

Політична і популярна культури як предмет політологічного аналізу

Любов Півнева,
доктор політичних наук,
професор кафедри політології та соціології
Харківського національного педагогічного університету
ім. Г. Сковороди

У статті розглядаються категорії політичної і популярної культур. Виокремлено підходи деяких зарубіжних вчених до категорії політична культура у її взаємодії з культурою популярною. Наголошується, що популярна культура є особливою формою політичної культури. На прикладах з життя сучасного українського суспільства показано спільне та особливе у змісті політичної і популярної культур.

Соціально-політичні процеси в українському суспільстві спонукають до розмислів про такі політичні поняття, як символи і цінності, котрі можуть сприяти пошукові нових орієнтирів у процесі реформування найважливіших сфер суспільного життя. Особливості розвитку громадянського суспільства в Україні обумовлюють потребу уточнити їх зміст, можливість ефективного використання в різних пластах культури.

У широкому розумінні політична культура є своєрідною сферою суспільної культури, тісно пов'язаної з політикою. Засвоєння її норм відбувається й за допомогою популярної культури, яка відіграє важливу роль у входженні людини в політику. На нашу думку, доцільно проаналізувати підходи до розуміння цих категорій зарубіжними та українськими вченими, з'ясувати точки зору щодо їх змісту, виявити спільне та особливе у їх проявах. Отож маємо на меті розглянути зв'язок „популярна культура - політична культура” на прикладі деяких явищ, що спричиняють зміни у ментальності українського суспільства на межі XX і XXI століть. Ключем до розуміння дихотомії, відправною точкою дослідження є широковживаний термін „культура”.

Категорія „культура” багатозначна. Вона дозволяє з'ясувати проблеми в найрізноманітніших сферах життя. Найзагальнішим є поділ культури на матеріальну і нематеріальну. Нас же цікавить передусім культура

нематеріальна, оскільки вона представляє абстрактні відносини в суспільстві, які передаються від покоління до покоління. Її найважливішими складовими є знання, вірування, цінності. Серед різних типів нематеріальної культури виокремлюємо традиційну, масову, народну, елітарну, а також політичну культуру.

Категорія політичної культури стоїть особно в нематеріальній культурі. Вона є об'єктом уваги переважно політологів і соціологів. Її визначення так чи інакше спрямоване на вивчення контексту політики, змісту політичного життя. Однак політична культура – один з видів культури, а тому володіє її загальнозначущими ознаками. В рамках журнальної статті неможливо представити всю гаму теоретичних підходів до категорії політичної культури. Відтак обмежимося посиланнями на погляди основоположників цієї концепції (1960 – 1990 рр.), а також звернемося до праць вчених, які розвивали цю концепцію в контексті популярної культури.

Визначення поняття „політична культура” дали Г. Алмонд і Г. Пауелл у творі „Порівняльна політика” ще 1956 року. Базуючись на ідеях К. Клакхона, Н. Літтона, Т. Парсонса та інших, Г. Алмонд дійшов висновку, що будь-яка політична система ґрунтується на „особливій формі орієнтацій на політичні дії”. Цю орієнтацію (орієнтацію на політику) він і назвав політичною культурою. Отже, визначення Г. Алмонда і Г. Пауелла стало класичним: „Політична культура – це зразки індивідуальних позицій та орієнтацій щодо політики учасників певної політичної системи. Це суб'єктивна сфера, що утворює підстави політичних дій і надає їм значення” [1, р. 50].

Поняття політичної культури, запропоноване Г. Алмондом і Г. Пауеллом, уточнювалося й доповнювалося багатьма вченими, відображаючи підвищення інтересу до цього явища. Нові версії включали ширший спектр людських відносин і барвистіший портрет „політичного”, ніж раніше. Так, Дж. Стріт наводить думки деяких вчених щодо концепції політичної культури. Наприклад, Д. Робертсон (1985 р.) визначає політичну культуру не тільки як „сукупність ідей і відношень до влади”, але і як ідеї та відношення до „дисципліни, урядових зобов'язань і освіти”. Він вважає, що аналогічної думки дотримується і Р. Роуз (1980 р.), який пише про „цінності, вірування та емоції”. Приймаючись як „саме по собі зрозуміле”, вони „складають” культуру й „надають значення” політиці. Ці визначення характеризують політичну культуру не тільки як набір диспозицій або заздалегідь даних відносин – вони скоріш представляють „форму морального порядку”. Згідно з такими поглядами, Б. Гірвін відносить до політичної культури завдання визначення політичних ідеалів країни та ідентичності. При цьому політична культура не описує заздалегідь даний набір психологічних станів, а стає частиною мови політики і в такій якості стає політичним досвідом.

Погляди перших дослідників стану демократичної політичної інфраструктури в ряді країн (Г. Алмонд, С. Верба, Г. Пауелл та інші) в 1980 - 1990 роках було піддано значному перегляду. Наприклад, Р. Мерельман (1991 р.) у своєму порівнянні політичної культури в Північній Америці та Великій Британії подає ревізовану версію політичної культури. На його думку, вона фокусується на ідеях, а не на відносинах чи колективній конструкції концепцій, подібних до концепцій свободи. Безперечно, ці ідеї формують політичну активність, визначають погляди людей на те, чи є система носієм „індивідуальної свободи”. Для Р. Мерельмана культура складається із символів, які мотивують політичну дію. При цьому різні культури відтворюватимуть різні політичні відповіді. Особливе значення для нас тут має те, що в розширеному розумінні культури як „колективних уявлень” Р. Мерельман припускає **розуміння популярної культури як форми політичної культури** [4, р. 128 – 129].

Отже, виокремлення популярної культури в контексті політичної змушує замислитися над її змістом. В останні десятиліття багато вчених пишуть про появу нового типу культури – своєрідного симбіозу її традиційного і масового типів. Цей симбіоз має різні назви, зокрема: „проміжна”, „третя”, „популярна”. Остання назва є досить вдалим визначенням цього феномена.

У світовій практиці дослідження масової або популярної культури виокремлюють в особливу галузь наукової діяльності (culture studies), у якій поєднуються зусилля філософів, політологів, соціологів, мистецтвознавців, психологів, журналістів, музикантів, режисерів, менеджерів у сфері культури тощо. Термін „популярна культура” був прийнятий науковою спільнотою, він використовується в численних публікаціях як зарубіжних, так і вітчизняних авторів. Ми спираємося тут на розробки таких зарубіжних вчених, як К. Акоюн, А. Захаров, С. Кагарлицька, Дж. Стріт, а також українських (А. Гриценко, М. Стріха, А. Різник та інші).

Популярною культурою називають ту галузь культури, яку приймає і розуміє більшість населення в будь-яку історико-культурну епоху. Ця культура має свої естетичні особливості й перебуває в складному комплексі взаємодій з іншими пластами культури (елітарною і народною) [5, с. 19]. Зокрема, в „Довіднику американської політичної культури” М. Белла зазначається, що популярна, елітарна й народна культури - різні, але різниця між ними не в якості. Вони репрезентують три різні типи взаємин між творцями й споживачами (аудиторією) [12, с. 14].

Американські дослідники Ч. Мукерджи і М. Шадсон запропонували визначення, що стало загальноновизнаним. На їхню думку, „популярна культура охоплює різні вірування (beliefs) і види практичної діяльності, а також культурні об’єкти, що використовуються широкими верствами населення. Таке розуміння включає як фольклорні форми, вкорінені в

локальні традиції, так і культурну продукцію, що створюється за участю державних, національних, міжнародних комерційних центрів. Сюди входять як популяризовані зразки елітарної культури, так і простонародні форми, зведені в ранг музейної традиції” [6, с. 459]. Роз’яснюючи зміст цього визначення, автори наполягають на тому, що новітня популярна культура (включаючи рекламу, телебачення, пресу, шоу-бізнес, туризм, бульварні романи, кіносеріали тощо) не повинна протиставлятися „високій” професійній, а також народній, фольклорній культурі, оскільки всі вони присутні в єдиному знаковому просторі комунікації [7, с. 111].

На думку М. Белла, популярна культура - це культура масового попиту. Твір стає популярним, якщо він створений так, аби відповідати життєвому досвіду і системі цінностей більшості. Йому надано форми, які дозволяють більшості людей мати до нього легкий доступ, а його розуміння або трактування не потребує особливих знань чи підготовки [14, р. 29].

Ґрунтуючись на понятті культури як комунікації, сукупності процесів спілкування, доцільно виокремити текст або контекст того чи іншого твору, його творця, середовище, в якому його створено, і безпосереднього об’єкта чи аудиторію, на які він розрахований. Виходячи з цих посилань, українські автори „Нарисів української популярної культури”, услід за американськими вченими, відносять до популярної культури в Україні анекдот, базар, вірші, газету, героя, еротіку, естраду, житло, жіночий ідеал, журнал, кіно, клуби, книги, козацтво, колекціонування, кухню, міфи, „мільні опери”, мови, музей, музику, науку, обряди і свята, категорію підприємця, пісню, радіо, рекламу, садівництво, самвидав, субкультури й меншини, спорт, суржик, танець, театр і публіку, телебачення, туризм, тусовку, фольклор, церкву, чергу [12].

Поняття популярної культури перебуває в одному ряду з масовою. Для з’ясування їх співвідношення спробуємо розмежувати категорії „масова” і „популярна” культура. При цьому слід враховувати, що прийняте у вітчизняній літературі позначення „масова культура” не адекватне всьому розмаїттю його значень. У величезному масиві літератури, присвяченої цьому феноменові, переважають дві основні точки зору. З одного боку, це комплекс соціокультурних цінностей, що відповідають рівню потреб і смаку масового споживача, а з іншого – це тексти художньої культури, що стали доступними масовій аудиторії завдяки технологіям масового виробництва, медіатизації тощо. Масова культура - це продукт розвитку цивілізації, і в цій якості вона включає в себе і популярну культуру.

Існує також думка, що поняття масова, народна і популярна культура ідентичні. Говорять, що традиційна народна культура етноцентрична, в ній переважають жанри оповіді, це усна культура, а масова культура - космополітична. На думку, наприклад, К. Акопяна і А. Захарова, у масовій культурі таких типів суспільства, як індустріальне, постіндустріальне та інформаційне, міститься й пласт популярної культури. Вважається, що

популярна культура і масова культура є джерелом дешевого і загальнодоступного задоволення для масової публіки, котра прагне задовольняти потреби, сформовані в результаті урбанізації і руйнування дрібних спільнот [5, с. 26].

Отже, термін „популярна культура” (не змішувати з поп-культурою) вказує на адресата, якому призначені нові види художньої, соціокультурної практики, що виникають на порозі ХХІ сторіччя; у ній велику роль відіграє зображення, візуальний образ; за допомогою популярної культури можна сформувані національну і культурну ідентичність, єдність нації, адже сам епітет „популярна” свідчить про масштабність і поширеність її у сфері культури. Нарешті, важливою перевагою зазначеного терміна є те, що він не має негативного оцінного використання - на відміну від терміна „масова культура”.

Перетинаючись у соціумі, політична і популярна культури мають спільні й особливі ознаки функціонування в сучасний період. Можна назвати такі **спільні** особливості цих культур.

Перша. І політична, і популярна культури формуються під впливом історичних, національних, соціальних, економічних факторів у тому чи іншому суспільстві. Засвоєння політичної і популярної культур відбувається в процесі одержання освіти, в політичній діяльності, спілкуванні з сім'єю, друзями, в процесі споживання продуктів ЗМІ, більшість яких несуть на собі відбиток маскультури.

Політична і популярна культури характеризують особливий тип орієнтацій суб'єктів на політику в тому чи іншому суспільстві, вказуючи на різницю між людьми, націями. При цьому найбільш значущі події культурного життя, що привертають увагу мільйонів людей, неминуче набувають політичного забарвлення. Наприклад, перемога української співачки Руслани на „Євробаченні – 2004” викликала в широких масах населення почуття гордості за Україну. А переголосування для участі в конкурсі Євробачення в Києві 2005 року, проведене для співачки Ані Лорак і вокального ансамблю „Гринджоли”, викликало навіть маніфестації, організовані деякими політичними силами.

Друга особливість. Популярна і політична культури виконують спільні функції в суспільстві. Серед них найважливішою є соціалізуюча, спрямована на виховання громадянина-патріота. Політична культура покликана формувати почуття національної гордості, усвідомлення приналежності до своєї країни, гордість за її минуле, розуміння перспектив суспільного розвитку. На формування цих почуттів у населення України вплинула духовна ситуація в країні, „пов'язана з хворобливим переживанням зміни часів, коли суспільство, його люди ніби заново починають самостійно мислити й говорити те, що думають, висловлюють свою й терпляче вислуховують чужу думку, при цьому з трудом звикаючи до розмаїття думок” [9, с. 45]. Звідси своєрідність

ставлення особистості до сучасної держави, різниця між думками щодо розуміння патріотизму. Дані, які наводить О. Стегній, свідчать, що „серед всіх учасників опитувань жителі Західного і Центрального макрорегіонів частіше, ніж респонденти Сходу і Півдня сприймають Україну як свою батьківщину. Частина людей, які з різним ступенем ймовірності („безумовно, так” і „можливо, так”) обрали б Україну своєю батьківщиною, найбільша на Заході, а найменша на Півдні [8, с. 111].

Політична соціалізація здійснюється також і шляхом засвоєння популярної культури. Переломлюючись через масову свідомість, популярна культура по-своєму віддзеркалює реальність, доносячи її до широких мас, які не дуже розуміються на тонкощах політичного життя. В українському соціумі вона використовується для пропаганди національних почуттів, патріотизму, повернення до джерел; до неї звертаються і в PR-акціях, приміром, для боротьби з політичним супротивником, для створення його негативного іміджу.

Третя особливість. Популярна культура все частіше стає символом глобалізації. Ми переглядаємо мексиканські серіали, американські „мильні опери” – в них ніби й немає жодного політичного виміру. Однак ці твори поширюються на ринку групою ТНК, для яких важливий насамперед комерційний інтерес, що й проглядається в політиці.

В Україні держава практично усунулася від участі в процесі соціалізації населення, внаслідок чого виник ідеологічний вакуум. Його стали заповнювати, з одного боку, складні ізотеричні вчення, а з іншого – неурядові організації, які співробітничали з європейськими й атлантичними структурами під гаслом сприяння демократизації українського суспільства. В результаті їх діяльності з впровадження ліберально-демократичних цінностей через гранти, семінари, курси тощо відбуваються зміни в менталітеті певної частини суспільства, зміцніла думка про необхідність прямувати курсом європеїзації. Поряд з цим виразнішою стає і схильність до дотримання східного вектора – союзу з Росією.

Розглядаючи **особливе** в політичній і популярній культурах, слід зазначити, що фактор популярної культури має великий вплив на особистість, сприяючи сприйманню нею політичної культури. В українському соціумі на початку XXI століття наростав ефект поступового нагромадження негативізму, емоційних оцінних суджень, розгорталася критика суспільних відносин. Це обумовлювало активізацію населення, насамперед молоді в період „помаранчевої революції”. Використання елементів популярної культури у формуванні та мобілізації групової солідарності відіграло певну роль у підтримці кандидата від опозиції В. Ющенка в період президентських виборів 2004 року. Серед них – використання жовтогарячого кольору, а також фольклорних форм (анекдоти, чутки, які досить швидко поширювалися в Інтернеті і доходили

до широких мас) [11, с. 99].

Особливе в політичній і популярній культурах полягає, на нашу думку, в різному використанні їх політичними силами. При цьому популярна культура сприяє формуванню політичної. Найочевидніше це виражено в українській рекламі, політичних новинах. Формуючи ті чи інші політичні погляди, реклама, новини, шоу-бізнес, туризм, бульварні романи, обряди й свята у вигляді кліше відтворюються в політичній культурі суспільства. Це, з одного боку, дає масам можливість легше сприймати складні політичні процеси, а з іншого - відвертає людей від високопрофесійної культури, збіднюючи їх самосвідомість, годуючи їх сурогатом культурних цінностей у формі примітивізму.

Зміст популярної культури, музичних, театральних творів, фольклору може або прямо збігатися з політикою (наприклад, пісня „Разом нас багато” в період „помаранчевої революції” 2004 року), або ж бути оформленням, ілюстрацією, доповненням політичної дії. Так, у Харкові в лютому 2006 року концерт рок-співака Ш. Карра (зятя одного з лідерів виборчих перегонів 2006 року – Ю. Тимошенко) передував політичному виступу представника БЮТ М. Томенка. У березні 2006 року Соціалістична партія провела в Харкові в Палаці спорту передвиборчий мітинг, після якого відбувся концерт популярного співака М. Баскова.

Зрозуміло, коли ми переглядаємо фільм, то це не означає, що хтось із нас неодмінно стане симпатиком тієї чи іншої партії, так само, як і слухання музики не зробить нас прихильником якоїсь політичної сили. Міркуючи на цю тему, Дж. Стріт запитує, як може задоволення від популярної музики, футболу, танців або „мильної опери” пов'язуватися з тим, як люди мислять чи діють політично? Його відповідь однозначна: „Популярна культура звичайно ж щось важить для розуміння нами політики. Адже популярна культура - це політика”. На підтримку цієї тези Дж. Стріт висуває два твердження. Перше полягає в тому, що популярна культура - це форма політичної діяльності, яка включає вираження політичних ідей і натхнення політичних дій. Друге твердження: сприймаючи політику, ми повинні дозволити культурній діяльності відіграти свою роль - особливо популярній культурній діяльності [4, р. 120 - 121]. Як приклад можна навести народний танець. Український фольклорний танок викликає почуття гордості, національні емоції, особливо якщо він виконується на фестивалях - удома чи за кордоном. Це властиво й іншим націям; про це пишуть, наприклад, автори книги про латиноамериканську популярну культуру. Вони ж наводять і протилежну їхній точку зору К. Мак Кейб, згідно з якою „будь-яка спроба прочитати популярну культуру політично має потребу в особливому діалектичному підході. Політичне не може з необхідністю стати зрозумілим самостійно у формах популярної культури” [13, р. 41].

Отже, розгляд сучасних проявів популярної культури в українському

соціумі приводить нас до осмислення цього феномена як важливого фактора політичної культури. Перспективи розвитку в Україні демократичної політичної культури та її складової – популярної культури багато в чому визначатимуться діями національних політичних еліт, а також глобальними процесами розширення ареалів взаємодії елементів політичної і популярної культур у світовій спільноті.

Література:

1. **Almond G., Powell G.** Comparative Politics. A Developmental Approach (Boston: Little, Brown). – 1966.
2. **Гаджиев К., Гудименко Д.** Политическая культура: теория и национальные модели. – М, 1994.
3. Общая и прикладная политология. Учебное пособие / Ред. Жуков В. И., Краснов Б. И. – М.: МГСУ: „Союз”. – 1997.
4. **Street J.** Politics and Popular Culture. – Temple Un-ty Press, Philadelphia, 1997.
5. Массовая культура. Учебное пособие / Акопян К. З., Захаров А. В., Кагарлицкая С. Я. и др. – М.: Альфа- М; ИНФРА-М., 2004.
6. **Мукерджи Ч., Шадсон М.** Новый взгляд на популярную культуру / Массовая культура и массовое искусство. „За” и „против”. – М.: Гуманитарий, 2003.
7. **Захаров А. В.** Традиционная культура в современном обществе // Социс. – 2004. – № 7 – С. 105 – 115.
8. **Стегній О.** Регіональний чинник розвитку політичної культури населення України // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. – 2005. – № 3. – С. 94 – 122.
9. **Галактіонов В. І.** Фактори впливу на формування політичної культури молоді України, 90-ті роки ХХ ст. // Політична культура: теорія, проблеми, перспективи. – К.: Видавець ПАРАПАН, 2004.
10. **Заздравнов А. П.** Соціокультурний процес в Україні: демократичні перетворення та національний менталітет // Культура України: 36 статей. Вип. 3. / Під ред. проф. М. В. Дяченка, проф. В. М. Шейка. – Х.: ХДІК, 1996.
11. Див.: Президентські вибори та Помаранчева революція: вплив та трансформаційні процеси в Україні / Фонд ім. Фрідріха Еберта; за ред Г. Курта та ін. – К.: Заповіт, 2005.
12. Нариси української популярної культури. – К.: УЦКД, 1998.
13. Imagination Beyond Nation. Latin American Popular Culture / Ed. by Eva P. Bueno and Terry Caesar / University of Pittsburgh Press. – 1998.
14. Handbook of American popular culture (Thomas Ph. Inge, editor) – Vol. 1 - 3. - N.Y.: Ggreenwood Press, 1989. – Vol. 1.