттями.

1. Формування й функціонування феномену народної культури в етнічному суспільстві або соціальних групах різного типу пов’язане з усвідомленням приналежності до народу. Самоідентифікація з народом, народними традиціями у стереотипах соціальної поведінки, буденних уявленнях, виборі культурних еталонів та соціальних норм, орієнтація на певні форми дозвілля тощо – прояви народної культури.

Масова культура відрізняється від народної, тому що не має національних витоків, національних рис характеру, побуту чи культури того чи того народу. Це штучно створена культура, розрахована на споживання її народними масами будь-якої національності. Американський культуролог У. Бігсбі стверджує, що масова культура стала чимось на зразок суперкультури, котра може широко адаптуватися в будь-якій країні. Дж. Коллінз вважає, що нині можемо говорити взагалі про глобалізацію культури. “Концепція “світової культури” – це витворення нового виду культури взагалі, адекватного до потреб сучасної людини, що для неї односторонність та обмеженість стають дедалі більш неможливими”¹⁸.

2. Кожен фольклорний твір – це факт мистецтва слова і водночас факт народного побуту, народної історії.

Відмінність народної культури від масової полягає в тому, як кожна з них підходить до життєвих проблем: перша – реалістична за своїм характером, проникає у глиб проблем, друга – відносно реалістична, в її основі лежить створення ілюзії, або реальності, що має лише ознаки правдивості. Перед нами не стільки картина дійсності, скільки відображення реального життя масовою свідомістю. Проте останнім часом масова культура часто виявляється першопрохідцем у зображенні важливих колізій та проблем, пов’язаних із долею суспільства. Характер та способи міфологізації цих колізій у масовій літературі відзначаються багатоманітністю, великою кількістю варіантів.

До явища масової культури недоцільно застосовувати поняття *народність* (ступінь творчого запозичення і наслідування літературою мотивів, образів, поетики народної культури; ступінь відображення у художньому творі світогляду народу; ступінь приступності мистецтва масам). Поняття народність пов’язується з орієнтацією на дух і поетику фольклору, на акцентування національної неповторності мистецтва, вираження в ньому духу нації.

¹⁷ Див.: Смольская Е. П. “Массовая культура”. Развлечение или политика? – М., 1986.

¹⁸ Collins J. Nations and Literatures in the Age of Globalization. // Jameson F., Miyoshi M. The Cultures of Globalization. – Durham and London, 1998. – P. 224.

Отже, за цими, національними, ознаками розрізняємо масову і народну культури, розмежовуємо їхні дефініції як такі, що позначають різні явища.

Водночас, на думку Д. Макдональда, масову культуру умовно можна розглядати як продовження фольклорного мистецтва; останнє до індустріальної революції було мистецтвом простих людей. Проте різниця набагато помітніша, ніж схожість: фольклор виник “знизу”, отож це спонтанний засіб самовираження народу, що набув певних форм майже без будь-якого впливу високої культури. Масова культура нав’язується. Її фабрикують фахівці; аудиторія складається переважно з пасивних реципієнтів, що його участь у культурі обмежується вибором — купити чи не купити.

Крім того, до основних рис народної творчості належать анонімність та колективність. Це специфічні риси, не притаманні зразкам масового мистецтва, хоча...

Схоже, в українському літературно-видавничому процесі виокремлюється новий феномен — “колективна” література. Цю “колективність” слід розглядати не як “художній твір, написаний колективом авторів”, що стало вже досить традиційним, а як абстрактний пласт — серію творів різних авторів. Скажімо, за аналогією до термінів “масова психологія, колективне несвідоме” тощо.

Отже, серія повинна мати сукупність об’єднувальних елементів. Із цим усе набагато простіше. Протягом останніх років виокремився особливий літературний ареал, цілком відмінний від звичних форм усіляких творчих дискурсів, спілок, асоціацій, гуртків тощо, — “Коронація слова”, власне — конкурс романів.

Звичайно, колективність фольклорна різниться від колективності масової. Під колективністю фольклору слід розуміти не лише вираження думок колективу, а й процес колективного створення одного й того ж твору (а не багатьох схожих за використанням певних сюжетів, образів, колізій творів), а також його розповсюдження.

А щодо “анонімності”, то невідомих авторів називають сьогодні “неграми”. Напевне, майже всіх авторів, які весь час пишуть і видають бестселери, сьогодні підозрюють і звинувачують у тому, що за них пише команда чи то студентів, чи то професорів-філологів. “Неграм”, переважно студентам, роздають кожному по розділу книжки з короткими вказівками і глосарієм, ніхто з них не читає всієї книжки, а тоді редактор або “менеджер проекту” уніфікує тексти в єдину книжку. “Інгредієнти” найкращих масових бестселерів очевидні, оскільки існує закон стійкості масового смаку, його констант, які не залежать від змін у мистецтві.

У цьому полягає ще одна споріднена риса фольклору та масової літератури. Традиційність їхньої творчості пов’язана з прагненням доступності.

Мистецтвознавство, традиційно орієнтоване на шедевр, на художній авангард, на творчість новатора, що проторює нові шляхи, на динаміку зміни спрямувань і стилів, розгублено зупиняється перед феноменом “масової продукції”, бо відчуває існування якихось інших законів, а саме: повторюваність, шаблонність, клішованість. Масовий реципієнт полюбить динамічний сюжет, сильні переживання, відкриті пристрасті, закінченість історії, бажано з перемогою добра над злом, торжество справедливості. Таким чином, величезна кількість творів масової культури має зв’язок із фольклорними структурами. І те, за що сварять масову культуру — повторюваність образів, шаблонність описів і стереотипність розвитку сюжету, — то невід’ємний атрибут народного мистецтва. Найяскравіший зв’язок масового мистецтва зі структурою чарівної казки, головна схема якої — це випробування героя, його шлях через перепони до перемоги над ворогами і злими силами. У казках персонажі завжди розділені на поганих і хороших, вони

наперед визначені як хороші або як погані, не змінюються ні протягом розповіді, ні у фіналі. На цю найдавнішу структуру напластовано пізніші нашарування. Приміром, у галузі видовищно-драматичних мистецтв популярні жанри, прямо й безпосередньо пов'язані з фольклорною традицією: мелодрама, водевіль, пригодницький жанр у його різновидах.

Часто сучасний або незадавлений історичний матеріал може фольклоризуватися, тоді сучасні події перетворюються на гарну казку, легенду або міф про героя-переможця (підкорення Дикого Заходу, наприклад). Масова культура має особливу пристрасть до міфотворчості. Вона не тільки виповнює твори міфами, а й оточує міфічним ореолом кінозірок, співаків, митців тощо. Зразки масової культури, так само як і міфи, не засновані на розрізненні реального та ідеального, вони стають предметом не пізнання, а сприйняття на віру всього, про що йдеться у творі.

До своєрідних рис фольклору належать усність і співучасть, коли оприлюднення міфотворчості інформації та її сприйняття відбувається за умов можливості одночасної співучасті всіх охочих. Пригадаймо виконання традиційної фольклорної пісні, насамперед обрядово-ритуальної, переказ міфу. Вони могли супроводжуватися жестами, вигуками та іншими формами виявлення емоцій, допускалася варіативна зміна текстів, які сприймалися й засвоювалися одночасно на слух і візуально. Сьогодні завдяки засобам масової інформації, які змінили одинимірні зв'язки в контексті “світ-людина-слово” на багатовимірні, ми знову рухаємося у бік умов усності. Пригадаймо, як організуються “Слов'янські базари” і “Таврійські ігри”, розрекламовані телешоу “Останній герой” чи “За склом”. Повсюдно з'являється відчуття “колективної причетності”, яка набуває дедалі більшої стійкості. Можна стверджувати, що відчуття причетності до того, що відбувається, надає сучасним формам комунікації характеру колективної міфотворчості.

Радіо, телевізор, телефон і книга змінюють спосіб життя людей, впливають на їхні думки, почуття, вчинки, викликають бажання наслідувати почуте і побачене. Людина має можливість вступати в різноманітні соціальні середовища, разом із дійовими особами може змінювати соціальні ролі. Світ перетворюється у таке собі “глобальне село”, стає вселенським вертепом, де кожен виконує приписану йому структурами аудіовізуальної телевізійної культури роль.

Окрім проблеми розмежування народної і масової культур, існує також проблема взаємовпливів та взаємозв'язків масового та “високого” мистецтва. Мав, певне, рацію Микола Хвильовий, коли виформовував концепцію двох основних полюсів української літератури — елітарності й масовізму. Весь наступний літературний процес в Україні, якщо окреслити його найзагальнішими рисами, розвивався за цими двома річищами-канонами. І, до речі, не тільки в Україні.

Американський мистецтвознавець Гілберт Селдс у книжці “Сім розважальних мистецтв” ще 1924 р. сформулював підстави для серйозного наукового ставлення до масової культури, акцентувавши увагу на тому, що між “високим” та розважальним (масовим) мистецтвом не існує суперечності. На його думку, не беручи до уваги окремі періоди особливого розквіту “високих” мистецтв, саме розважальні мистецтва мали вигляд найцікавішого й найглибшого явища своєї доби. Поза нечисленними винятками, саме ці мистецтва становлять для дорослої інтелігентної людини більший інтерес, аніж переважна більшість того, що в “культурному товаристві” вважається “справжнім мистецтвом”. Проте чимало науковців висловлюють діаметрально протилежні думки, оцінюючи масову та “елітарну” культуру як абсолютно нерівнозначні явища.

За якими ж ознаками той чи той твір може бути зарахований або до справжньої літератури, або до масової?

Елітарне мистецтво вирізняється своєю орієнтацією на визнану класику, яка спрямована на пошук нових засобів зображення й осмислення реальності; масова література визнає середній загальноприйнятий стандарт, уникає невідповідностей уявленням мас, менш за все тяжіє до нового. Швидко засвоює поняття й норми суспільства, для якого її створюють.

На сьогодні слід вважати застарілою думку про те, що масова культура пропонує лише естетичний примітив, банальність, профанацію мистецтва тощо. Проте масова культура ніколи не зможе здійснити того, що робить високе мистецтво. Автор не має самостійної позиції й незалежного досягнення реальності, не створює багатогранного образу, отож, реальним критерієм розмежування може стати характер авторської настанови, позиція художника перед обличчям реальності, ступінь і послідовність його свободи від нормативних ідей, заданих інтерпретацій, міфів, які привласнюють собі значення остаточної істини, від усієї сукупності уявлень про світ та людину, що відрізняє масову свідомість на різних етапах її еволюції. Говорячи дещо схематично, масова культура задовольняє готове очікування споживача, висока у різний спосіб руйнує наявний стереотип.

Масова культура розвивається в постійному спілкуванні з високою культурою. Основна форма такого спілкування – запозичення сюжетів, мотивів, героїв, колізій високого мистецтва. Масова література продовжує життя жанрів, які вже завершили своє активне існування. Масова культура іноді стає джерелом образності для творів високого мистецтва.

Критерії розмежування високого та масового мистецтва ускладнюються новими критеріями, визначеними позицією та внутрішньою свободою художника, критеріями структурно-семіотичного характеру. Останнім часом пошуками таких критеріїв зайнята західна культурологія. Вона пропонує вважати масову культуру специфічною умовною мовою (Р. Барт), певним кодом, який втілює несвідомі поривання мас (Ж. Лакан), певного роду “риторикою”, що передає фантастичне бачення світу (Ц. Тодоров), тобто оцінює її не так за змістом, як за формами естетичного повідомлення. У чистому вигляді семіотичний підхід не можна вважати достатнім, проте він досить продуктивний у використанні разом з аналізом авторської настанови, змістового обсягу твору та їхньої соціологічної функції.

Визначальна особливість масової культури, зумовлена її призначенням створювати цінності, доступні мільйонам людей, – це поетика формули, відповідна однотипним, схематичним і спрощеним уявленням про притаманну масовій свідомості реальність. Американський дослідник Р. Браун пропонує розмежувати масову культуру й культуру справжню за принципом винахідливості (*invention*) і передбачуваності (*convention*): у справжній літературі превалює винахід, тобто вільне художнє мислення, яке щоразу створює своєрідний світ, а в масовій домінує штамп, її поетика наперед визначена, бо вона не засіб незалежного естетичного пізнання, а обмежена рамками уявлень певної аудиторії.

Вкрай потрібна методологія дослідження аналізованого явища. До неї найближче підійшов американський літературознавець Д. Кавелті, обґрунтувавши поняття формульності як домінантний принцип масової літератури. Жанрову формулу визначено і як обов’язкову композиційну схему, що має свої внутрішні закони, і як культурний код, що склався історично і спершу виражав певний соціальний зміст, а потім став формалізованим; таким чином, у формульному творі не стільки відображається реальність, скільки експлуатуються стійкі асоціації, пробуджені самою формулою. Проте необхідно розрізняти архетип формули,

тобто сукупність певних культурних символів і образів, об'єднаних універсальним змістом, і стереотип формули, тобто ту формульну літературу, де оригінальність лише допустава й лише тією мірою, якою вона поглиблює переживання досвіду, завчасно очікуваного читачем, проте не змінює цього досвіду суттєво. Формульне мистецтво призводить до незмінної стандартизації, що відбувається на різних рівнях. Вона стосується і конфлікту, і героїв, і сюжету, і композиції.

Елітарна література – це література для обраних, вона не може бути масовою. Але головна її ознака – не просто вкрай ускладнена зовнішня форма, важка для сприйняття непідготовленим читачем, а її глибинна суть, щось дуже важливе, буттєве, те, що людина намагається з'ясувати як найголовніше у своєму житті. Ця суть не піддається вираженню словами і прочитується поміж рядків. Коли в тексті цього немає, то елітарним його можна вважати хіба що умовно.

Отже, елітарна та масова культури пов'язані між собою; вони перегукуються, перемижуються, проте кожна залишається на своїй позиції.

Явище масової культури надзвичайно різноманітне та різнопланове. Правильне визначення її дефініції допомагає окреслити її властивості, критерії оцінювання, художню вартість. Використання слова “масова” на означення культури ХХ ст. обґрунтоване спорідненістю з теорією масового суспільства.



Наталія Лисюк

ФОЛЬКЛОР ЯК ПОЛІТИЧНА ЗБРОЯ

Попри дещо епатажну назву, спробуймо все ж відмежуватися від сучасного політичного процесу, адже нас цікавить лише феномен стихійної творчості, що 2004 року стрімко ввійшла в колективне побутування.

Динамічний фольклорний процес розгортався буквально на очах, у період від “перших других” до “других других” виборів (листопад-грудень), що дає змогу побачити особливості його творення та прагматичну спрямованість безпосередньо, в емпіричній площині досягнути взаємини між фольклорним знаком, його джерелом і споживачем. На нашу думку, активна фаза побутування т.зв. “майданного фольклору”, власне, фольклору політичного, вельми коротка. Однак цей унікальний культурологічний феномен варто осмислити глибше й докладніше, щоб збагнути, хто ми й що ми, та визначити, “камо грядеші” українська нація.

Слід зазначити, що йдеться не просто про традиційно-фольклорний процес, а про процес постфольклорний, позначений для Києва 2004 року тісною взаємодією фольклору власне українського (україномовного) і російськомовного фольклору України (ці явища докладно описані С.Росовецьким¹), адже столиця нашої держави – одна з тих так званих “контактних зон”, відбувається постійний діалог української та російської культур. За Л.Гумільовим, діалог культур – процес, який, в одному випадку, веде до співзвучності, взаєморозуміння та взаємного збагачення (за умови додаткової компліментарності), у другому – до химеричного зрощення, у третьому – за негативної компліментарності – виникає дисонанс,

¹ *Росовецький С.К.* Русский фольклор: Главы из учебника для филологов Украины. – К., 2003. – С. 39–44; *Росовецький С.К.* Український фольклор у теоретичному висвітленні: Посібн. для ун-тів. – К., 2005. – Ч. 1: Теорія фольклору. – С. 26–28.