

УДК 008-027.37-028.41

DOI: 10.18523/2617-1678.2019.3.85-99

Лютій Т. В.

<http://orcid.org/0000-0002-0381-6916>

## МАСОВА І ПОПУЛЯРНА КУЛЬТУРА: ПРОБЛЕМА ДЕМАРКАЦІЇ

*У статті розглянуто історичні та соціокультурні відмінності між масовою і популярною культурою. З'ясовано стосунок обох феноменів до загальної сфери культури та її головних засад. Розуміючи культуру як облаштування, плекання, виховання, вміння, вдосконалення, можна говорити про високі зразки осягання світу. Позаяк масові соціальні явища пов'язані з ослабленням інтелектуально-естетичних параметрів, виникає потреба порівняти високі та низькі рівні культури. Індустріалізація й урбанізація прискорили розвиток медій, які допомогли наблизити здобутки цивілізації до мас. Але ринкові механізми розповсюдження благ сприяли диктату комерції. Мистецькі виміри культури не відповідали прагматичним вимогам і були притлумлені маркетинговими програмами, що спричинили інфантильність і споживацтво. Ці риси характеризують масову культуру. Та поруч із високою культурою віддавна існувала й народна, традиційна, низова (популярна) культура, ознаками якої є доступність, поширеність, неофіційність, периферійність, неоднорідність і субкультурність. Проаналізовано становлення популярної культури від стародавніх до модерних часів. З'ясовано, що творці культури зарівно оперують високими ідеалами та популярними смислами. Втім, популярне відрізняється від масового завдяки породженню альтернатив. Тобто популярна культура не виродилася у конформізм, а зберегла запал протесту. Популярні тенденції не лише містять прагнення до задоволення широких потреб, а й враховують шанс протистояти примусу. Отже, варто визнати нетотожність маскульту і поп-культури. Тому популярна культура є цариною виникнення ідей, у якій соціальні гравці здатні творчо реалізувати свої уявлення та цінності.*

**Ключові слова:** масова і популярна культура, висока і низька культура, кітч, мідкульт.

Розглянута нижче проблема на перший погляд виглядає вдаваною, позаяк прикметники *масовий* і *популярний* часто якщо не ототожнюють, то вживають як синоніми. Натомість ми спробуємо показати їхні відмінності. Починаючи з 1990-х рр. в англо-американській традиції словосполучення *масова культура* майже цілковито заміщає термін *популярна культура*. Тоді як у пострадянській лексиці здебільшого подибується перший варіант. Надалі ми прослідкуємо розрізнення між контекстами кожної з оцих словосполук, відштовхуючись від спільного для них поняття *культура*.

Послідовність викладу підпорядкована такій схемі. Спершу з'ясуємо стосунок обох феноменів до загальної сфери культури, коротко дослідивши її головні засади. Оскільки масові прояви зазвичай пов'язують із пониженням інтелектуальної рецепції культурного буття, прояснимо, чим є *високий* і *низький* рівні культури. Потому важливо розібратися з причиною зведення культури до комерційного рівня споживання й спрощення її естетичного засвоєння. Наостанок виявимо момент виникнення неелітарної культури: є вона наслідком модерних процесів, а чи ця форма супроводжувала культурний розвиток

людства віддавна? Нарешті покажемо, що *популярне* протиставляється *масовому*, завдяки створенню альтернативи і спротиву. Означені теми попередньо порушувалися в низці авторських колонок часопису «Український тиждень» (Лютый, 2017; 2018).

### Формування ідеї культури в історичній перспективі

Хто береться за окреслення того, що є культурою, змушений говорити про силу-силенну спроб її визначення. Але в тій палітрі дефініцій легко заплутатися. Через це доречно почати з простіших позицій. До появи цього латинського слова феномен культури авжеж існував. Відомо, що термін *cultura* завбачає плекання, піклування, догляд і подібне. Проте давньогрецька *παιδεία* позначала виховання у злагоді з традицією, що відповідало досконалому ладові космосу, наслідування якого перетворювало людину на чеснотливого громадянина. Поза тим належало виявити в собі хист до освіти й готовність до свободи та мислення. Зрештою, все властиве людським установленням уважалося закладеним у природі. Отже, культура постає ніби *друга природа*, а людина є її творцем. Недарма Цицерон наполягав: гідність завбачає довершення творчої потенції, художнього смаку, майстерності висловлювання тощо. І нехай середньовіччя вирізнялося минущистю земного та підпорядкованістю Богові, все ж ренесансна ідея самовизначення людини як митця, вченого чи загалом винахідливого дієвця знову повернула їй статус істотної фігури в світобудові. Відтоді культуру визнано осередком людської самореалізації в царині науки, мистецтва, політики й усього соціального буття (Каган, 1998, с. 17–19, 23, 28).

Мірою того, як людина в часі та просторі відкривала й порівнювала різні культури, зростало її усвідомлення, що виховання й освіта є потужними чинниками формування особистості, позаяк забобони негативно позначаються на пізнанні. Тому в новочасну добу провадиться ревізія багатьох культурно-антропологічних чинників. Аж от культуру почали пов'язувати із застосуванням розуму, який дає змогу вдосконалюватися, долати інстинктивне сприйняття світу, спрямовувати свою діяльність на підпорядкування природи й облаштовувати суспільство. Таким чином, культура нагадувала комплекс істинного знання, формування якого потребувало спеціальної підготовки. Разом із тим, культура відображала інтерес і здобутки людства. На додаток, її пов'язували з тими формами співіснування,

де природні закони становлять сутність суспільної угоди. Тим часом держава нагадувала структуру штучно запровадженого порядку, а суспільство з чітко розробленою законодавчою базою визначало динаміку західної цивілізації. Звідси випливало, що культура – це синтетичний соціальний утвір. Але рівнобіжно пролунали тези, що цивілізація – не тільки розвій, а й занепад, позаяк часто-густо призводить до нерівності. Крім того, вона суттєво перелаштовує людей: їхні тіла, чуття та помисли (Каган, 1998, с. 33–38, 41–43, 49–50).

Невдовзі постала проблема звернення до історичного перебігу процесів культури. Здійснити це міг лише дієвець культуротворення. З'ясувалося, що культура багатовимірна. До того ж, не існує некультурних народів, а є прецеденти відходу від культури, її заперечення чи засудження. І ще: не сам лише розум, а й певні вміння багато важать у її розбудові. Тому людина творить, трансформує культуру і формується під її впливом сама. Недарма Кант гадає, що природа підготувала людину до свободи, бо культура є полем, де ставляться будь-які завдання/цілі. Вона допомагає людині відштовхнутися від усього часткового й здійснитися до всезагального. Вважалося, що так здійснюється моральне вдосконалення людства. Хоч остаточно звільнитися від природної принуки можна лише через естетичні виміри, як припускав Шилер (Каган, 1998, с. 53–54, 58–62).

Утім ідеалізувати культуру не випадає аж ніяк. Нерідко вона здатна травмувати. Не раз траплялося, що культ розуму обертався терором, а індустріальне піднесення – відчуженням. Правда, в останньому випадку йдеться про цивілізацію як технологічний вимір занепаду культури (Шпенглер). Тож важливо не тільки засвоювати інтелектуальні чи матеріальні надбання культури, а й розуміти помисли інших людей минулого й сучасності. Важливу роль відіграє і мовна реальність як особливий проміжний символічний світ між людиною і природою, завдяки якій усе суб'єктивне може стати об'єктивним. Ось чому культура може стати суттєвим регулятором людського існування, рятівником від профанації, хоча, з іншого боку, й цілком репресивним феноменом, бо містить потужні владні коди підпорядкування. Та попри все, культуру віддавна вважають осередком істини, добра і краси, дозволяючи будь-якій людині співвідносити буденний рівень із соціальним і моральним. Врешті-решт, у понятті *культура* закладено найрізноманітніші форми людського освоєння світу: цінності, символи, мова, мистецтво, техніка,

знання, віра, мораль, звичаєвість, право тощо. Щоби це збагнути, потрібно вступити в діалог культур (Каган, 1998, с. 71, 81, 85, 100, 134, 137). Нарешті, неабияк пов'язана з культурою трудність обертається довкола того, що її майже неможливо якось помірвати, причинно вивести, обернути в часі чи бодай застосувати до неї якісь вивірені закони. Культура твориться в осмисленні, співпереживанні, комунікації, смислового покладанні, критиці та реконструкції. Вона дає змогу долати нестерпність буття, допомагаючи тим, хто воліє не розчинятися в масових ілюзіях і симуляціях (Каган, 1998, с. 175, 179–180). Тож культура позначає унікальні реалії, завдяки яким людина не лише належна до світу, а й здатна творити нові його візії (Лютый, 2017, липень 17).

Досі, ведучи розмову про культуру, ми зверталися до способів її добірного теоретичного осягання. Втім, культура не лише формує високі ідеали, а може обмежуватися невігядливими смислами, які цілком задовольняють багатьох людей у їхньому повсякденні. Для того, щоби відтінити цей момент, надалі спробуємо розрізнити культуру «високого» та «низького» зразка.

#### «Висока» і «низька» культура

Британський дослідник Джон Сторі у книжці «Теорія культури і популярна культура» подає базові визначення культури, спираючись на запропоновані Реймондом Вільямсом визначення (Williams, 2015, р. 52). По-перше, йдеться про інтелектуальний розвиток людства, що охоплює блискучі зразки філософської, поетичної чи художньої творчості, відображені в літературі та мистецтвах. Якщо твори талановиті, тобто позначені вишуканим індивідуальним підходом і до них застосовано естетико-моральні параметри, годі сумніватися – маємо справу з високою культурою. По-друге, до розуміння культури варто додати розмаїті історичні способи життя людей, утілені в традиціях, святах і ритуалах. По-третє, це тексти та практики, якими сповнене людське повсякдення, що складає основу існування (Storey, 2018, р. 1–2). Характеризуючи *масову культуру*, зазвичай застосовують два останні визначення. Сюди зараховують уподобання багатьох: книжки, медіа-продукцію, концерти, святкування та подібне. Все це вимірюється кількісними параметрами. Проте тут не обійтися без зразків *високої* культури. Тільки вилучивши їх, удається оцінити, чим є *низькі* її гатунки (Storey, 2018, р. 5). А вони мали б виглядати як низькоякісний, другосортний продукт, до якого ніяк не застосуєш слово *складний*, а тим

паче *моральний*. Якщо знову звернутися до визначення слів *маси*, *масовий*, то з'ясується, що вони амбівалентні, зокрема негативні в консервативному й схвальні в соціалістичному політичному дискурсі. Хоч у соціальному значенні йдеться про масові зборища, масові смаки, масове суспільство, масове виробництво, масовий ринок, масову комунікацію, ЗМІ, масові організації й рухи, масову психологію й думку, масові розваги тощо (Williams, 2015, р. 141–146).

Хай там як, а саме на цьому рівні прослідковуються показові розрізнення. Так, П'єр Бурдьє наполягає: культура відтворює соціальну нерівність, сегрегацію, розмежування «високих» і «низьких» верств. Адже навіть вияв смаків розглядається як мітка класу. Так само, в процесі споживання товарів «узаконюються» відмінності між соціальними групами (Bourdieu, 1996, р. 6–7). Отже, коли *висока* культура поступається комерції – маємо справу з культурою для масового вжитку. Іншими словами, в культурному середовищі працюють певні ліфти, а продукт, що потурає низьким смакам, пов'язується з рухом униз. Твори масового використання виготовлені шаблононо, конвеєрним способом. Запановує пов'язана з утратою самотніх цінностей сурогатна культура (Storey, 2018, р. 8–9).

Отже, *маскульт* (скорочення для *масової культури*) – це творена масами для себе культура. Щоправда, вона може народжуватися знизу, як-от народна (популярна) культура. Та як бути з комерційною складовою? Іноді кажуть, що масова культура є результатом багатьох компромісів і узгоджень, або балансом між нав'язуванням і опозицією. В результаті, аристократи, як і посполиті, носять джинси та їдять у закладах швидкого харчування, а робітники масово вирушають відпочивати на пляжі й відвідують музеї. Нині поширена думка, що зникає різниця між *високою* та *низькою* культурою, бо відбулося взаємопроникнення торговельної та мистецької діяльності (Storey, 2018, р. 9–10).

Слово *популярний* спочатку позначало *народ*, у сенсі чогось низького чи базового. Згодом постає елемент корисності, а ще пізніше йшлося про розповсюдження, спрощеність, рівень доступності: популярна література, преса, пісня, мистецтво (Williams, 2015, р. 179–181). Нарешті наголосимо: масова культура все ж не тотожна популярній, як може видаватися на перший погляд. Хоча тенденція такого отождолення існує. Це виразно простежується на тому, що цитовану вище книжку Джона Сторі українською перекладено як «Теорія культури та масова культура» (Сторі, 2005). Тобто, слово *popular*

передано як *масова*. Це трапилося швидше за все тому, що в українській рецепції ще зберігається радянська традиція однозначно негативного визначення цього феномену. Прочитуємо тогочасну статтю: «Нині буржуазні культурологи, особливо американські, схильні розглядати “масову культуру” як народну, про що свідчить хоча б заміна терміну “mass” на “popular”» (Крючкова, 1976, с. 167).

Втім, у розвідці «Винайдення популярної культури» Сторі подає цікаву періодизацію (Storey, 2003, р. VII–VIII). Спочатку (в домодерні часи) популярна культура функціонує як *народна*, важливими аспектами якої є творче захоплення природою (пасторальним життям) із формуванням відповідних мистецьких традицій, ігрових елементів. Надалі з розвитком індустріальної цивілізації популярна культура проявляється вже як *масова*: власне, зразки елітарної культури протиставляються анархії чи революційним масам. Наступний період – це визначення поп-культури як чогось *іншого* стосовно *високої*, наприклад модернізму. Ще одним важливим аспектом є арена *гегемонії*, коли культура перетворюється на засіб «м’якого» впливу на маси. З іншого боку, популярна культура в часи *постмодерну* демонструє стирання меж між *високим* і *низьким* завдяки появі нових типів чутливості й ідентичності. Нарешті варто говорити про поп-культуру як *глобальну*, одним із прикладів чого часто є американізація й ідеологія неолібералізму. Тобто популярна культура проявляється по-різному: як традиція повсякденного життя; як реакція на економічний розвиток; як ідеологія споживання, тобто нав’язування масам штучних потреб згори і спротив цьому знизу; як формування середнього рівня смаків і смислів, доступних елітам і масам тощо.

Таким чином, період, який позначено як маскульт, виникає внаслідок індустріалізації й урбанізації, коли занепадає народна/традиційна (популярна) культура. Велика Британія стала чи не першою країною світу, де сформувався маскульт, умовою розвитку якого була капіталістична ринкова економіка. Урбанізація спричинила значний перерозподіл мешканців, які почали осідати у великих містах, а індустріалізація засвідчила, що люди відтепер зважають не стільки на зобов’язання, скільки покладаються на грошові відносини. Позаяк у Європі після заворушень 1848 р. наростав страх перед революціями, що вибухали «знизу», посилилася й реакція на радикалів – їм довелося перебратися в підпілля. Це поволі приводило до зменшення патерналізму в суспільстві. Проте тим, хто контролював

*високу культуру*, так і не вдалося остаточно тримати в покорі нижчі прошарки (Storey, 2018, р. 12–13).

Сторі показує (Storey, 2018, р. 19–20), як в останні кілька десятиліть XIX і до першої половини XX ст. в оцінці цих явищ залишалася вагомою теорія британського критика культури Метью Арнолда (1822–1888). Він гадав, що культура становить сукупність знань, за допомогою яких забезпечується панування розуму, прагнення досконалості й одужання від кволості духу. Культуру робітничого класу він пов’язував із численними небезпеками. Лишень освітня програма могла забезпечити покору та повагу. В державі Арнолд бачив порятунок від занепаду аристократії та підйому загрозливої демократії: «У нас є вагомий принцип авторитету, щоби протидіяти тенденції до анархії, що, здається, загрожує нам [...], а культура є чи не найбільш рішучим ворогом анархії, завдяки великим сподіванням і замислам держави, чия культура вчить нас плеканню» (Arnold, 2006, р. 61, 150).

Вже в 1930-ті рр. інший британський літературний критик Френк Реймонд Лівіс (1895–1978), коментуючи тези Арнолда, говорив про посилення культурної деградації, спричиненої занепадом традиції. Культура завжди була справою меншості, яка опікується нею, є достатньо освіченою й розуміється на літературі. Криза в культурі виростає з масових форм мистецтва, зокрема трансльованих медіа. «Коли ми розглянемо, приміром, процеси масового виробництва та стандартизації у формі преси, стає очевидним їхнє зловісне значення, бо вони супроводжуються падінням рівня» (Leavis, 2005, р. 35). Дивитися фільми – значно простіший інтелектуальний труд, аніж осмислювати письменство. Повернутися до єдності влади та ієрархії можна тільки відродивши повагу до великої літератури (Storey, 2018, р. 23–28).

Тим часом у повоєнній Америці усталювалися естетські тенденції до відкидання високої культури. Рівнобіжно увиразнювалися спроби лібералів показати, що маскульт ознайомлює людей із досягненнями суспільства споживання. Тоді як ліворадикали вбачали в ній засіб контролю (Storey, 2018, р. 29). Бернард Розенберг зазначає: дослідники «починають запитувати себе, чи змінюється якість життя журналами масового обігу, коміксами, детективною літературою, фільмами, радіо, телебаченням» (Rosenberg, 1957, р. 3). Ба більше, він розпізнає в маскультурі тоталітарні тенденції, тому її родоначальником називає не США, а СРСР. Адже маскульт «процвітає там, де виникає відповідний технологічний

апарат, звільна чи зненацька, а понад усе в Радянській Росії, яка, хай там як, а не може вважатися капіталістичною», втім «якщо й наважитися на позитивне формулювання (у вигляді гіпотези), то саме сучасна технологія є необхідною і достатньою причиною масової культури. Ні національний характер, ні економічне регулювання, ні політична система не мають остаточного значення в цьому питанні» (Rosenberg, 1957, p. 11, 12).

Філософ і лівий політичний радикал Двайт Макдоналд (1906–1982) вважав, що маскульт (Masscult) розхитує «високу» культуру і є паразитом. Він наполягав: «“масова культура” є точнішим терміном (порівняно з *популярною*. – Т. Л.), оскільки її показною ознакою є те, що вона є виключним і безпосереднім моментом масового споживання, як жувальна гумка [...]. Історичні причини зростання масової культури від початку 1800-х рр. добре відомі. Політична демократія і народна освіта зламали стару монополію культури вищого класу. Підприємницьке виробництво знайшло прибутковий ринок культурних потреб у знову пробуджених масах, а просування технологій уможливило дешеве виробництво книг, періодичних видань, ілюстрацій, музики та меблів у достатній кількості, щоб удовольнити цей ринок» (Macdonald, 2005, p. 39). Експлуатація культурних потреб мас перетворює останні на інфантильний натив, а використання зразків високого мистецтва в доступній для них формі прагне лише викликати ефект задушевного мистецтва з метою комерційної популяризації, а в комуністичних країнах – заради панування класу. Тобто СРСР є теж країною маскульту, лише з іншим акцентом. Це проявляється у помпезних урядових будинках, пам'ятниках Леніну, в мистецьких і філософських журналах «дитячого рівня» та грубуватих фільмах, які не хочуть дивитися навіть американські комуністи. «Також правильно, що масова культура є певним продовженням старого народного мистецтва, яке до промислової революції було культурою простолюду (common people), але і тут відмінності важать більше, ніж подібності. Народне мистецтво (Folk Art) наростало знизу. Воно було спонтанним, автохтонним виявом народу, сформованого самим собою, переважно без інтересів високої культури (High Culture), відповідно до власних потреб. Масова культура (Mass Culture) накидається згори. Вона сфабрикована виконавцями, що найняті бізнесменами; її аудиторія – бездіяльні споживачі (passive consumers), їхня участь обмежена вибором купувати чи ні» (Macdonald, 2005, p. 40).

В іншій статті Макдоналд називає маскульт пародією на високу культуру й анти-мистецтвом, адже замість естетичного досвіду пропонує емоційний катарсис. До маскульту Макдоналд зараховує комікси, рок-н-рол, низькопробні телесеріали. Але існує ще один рівень культурної продукції, яку можна помістити між високим і низьким рівнями – Midcult (Macdonald, 1962, p. 3, 50–51). Риси цієї культури пародіюють високу культуру, але виконані з комерційною метою. Яскравим прикладом, вважає Макдоналд, є «Старий і море» Гемінгвея. Тобто маскульту не дорікнеш творами низького рівня – тут усе відверто. Натомість мідкульт користується з винаходів авангарду, баналізує їх для продажу (Есо, 2010, s. 66–67).

Голландсько-американський критик Ернест ван ден Гаг (1914–2002) теж стверджує: маскульт транслює пересічні смаки та деіндивідуалізацію. На його думку, масове виробництво сприяє тому, щоби робітники заробляли більше, а це дає їм змогу відчувати себе якою-не-якою політичною силою. Витрачається менше часу на продуктування, однак вільний час відводиться на споживання. Стандартизація стає новою формою репресії, бо монотонна праця виснажує. Раніше *народна і висока* культура співіснували. Тепер, коли механізоване виробництво проникає усюди, вони зберігають лише незначний вплив на приватне й соціальне життя. Починаючи з дитсадка, система виховання/навчання прищеплює страх відокремлення від групи та самостійне мислення. Надалі реклама і медіа прививають уніфіковані смаки (Гаг, 1957, p. 504–505, 507–508, 510–511).

Вже з цієї панорами поглядів можна виснувати: при вивченні тенденцій розвитку культури ми змушені зважати на кілька її вимірів – висока, низька, середня (midcult), а також враховувати непрості реляції між ними (Лютый, 2017, червень 30). Далі спробуємо визначити своєрідний показник нівелювання культури, що проявляється через спрощення смаків.

### **Кітч: вульгаризація смаку**

Суперечки про походження слова *кітч* не стихають. Хтось виводить його з англійського *sketch* (зразок), інші з німецького *verkitschen* (збувати дешевизну). Проте з другої половини XIX ст. воно має негативні конотації: бездарне мистецтво, художнє сміття тощо. Масова привабливість кітчу експлуатується рекламою товарів і політичних технологій, а його успіх полягає в універсальності пробуджених емоцій (дитина,

яка плаче; пухнасті кошенята). Кітч використовує впізнавану стереотипну образність (Kulka, 1988, р. 18–20). Згідно з Адорно, кітч – «емоційне мародерство», він «неначе чортеня, уникає будь-якої дефініції, навіть історичної, його найпритаманнішими рисами є вигадання почуттів, яких нема... Кітч пародіює катарсис» (Адорно, 2002, с. 322). Не дивно, що такі ознаки властиві й ідеологіям: «Кітч радянського блоку сповіщає дещо про неправду політичної претензії, ніби там можна утвердити соціальну правду» (Адорно, 2002, с. 469). У своєму художньому визначенні Мілан Кундера стверджує: «Кітч є повне заперечення гівна у прямому й переносному значенні слова; кітч виключає зі свого поля зору все, що в людському існуванні по суті своїй неприйнятне... В імперії кітчу панує диктатура серця. Почуття, яке викликає кітч, має бути, звичайно, таким, щоб його поділяло багато людей. І тому кітч не може будуватися на незвичній ситуації, він тримається на основних образах, закарбованих у людській пам'яті... існують і різні кітчі: католицький, протестантський, іудейський, комуністичний, фашистський, демократичний, феміністичний, європейський, американський, національний, інтернаціональний» (Кундера, 1994, розділи 5, 8, 13).

В «Європейському словнику філософій» кітч визначається як продукт маскульту, що корелює з категорією смаку, має естетичний та етичний вимір і впливає на політику (Piş, 2011, с. 322). Вважається, що граф Шефтсбері запропонував вважати *смак* новим відчуттям або здатністю душі. А Девід Г'юм, виявляючи підстави естетичного сприйняття, стверджував: краса не є властивістю речей, а існує у свідомості спостерігача. Тим часом Кант казав, що естетичні судження варто розглядати як загальні. Звісно, ніхто з цих теоретиків навіть не здогадувався, що в добу масштабного товарного виробництва маси заявлять про власні усереднені смаки. Проте не вияв особистих, а копіювання смаків інших є виразною ознакою масової культури. Головним терміном позначення цих уподобань і стає кітч (Ward, 1991, р. 8, 9). Він виникає з піднесенням індустрії розваг, підважуючи високу культуру. Широка публіка не зважає на рафінованість виражальних засобів. Її уподобаннями є солодкаві зображення, сувеніри, бульварне читиво та п'єски, фонова музика. Чи не перший дослідник цієї теми Герман Брох бачив зв'язок кітчу з розкутим ренесансним мистецтвом (Broch, 1970, р. 61), відзначаючи: кітч є сателітом гінкого успіху, позаяк вдається до халтури й кліше.

Клемент Гринберг, порівнюючи авангард і кітч, наполягає, що останній розрахований на маси, які споживають комерційні мистецтво й літературу. Як продукт промислової революції, він покликаний задовольняти потреби нових містян, які переїхали з сільської місцевості й наслідують зрозумілі їм зразки культури. Втім, це вже ерзаці, бо з'явилися в нових індустріальних умовах. Тому кітч виказує підмінений досвід і підроблені почуття (*vicarious experience and faked sensations*). Вони схиляють людину до поцінування неістотного, приносячи виробникам усякого мотлоху прибутки. Сила кітчу настільки потужна, а його товари до того загребувані, що художники й літератори часто трансформують власну творчість під цим тиском. Кітч як ознаку «низького мистецтва» пов'язували з напливом американізованих форм, однак Гринберг покликається на Двайта Макдоналда, який указує на впливові форми радянського кітчу. В країні, де цуралися всякого формалізму в мистецтві на користь соцреалізму, картини Репіна з Третьяковської галереї виглядали зрозумілішими, ніж творчість Пікассо. Але чому людям подобаються ерзац-зображення, а не репродукції Рембрандта чи Мікеланджело? Чому затребуваний Репін, а не Пікассо? Видно, останній «іконічний», а смисли його робіт потрібно конструювати самому. Натомість перший реалістичний і не вимагає зайвих зусиль для тлумачення. В обох цінності подібні, але викликають різне ставлення (Greenberg, 1963, р. 102–105).

Ганні Арндт вдалося описати реляції між культурними смаками та політичними поглядами. Спільною ланкою у зв'язку між *масовими суспільством і культурою* є не маса, а суспільство. Історично воно не старше модерної доби. Показово, що роман індексує масові процеси, бо передбачає зростання соціальних і психологічних рухів, де схоплено конфлікт між суспільством та індивідом. Показником масовості є феномен філістерства (аналог міщанства) з його орієнтацією на прагматику, тобто те, що у високій культурі було другорядним. Цим культура стає функціональною, зводиться до знаряддя досягнення вагомого статусу (соціальний товар). Представник нового середнього класу вловлює, що класичне мистецтво дасть змогу посісти вищий щабель, але не розпізнає в ньому чогось більшого (Arndt, 1977, р. 199, 201–203).

Із штампованим крамом-непотребом (дешеві прикраси, поробки) пов'язував кітч і Жан Бодріяр. Це псевдооб'єкти, симулякри, копії та стереотипи. В них багато референцій і надзвичайно мало значень. Вони експлуатують готові

знаки, прагнучи набути певних соціальних статусів. Кітч є завжди підробкою цінного й унікального. Він виявляє вдавану доступність до чогось рідкісного, стаючи компенсацією соціальної нерівності (Baudrillard, 1998, р. 110–112).

Коли Умберто Еко ставить запитання «Що таке несмак?», відповідь отримати досить важко. Приміром, чи пасує зелена краватка до коричневого костюма? Все залежить від моди, доби, культури. Єдине, що можна сказати: йдеться про брак міри. Та це теж непостійне. Найголовнішим є те, що кітч має стосунок до формування чи накидання певної реакції. Це легкий естетичний досвід зі створення ліричної атмосфери, що вимагає повторення. Кітч віддає перевагу формі, але не заради пізнання естетичних властивостей твору, а для підсилення почуття (як у порно). Це не естетична пригода, а радше підкреслення ефекту. Подібні ерзаці мистецтва створені для лінивої публіки. Оскільки чимало речей мають силу первісного образу, в людини нерідко виникає бажання його наслідувати (Еко, 2010, с. 109, 113–115). Еко добачає ознаки кітчу, зокрема, в жіночих портретах Джованні Болдіні. Виконуючи портрети на замовлення, художник потурає приємному споживанню. Спостерігається не твір мистецтва, а красивий образ жінки та продаж ефекту, спричиненого відкритими частинами її тіла. В цьому субтильному натуралізмі вхоплюються солодкі погляди жінок. Подібна стилізація жінки «під Сирену» є зразком мистецтва для пожадання (Еко, 2010, с. 170–172). Та найчастіше кітч перетворюється на акт комунікації, що потребує певної реакції. Якщо авангард – це відкриття нового, то кітч – неодмінно наслідування ефекту. Для кітчу властивим є очікування розваги. Використовуючи винаходи авангарду, він поміщає їх у зрозумілі ситуації для масового споживача, ніби запевняючи: це і є справжня культура (Еко, 2010, с. 119–121, 124).

Отже, кітч завжди пов'язаний з імітацією та наслідуванням, адже показує бажання переміститися в якийсь кращий світ життя. Такими є не лише пострадянські «євроремонти», а й теперішні уявлення про пишноту маєтних можновладців (Лютій, 2017, червень 28). Але не все так однозначно. Сьюзен Зонтаг у «Нотатках про "кемп"» (1964) запроваджує термін, що походить від французького дієслова «se camper» і означає «надмірне модне позування». *Кемп* виникає наприкінці XIX ст. як відвертий публічний натяк на особисте (гомо)сексуальне життя. Згодом йдеться про показну, перебільшену, театральну чи вдавану поведінку (Peters, Drushel,

2017, р. vii). Для Зонтаг кемп – це естетична вигадливість, грайливість, наївність, кмітливий пафос, пристрасна екстравагантність, утілена в одязі, кіно, музиці, літературі, меблях, архітектурі (Жан Кокто, Рихард Штраус, Антоніо Гауді). Як і у випадку з кітчем, людина вдається до замилювання, проте зумисно використовує серійну продукцію. Якщо кітч є пересічним у своїх амбіціях, то кемп – це свідомий кітч, іронічне захоплення несмаком, стьоб, театралізація, штучна пишнота, витворення стилю з речей, помічених поза звичним контекстом. Приміром, бачити в чоловіках жіночність, а в жінках маскуліність; дизайнувати декоративні людські безстатеві образи чи штучні руїни для інтер'єру; використовувати китайські речі масового вжитку, всякчас вкладаючи в них подвійний смисл тощо (Зонтаг, 2006, с. 289–296).

Отже, якщо кітч є виразною ознакою маскульту, то кемп указує на можливість не тільки протистояти звичці банального задоволення, а й осмислено конструювати світ. Враховуючи те, що людям віддавна властиве творче перетворення дійсності, простежимо це на прикладі становлення популярної культури.

### Традиція популярної культури

Одне з вирішальних питань, пов'язаних із домодерними формами культури, можна сформулювати так: чи існувала й наскільки була розвиненою популярна культура в доіндустріальну добу (Лютій, 2018, березень 1). У збірці «Популярна культура в античному світі» означена традиція розглядається щонайменше від Греції V ст. до н. е. до Галлії VI ст. на матеріалі дитячих іграшок, перевдягання, оракулів, байок, музичних інструментів тощо. Вивчення подібних символів дає змогу визначити специфічний культурний рух «згори донизу» в стародавньому світі. Дослідження суспільства класичної Греції виявляє небагато прикладів популярної культури. Значно більше свідчень знайдено в римській імперській період. А наприкінці античної доби поширення християнства розвиває новий інтерес еліт до нижчих прошарків (Grig, 2017, р. 1–3).

Цьому непростому питанню присвятив своє дослідження Джері Тонер. Популярну культуру автор схильний означувати радше негативно, тобто як неелітарний феномен. Власне, подібні осередки він ототожнює з *народом*, у широкому сенсі, до якого доводиться зараховувати безліч різноманітних соціальних груп: не лише селян, ремісників і робітників, а також і цілителів,

ворожбитів, оповідачів, артистів, торговців, а так само й жінок, дітей, дрібних урядовців, рабів і верстви збіднілих представників римського суспільства. Йдеться заледве не про десятки мільйонів людей, які населяли територію, що простягалася від берегів туманного Альбіону до Нілу. Ці народи творили свою культуру десятками локальних мов, від переважної більшості яких уже нема й сліду. Їхня культура конкурувала з офіційною греко-латинською традицією, відомою набагато краще, ніж *низька*, чие багатство відновити майже неможливо (Тонер, 2009, р. 1).

Дотеперішня популярна культура представлена у вигляді низки поглядів, які були відповіддю на соціальні, економічні й екологічні умови, з чим зіштовхнулася більшість тодішнього населення Римської імперії. *Високу* (елітарну) культуру репрезентували можновладці й тамтешні урядовці різних рівнів. Їх налічувалося до 200 тис. Армія становила ще півмільйона. Проте, на думку Тонера, зятятої боротьби між елітою та підлеглими не спостерігалося. Звісно, народна культура містила елементи опору панівним суспільним групам, але здебільшого суперечності мали ознаки незначних сутічок. У цих взаєминах існували й значні «сірі зони», які годі вмістити у звичний розподіл між популярним та елітарним. Тож маємо ситуацію, коли велетенська класична культура з арсеналом володіння давніми мовами, напрацьованими філософськими вченнями й літературою протиставлена порівняно малій традиції, куди зараховують народні казки, прислів'я, фестивалі, пісні, оркулів тощо. Та якщо носії великої традиції вряди-годи брали участь у відправах меншої, як-от долучалися до розваг, ігрищ, проповідей і виступів, завсідами яких найчастіше були представники римського плебсу, то виразникам останнього було непросто проникати в елітарні осередки. Це вимагало чималих затрат: багатьох років важкого навчання та значних статків (Тонер, 2009, р. 2–3, 5).

Натомість такі пересічні заходи, як розпивання напоїв і пристрась до азартних ігор, нуртували в осередку неелітарного міського середовища. Попри позірну банальність, підхожі практики можуть повідати значно більше про те, чим ці люди справді переймалися. Так, азартні ігри надавали тим, хто в них регулярно вправлявся, корисні навички, конче необхідні для людей низових спільнот. Вони вміли оцінювати небезпеки чи вирішувати невідкладні справи, потрапивши під несамовитий тиск обставин. Хтось володів таким винахідливим талантом, що,

вдаючись до обману, вмів запевнити інших у своїй відданості спільним інтересам. Зрештою, навик упорядження публічних забав уможливив появу специфічної форми римської традиції, яка спиралася на багатоманітні принципи популярної культури й давала змогу залучати людей у нові відносини, включно з офіційною культурою. В результаті, остання й сама змінювалася, що свідчить про неабиякий потенціал народної культури (Тонер, 2009, р. 6–7). Скажімо, зростання популярності в римському суспільстві боїв гладіаторів, яких слід сприймати за ікони тогочасної народної культури, всякчас супроводжувалося численними натовпами шанувальників усіх верств. Ці звитязці демонстрували не просто відвагу, а й неабияку акторську майстерність. В цілому ігри допомагали римлянам проявляти чесноти в героїчних умовах. Це були досить показові ситуації, адже ратоборцям доводилося не інсценізувати показні трюки, а виявляти відповідні якості заради перемоги (Тонер, 2009, р. 115). Ще одним вагомим показником розрізнення між двома типами культур були варіативні способи прояву людських почуттів. Еліти користувалися широкою палітрою почувань як засобом демонстрування соціальної відмінності. Натомість профани своєю простакуватою чуттєвістю вимічали низовий кордон довкола високої культури. Смакові прерогативи еліти позначалися у використанні недешевих речей для прикрашання домівки або завдяки можливості дозволити собі дорогу освіту, приміром, не тільки з метою бути письменними, а ще й заради поцінування мистецтва. Такі моменти ставали підставою виразного протиставлення панівної легітимної культури низькій. Ось чому маніфестації смаків є свідченнями переваг еліт (Тонер, 2009, р. 132).

Одним із аспектів пізнішої втрати значення популярної культури в імперії було суттєве падіння кількості розваг, пов'язане передовсім із поширенням християнства. Втім, тоді й надалі популярна культура ніколи не тяжіла до простого підпорядкування панівній ідеології. Позаяк із будь-якого ряду культурних ресурсів носії популярної культури невтомно обирали доступні їм засоби створення нової ідентичності (Тонер, 2009, р. 187, 190).

У розвідці Пітера Берка теж пропонується багатоманіття проявів цього феномену. Вище ми з'ясували, що загальне поняття *культура*, крім усього іншого, передбачає спільність розумінь, настанов, цінностей, символічних форм (жанрів і творів), а також способів життя. Тоді популярна культура розглядається як неофіційна, неелітарна, позаяк виникає на низовому рівні, а її творцями



є бунтівники, підлеглі класи, простолюд або ж носії усної традиції. Якщо масова культура починає бути вагомою приблизно з середини XIX ст. з формуванням суспільних ідеологій, транспортної мережі, а потім і з появою кіно, телебачення, інших медій, то популярна культура має значно довшу історію, допоки її не починають активно вивчати в Європі на проміжку між XVI–XIX ст. Вона неоднозначна, бо до її проблемних моментів належать: локальність (периферійність щодо центру), неоднорідність, розпорошеність, різноманітність, субкультурність, додання кордонів (трансгресивність), контрольованість з боку еліти (Берк, 2001, с. IX–XXI).

Для популярної культури важливою є поява *народу* (Volk). Про це поняття промовисто заговорив у XVIII ст. Гердер, почавши збирати німецькі пісні, казки, вистави та інші елементи фольклору, що творилися національними мовами (Гердер, 2003). Чи не найголовнішою його тезою було: народна поезія впливає на моральність. Врешті-решт, йому вдалося протиставити народну (дух і культ народу) і вчену культури. Надалі до справи доклалися його співвітчизники: Лесінг зацікавився картинками з віршами та лубочними книжечками (Lessing, 2014), а брати Грімм показали, що подібні оповіді відображають душу народу (Грімм, 2003). Так само, народні вистави про Фауста чи Вільгельма Теля або ж народна музика, як-от обробки Гайдном шотландських балад, а також створення Мішле енциклопедії народних пісень і дослідження з відьомства, стають предметом адаптації й популяризації (Michelet, 2010). Гойя, зображуючи герцогиню Альбу як маху (іспанську городянку), зафіксував тенденцію, коли аристократи вдягалися подібно до простолюду. Так само і Шевченко, хоча й не був шляхтичем, а теж любив вбиратися в селянський кожух чи шапку серед петербурзької інтелігенції, а в своїй поетичній збірці використав назву мандрівних сліпих співців. Отже, народ виглядав як простий, невчений, інстинктивний, ірраціональний, неіндивідуальний, а його представники повстають проти всього «штучного» (вишуканого). Згадаймо тільки, як Руссо вчинив бунт проти просвітницького проекту, проголосивши рух культурного примітивізму проти елітарності (Берк, 2001, с. 1–10).

Часто така *народність* народжувалася на периферіях імперій (Гердер походив зі східних німецьких земель, Вальтер Скотт досліджував шотландські, а не англійські балади, Вук Караджич – сербські пісні). Відбувалася така собі рестаурація фольклору засобами високої культури, приміром, брати Грімм переказували казки

мовою Hochdeutsch. Вочевидь, народ уже не виглядав як юрба на вулиці. «Велика традиція» меншості в активі мала античну класику, університетську освіту, здобутки наукової революції й Просвітництва. «Мала традиція» більшості творила народні пісні, казки, легенди, обряди, фестивалі, лубочні гравюри, розписані скрині, копійчані книжечки, сезонні святкування тощо (Берк, 2001, с. 13–14, 16, 25).

Проте деякі прояви були обопільними. Приміром, карнавал, корида, балаганні ведмеді, карлики, трагедії – все це було святом для всіх: і верхів, і низів. Так само Рабле і Війон знали й творили обидві, високу й низьку, традиції. Деякі ченці, будучи водночас людьми університетів і майданів, часто виступали як народні проповідники, котрі вживали розмовний стиль, каламбури та жести, а їхні проповіді скеровувалися нерідко проти вищих церковників. Син лікаря і університетський теолог Савонарола, пояснюючи світоустрій, вдавався до такої схеми: світ подібний до цибулини – в центрі Земля, а кожний наступний шар нагадує кристалічні сфери довкола неї. В досить простий спосіб він популяризував науку. Позатим популярні казки чи мелодії видозмінювалися й впліталися в основні сюжети творів високої традиції, а лубочні видання виконували роль медій тих часів. Так усталилася культура імпровізації й переказу, розвивався специфічний стиль, ідіолекти, ба навіть шаблони (Берк, 2001, с. 26–32, 73, 75).

Окремою темою формування популярної культури стали й різного роду аутсайтери: розбійники, вигнанці, батяри, гайдамаки, котрі часто прагнули помститися владній традиції чи й цілковито її відкидали, але творили свої субкультури. Тут варто не забувати й багатоликі образи Іншого (турок, єврей, відьма), кого подекуди не хотіли вважати людською істотою. Подібно до цього католики називали відступниками, содомітами, людоїдами чи дітовбивцями протестантів (Берк, 2001, с. 36, 44–45, 51–52, 177–181). До популярної культури треба зарахувати й світ ритуалу, зокрема, свята – весілля, релігійні відправи, трагедії, бунтівні шаленства, які плекали розваги, соціальну солідарність, змагальний дух тощо. Через це популярній культурі закидали: аморальність, гріховність, надмірність, пародійність. Хоча вона мала й деяку підтримку: Лютер писав релігійні гімни на відомі народні мелодії, перекладав Біблію. З іншого боку, кальвіністи нарікали на виконання псалмів у кнайпах (Берк, 2001, с. 231–235, 238).

Зрештою, розвиток популярної культури спричинив до присутніх суспільних змін. Якщо в 1500 р. в Європі мешкало близько 80 млн людей і було

чотири великі міста чисельністю понад 100 тис. (Стамбул, Неаполь, Париж, Венеція), то в 1800 р. ця кількість уже сягала 190 млн і вже 23 великі міста. Здійнялася справжня торговельна революція з використанням металу, паперу, скла, тканини. Виникали нові шляхи, канали, пошта, кредитування, друкарська справа, комерціалізувалися розваги, а газети зробили політику повсякденністю (Берк, 2001, с. 261–263, 283).

Втім ці процеси відбувалися поступово, допоки частина популярної культури не перетворилася на прибутковий товар, наближаючись врешті до масової (Лютий, 2017, липень 2). Та популярна культура остаточно не виродилася в конформізм, а зберегла й запал протесту.

### Поп-культура як спротив

У часи, коли в культурі виразними стають тенденції до стандартизації й інспектування, неабиякого значення набуває здатність суспільства протистояти подібним формам домінування. Схожа резистентність прослідковується не лише у світогляді, а й закарбовується у життєвих формах (Лютий, 2018, 25 квітня). В енциклопедії «Альтернативна культура» подано спробу виявлення динаміки культурних процесів, які здійснюються на соціокультурному й естетичному рівнях (Десятерик, 2005). Автори описують способи підриву репресивних засад системи з боку маргінальних осередків. Щоби відчуті контраст протистояння, виокремимо п'ять маркерів, які увиразнюють цю взаємодію: тенденції маскульту, ідеологічні рухи, соціокультурні практики, субкультури та мистецькі акції.

Почати варто з того, що визнати маскульт осередком контролю, здійснювати який можна не обов'язково принукою. Прикладом чого є *гламур*. Цим терміном 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 неперевірено чи технологіям зваби сексуальних партнерів. Візуально все має нагадувати блаженство й насолоду, бо хоча б уявно людина мусить відволікатися від труднощів і «багатіти думкою». Гламур продає образи успішного підприємця, привабливої парфумерії, виняткової подорожі, достойного автомобіля, вишуканих страв, коштовних прикрас тощо (Десятерик,

2005, с. 47–48). Окремо стоїть *бульварна преса*: кросворди, таблоїди, підліткова чи порно-література, субкультура, збірки рецептів і анекдотів, огородництво та подібне. В *жовтій пресі* сконцентровані псевдоінтелектуальні розваги, зібрано шокуючі факти, плітки, скандали, викриття, відверті зізнання й усе подібне, що підтримує популярність селебритіз із політики та шоу-бізнесу. В такий спосіб, споживач налаштований на постійний пошук сенсацій. Дещо менше в нас популярні комікси, або ілюстровані історії, що з'явилися в США наприкінці XIX ст. Вони виявилися настільки дохідливими, що в окупованому Парижі нацисти робили комікси на «арійську» тематику. Втім, контркультура теж освоює цей жанр, обираючи дражливі теми: секс, насильство, наркотики, расизм, субкультура (Десятерик, 2005, с. 80–83).

Із розвитком технологій у маскульті вкорінюється термін *мейджор* – велика компанія з виробництва й поширення кіно та продукції музичної індустрії. Хоча рівень виконання тут доволі високий, ідейне та ціннісне наповнення творів у цій сфері переважно банальне. Жодних відхилень і маргінальності. Звісно, не потрібно узагальнювати, позаяк трапляються й зразки високого художнього змісту (Десятерик, 2005, с. 96–97). Подібні речі пов'язуються і з *мейнстрімом* – загальноживаними кліше. Споживач, купуючи продукт, має бути розваженим і задоволеним. Йому не треба перейматися труднощами. Всі отримувани ним ідеали та взірці для наслідування чітко контролюються, щоби потім бути відтвореними в «суспільній думці». А головне, в кожного має залишатися враження, що він живе у світі порядку й злагоженості (Десятерик, 2005, с. 97). 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. Звичне сприймається як своє, стаючи складовою ідентичності реципієнта. Формується аудиторія із загальними смаками. «Всеядність» споживача стає зухвалим виправданням маніпуляції масами; присипляється критична свідомість (Десятерик, 2005, с. 117–118). Старішою за ці явища є тільки *цензура*. Невідповідність офіційним нормам неодноразово піддавалася вилученням і переслідуванням. Але одна справа, коли цензурає система, зовсім інша – суспільні організації. Часом у маскульті деякі етичні настанови доводять до абсурду, перетворюючи на соціальні шаблони. Подібне трапалося з поняттям *політкоректність*. Почасти в нього вкладають настільки

прямолинійні уявлення, що це призводить до самоцензури. Про деякі речі доводиться висловлюватися так, аби не викликати звинувачення в неповазі, дискримінації за різними ознаками. Постає запитання: що можна критикувати, навіть подразнюючи чиїсь почуття, а що має залишатися під тотальним табу (Десятерик, 2005, с. 130–131, 218–220)?

Несподівані перетворення стаються з поп-музикою. На Заході це словосполучення вживають на позначення творів, які мають популярність і потрапляють до гіт-парадів (чартів). Це може бути легка танцювальна й альтернативна музика. На пострадянському просторі виникає виразний термін *понса*: нескладні мелодії й примітивні тексти. Досягнути успіху на цьому поприщі можна через багаторазову трансляцію. Внаслідок цього мелодії та уривки текстів нав'язливо спливають у свідомості. Слово настільки поширилося, що прикметник «попсовий» є синонімом усього низькопробного (Десятерик, 2005, с. 132–133). Варто зауважити, що подібний феномен набуває воістину планетарного масштабу: у поляків є своє *disco polo*, а кількість переглядів південнокорейського синглу *Gangnam style* в YouTube вже перейшла позначку 3 млрд. Взагалі, символом маскульту, з того часу як промисловим способом навчилися готувати повітряну кукурудзу (1885), є *попкорн*, якщо не рахувати кока-колу. Обидва є сурогатними заміниками їжі та питва, бо з їхньою допомогою сіра повсякденність має ставати легкою та солодкою. Не дивно, що голлівудський кінематограф побіжно пов'язують із цим продуктом-симулякром. Однак більш відвертим є термін *треш* (різновид кітчу): третьосортна література, фільми, музика, сповнені пафосом, графоманією та надмірністю (Десятерик, 2005, с. 131–132, 200–203).

Натомість лінія протистояння представлена почасти неоднозначними ідеологічними течіями. Вони мають виразний анархічний вияв, домагаються рівності й індивідуальної свободи, стають в опозицію до влади. Досить показовим серед них є *автономізм*, у межах якого відбувається пошук революційного дієвця поза пролетаріатом. Італійського професора Антоніо Негрі вважають засновником руху, де зарівно відкидається лівий бюрократизм і релігійний консерватизм, створюються вільні від капіталу сфери зайнятості та засоби поширення інформації (Hardt, Negri, 2000). Своєю чергою *антиглобалізм* об'єднує противників великих корпорацій, політичних і фінансових структур (ЄС, НАТО, СОТ, МВФ), які диктують новий світовий порядок. Схожим чином *альтермондіалісти* відмов-

ляються від централізованого керівництва, виборів, влади (Десятерик, 2005, с. 5–6, 12–16). У романі «Проект революції в місті Нью-Йорк» (1970) Ален Роб-Гріє описав варіант підхожих активних трансформацій (Роб-Гріє, 2015). Проте і тут є свої дивацтва, як-от концепція *світового уряду* (теорія змови). Світом, мовляв, заправляють підступні зловмисники (банкіри, екстремісти, масони), впливаючи на національні уряди. Іноді подібний стан справ породжує прагнення донести інші цінності й задавати власний тон у суспільно-політичному житті. Таким є *радикалізм* різного гатунку, зокрема бунтівний культ войовничих груп і вождів. Крайніми його формами є *тероризм* як насильницька зміна світопорядку чи *фундаменталізм* як закосніла реакція, переважно на релігійному ґрунті. Відмінним, але теж здатним на ризики є типаж *нелегала*, котрий прямує до країн із кращими умовами життя, де сподівається знайти спокою забезпеченості (Десятерик, 2005, с. 101, 115–117, 142, 198, 209–210).

Неабиякої значущості набули соціокультурні практики. Мобільним їхнім варіантом завжди був *автостоп* (Десятерик, 2005, с. 6–7) як відмова від загальноприйнятних перевезень пасажирів за оплату. «Стопери», обираючи «дальнобійний» транспорт або варіант електричок («на собаках»), шукають свободи в добровільному вигнанні й відчуженні в душі поетики роману «На дорозі» (1957) Джека Керуака (Керуак, 2010). Не менш поширеною практикою є *акціонізм*, яким передбачено характерні жести, що провокують обурливу й осудливу реакцію оточення. Акція все частіше конкурує зі звичними формами демонстрації, хоч і має складнішу режисуру, витонченіші засоби реалізації, потребу певної підготовки. Короткостроковою акцією є *флешмоб*. Ця подія потребує великої кількості учасників і узгодженого виконання дій у місцях великого скупчення людей (супермаркети, вокзали, ресторани *fast food* тощо), з метою передання повідомлень політичного чи соціокультурного змісту (Десятерик, 2005, с. 7–8, 207–209). Приміром, у 2010 р. у Києві на Хрещатику вздовж роздільної смуги розташувалися люди, які впродовж години мовчки читали літературні твори, висловлюючи підтримку українському книговидавництву. Такі заходи не проводять щодня, чого не скажеш про досвід спільного проживання в комунах, де поділяється власність, праця, світогляд. Захоплені запусілі будівлі (*сквоти*) стають осередками спротиву системі. Менш концентрованими формами антисистемної поведінки й свободи є *тусовки* в публічних

місцях (кав'ярні, клуби). Щоправда, зараз тусовка майже цілковито інкорпорована маскультом (Десятерик, 2005, с. 5–6, 176–178, 203–204).

Важливу роль у цих практиках відіграють *тактичні медії*, що становлять опозицію офіційним ЗМІ. Пройшовши шлях від прокламацій, плакатів і газет, вони перебираються у віртуальний простір. Показовою фігурою тут є *гакер*, діяльність якого зводиться до атак на сайти суперкорпорацій. До появи інтернету гакери вміли «зламувати» телефонні мережі для здійснення безкоштовних дзвінків. Тепер вони мають журнали, групи і навіть з'їзди. Їхня діяльність різноманітна: від крадіжки паролів і номерів кредиток до створення складних вірусних програм для руйнування комп'ютерних систем комерційних, військових або загальнодержавних структур. Ба більше, впору говорити про веб-тероризм (Десятерик, 2005, с. 186–188, 210–213). З іншого боку, практики можуть мати не зовнішню, а внутрішню спрямованість як пасивний протест. Часом вони набувають яскравого *психоделічного* виразу. Такими є галюцинаторні відчуття змінених станів свідомості при вживанні психічно активних препаратів, містичні прозріння та кислотні трипи задля творчої реалізації чи пізнання себе й інших світів. Визнаними авторитетами для adeptів цих практик є Карлос Кастанеда (Кастанеда, 2018), Теренс Макена (McKenna, 1993), Вільям Беровз (Берроуз, 2016) та ін. Ці засоби поширюються вільно тільки на території *легалайзу*. Хоча часто соціальна залежність просто замінюється удаванним звільненням. Дещо відмінними практиками є екстремальні види спорту, що теж дають змогу загострювати відчуття повсякденного життя. Але екстремальною може бути й певна фізична активність (вулична акробатика) чи нетрадиційна поведінка (Десятерик, 2005, с. 86–88, 139–140, 230–231).

Якщо явищем оновлення культури в сучасну добу вважають авангард, то показовою формою протидії маскульту є *андеграунд*. Коли в другій половині ХХ ст. обертів набирала технологія масових розваг, увиразнився імператив споживачтва. Людина перетворювалася на знеособлений механізм із відбору усередненого культурного продукту. Замість варіативності їй пропонується музичний, літературний і кінематографічний стандарт. У межах культурного виробництва не передбачено творів, які викликають глибоке переживання чи постійно спричиняють нові запити. Зрештою, андеграунд потрібно визнати культурним підпіллям у ситуації якщо не переслідування, то принаймні тотального ігнорування й зневаги до всього неординарного. В кіно

нарочита авторська позиція, що не пов'язана з кон'юнктурою, дістала назву *артгаус* – малобюджетні стрічки, виконані неконвєєрним способом. Вони адресовані інтелектуальній публіці, що готова сприймати не пасивно, рефлектуючи й критично оцінюючи. Незалежне висловлювання долає табу та обмеження, провокуючи й шокуючи аудиторію вступати в діалог (Десятерик, 2005, с. 10–12, 19–21).

Подібний стан справ породжує *контркультуру*. Потрібно говорити про сукупність ідеологій, переважно лівого спрямування, філософсько-психологічні та містико-релігійні теорії, що вимагали зміни політичної ситуації, трансформації свідомості. Відмінна від домінантної позиції породжує *альтернативу*. Остання не обов'язково веде до загострення з офіціозом, а передбачає також і спротив, покликаний висміювати, пародіювати, витворювати суміжні з нормативністю сфери. До ролі альтернативних форм реальності цілком придатні субкультури, неформальні об'єднання. Вони містять критичний запал і задають особливі життєві стилі та способи мислення. Серед них вирізняються асоціально налаштовані *gini*, котрі, перебуваючи у вічному самопошукові, практикують вживання психоделіків, вільний секс, медитацію і рок-музику. Є нігілістично налаштовані до суспільних норм агресивні *панки*, бунтарсько-романтичні *байкери*, войовничі прихильники футбольних клубів із транспарантами, скандуванням, музичним супроводом і бійками (*фани*). Меланхолійні *готти* з похмурою зовнішністю і тяжінням до фемінних образів. Орієнтовані на нестримний розвиток інформаційних технологій *кіберпанки*, чи навпаки – відкриті природному способіві життя прихильники оголення *нудисти* (Десятерик, 2005, с. 18–25, 53–56, 75–76, 84–85, 119–125, 206–207).

Проте є субкультури, що втілюють функцію насильної нормативності. Кримінальні *бригади* (братва) 1990-х рр. ставали в опозицію до офіційного соціального укладу й завжди прагнули контролювати недержавний сектор економіки. Подібні до них молодіжні формування *гонників* (урла) 1980–1990-х рр. з кастовою організацією поширювали свій вплив на окремі райони сучасних міст. Тут спостерігається свій стиль поведінки (розборки), мова (кримінальний сленг і мат), «дрес-код», естетичні уподобання (шансон). Особливим їхнім різновидом є ненависницькі «борці за расову чистоту» й справедливість (*скінгеди*). Щоправда, «бритоголові» бувають не лише ультраправого спрямування. З кінця 2000-х рр. проявилися угруповання силової опозиції вуличним

протестам – тітушки. Але зовсім по-іншому виглядають адепти релігійних культів (*сектанти*), поширюючи есхатологічні, фанатичні, психоделічні погляди й одкровення (Десятерик, 2005, с. 30–34, 52–53, 167–169, 178–181).

Не менший потенціал протесту містять мистецькі форми самовираження. Так, *боді-арт* охоплює практики, що пов'язані з трансформацією тілесності: татуювання, розмальовування, стигматизація, оголення, перформанс, гепенінг. Всі вони показують, що тіло годі перетворити на слухняний футляр, формальну оболонку, через яку влада здатна контролювати людину. Йдеться не про створення застиглих гештальтів, а ефекту, спрямованого на збудження людського сприйняття. Так, працюючи з різними способами передавання образів, представники *відеоарту* використовують окремі кадри, безсюжетні зображення, проєктуючи їх то на стелю, то на глядача, провокуючи його на реакцію. Щось подібне ми бачимо й у *графіті*, позаяк образи можуть набувати вигляду текстуальних мемів. Особливу функцію виконують риторичні навколومیлицькі практики. Сміховий мовний жанр (*гон, стьоб*), містячи явні посилання на літературні твори чи явища поп-культури, покликаний позбутися зайвої патетики й заплутати слухача за допомогою нісенітниць чи навіть ненормативної лексики, художньо оформленої у вигляді оповіді. Створюється ситуація виходу за межі традиційно прийнятних форм мислення. Іронія допомагає долати страх на метафізичному й соціокультурному рівні (Десятерик, 2005, с. 26–28, 36–38, 50–52, 56–58, 129–130, 185–186, 188, 217–218).

Можна сказати, що сприйняття реальності потребує видовищних компонентів, які застосовуються зарівно в масовій і популярній культурі (Лютій, 2018, 1 травня). Але завдяки альтернативі поп-культура суттєво відрізняється від маскульту.

\* \* \*

Отже, відмінності між проаналізованими явищами увиразнюються в історичному та соціокультурному вимірі. Відштовхнувшись від розуміння культури як облаштування, плекання, виховання, майстерності, вдосконалення, доводиться говорити про високі зразки творчого освоєння світу. Однак паралельно з елітарною культурою існувала народна, традиційна, низова (популярна) культура, головними ознаками якої була доступність, поширеність, неофіційність, периферійність, неоднорідність і субкультурність. Ці два формування тривалий час не вступали в жорсткий антагонізм. Індустріалізація й урбанізація прискорили розвиток мас-медій, які допомогли наблизити здобутки цивілізації до більшості людей. Але ринкові механізми поширення благ були зумовлені диктатом комерційної успішності. Художньо-естетичні параметри культури не відповідали прагматичним вимогам, а тому були замінені маркетинговими програмами масового виробництва. Створювалися механізми нав'язування, невідворотності яких досягалася завдяки загальному конформізму, інфантильності й споживацтву. Коли ці тенденції стали помітними, вони отримали назву «масова культура». Втім, було б перебільшенням зводити все суспільство до банального рівня. Популярні тенденції, що виявляють прагнення до задоволення людських потреб, враховуючи шанс протистояти формам примусу, дають змогу говорити про нетотожність маскульту і поп-культури. Популярна культура залишається цариною формування ідей, у якій соціальні гравці втілюють свої уявлення та цінності. Попри те, що маскульт є регресивним варіантом поп-культури в новітні часи, важливо вивчати контексти трансформації культурних реалій, аби відслідковувати ці складні дистинкції.

#### Список посилань

- Адорно, Т. (2002). *Теорія естетики*. Київ: Основи.
- Берк, П. (2001). *Популярна культура в ранньомодерній Європі*. Київ: УЦКД.
- Берроуз, В. (2016). *Голий ланч*. Київ: Комубук.
- Гердер, Г. (2003). Про вплив поетичного мистецтва на звичай народів. У *Мислителі німецького романтизму* (с. 69–82). Івано-Франківськ: Лілея-НВ.
- Грім, Я., Грім, В. (2003). Дитячі та родинні казки. В *Мислителі німецького романтизму* (с. 447–452). Івано-Франківськ: Лілея-НВ.
- Десятерик, Д. (Ред.). (2005). *Альтернативная культура: энциклопедия*. Екатеринбург: Ультра. Культура.
- Зонтаг, С. (2006). Нотатки про «кемп». В Зонтаг, С. *Проти інтерпретації та інші есе* (с. 287–305). Львів: Кальварія.
- Каган, М. (Ред.). (1998). *Философия культуры. Становление и развитие*. Санкт-Петербург: Лань.
- Кастанеда, К. (2018). *Вчення Дона Хуана. Шлях знання індіанців Які*. Львів: Terra Incognita.
- Керуак, Д. (2010). *На дорозі*. Київ: Основи.
- Крючкова, В. (1976). Про деякі буржуазні концепції «масової культури». *Всесвіт*, 1, 161–167.
- Кундера, М. (1994). Нестерпна легкість буття. *Всесвіт*, 8, 3–58; 9, 68–133.
- Лютій, Т. (2017, червень 28). Кітч: наслідування ефекту насолоди. *Український тиждень*. Отримано з <https://tyzhden.ua/Columns/50/195511>.
- Лютій, Т. (2017, червень 30). «Висока» і «низька» культура. *Український тиждень*. Отримано з <https://tyzhden.ua/Columns/50/195612>.
- Лютій, Т. (2017, липень 2). Що таке популярна культура? *Український тиждень*. Отримано з <https://tyzhden.ua/Columns/50/195741>.

- Лютий, Т. (2017, липень 17). Культурна терапія. *Український тиждень*. Отримано з <https://tyzhden.ua/Columns/50/196598>.
- Лютий, Т. (2018, березень 1). Традиція популярної культури. *Український тиждень*. Отримано з <https://tyzhden.ua/Columns/50/210158>.
- Лютий, Т. (2018, квітень 25). Культура без альтернатив. *Український тиждень*. Отримано з <https://tyzhden.ua/Columns/50/212962>.
- Лютий, Т. (2018, травень 1). Культура спротиву. *Український тиждень*. Отримано з <https://tyzhden.ua/Columns/50/213222>.
- Ріу, Д. (2011). Кітч. В *Європейський словник філософій. Лексикон неперекладностей*. Б. Кассен. (Ред.). Т. 2 (с. 322–324). Київ: Дух і Літера.
- Роб-Ґріс, А. (2015). Проект революції у місті Нью-Йорк. *Всесвіт*, 3–4, 73–156.
- Сторі, Дж. (2005). *Теорія культури та масова культура*. Харків: Акта.
- Arendt, H. (1977). The Crises in Culture: Its Social and Its Political Significance. In *Between Past and Future: Eight Exercises in Political Thought* (pp. 197–226). London: Penguin Books.
- Arnold, M. (2006). *Culture and Anarchy. Rethinking the Western Tradition*. New York: Oxford University Press.
- Baudrillard, J. (1998). *The Consumer Society: Myths and Structures*. London: Sage.
- Bourdieu, P. (1996). *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste*. Cambridge, Massachusetts: Harvard University Press.
- Broch, H. (1970). Notes on the Problem of Kitsch. In G. Dorfler (Ed.), *Kitsch. An Anthology of Bad Taste* (pp. 49–76). London: Studio Vista.
- Eco, U. (2010). *Apokaliptycy i dostosowani. Komunikacja masowa a teorie kultury masowej*. Warszawa: W.A.B.
- Greenberg, C. (1963). Avant-Garde and Kitsch. In B. Rosenberg & D. M. White (Eds.), *Mass Culture: The Popular Arts in America* (pp. 98–111). Michigan: The Free Press.
- Grig, L. (2017). Approaching Popular Culture in the Ancient World. In L. Grig (Ed.), *Popular Culture in the Ancient World* (pp. 1–36). Cambridge, New York: Cambridge University Press.
- Haag, E. van den. (1957). Of Happiness and of Despair We Have No Measure. In B. Rosenberg, & D. Manning White (Eds.), *Mass Culture: The Popular Arts in America* (pp. 504–536). Michigan: The Free Press.
- Hardt, M., Negri, A. (2000). *Empire*. Cambridge, Massachusetts, London: Harvard University Press.
- Kulka, T. (1988). Kitsch. *The British Journal of Aesthetics*, 28 (1), 18–27.
- Leavis, F. R. (2005). Mass Civilisation and Minority Culture. In R. Guins, & O. Zaragoza Cruz (Eds.), *Popular Culture. A Reader* (pp. 33–38). London, Thousand Oaks: Sage Publications.
- Lessing, G. E. (2014). *Fabeln und Erzählungen*. Project Gutenberg. Retrieved from <http://www.gutenberg.org/cache/epub/9158/pg9158-images.html>.
- MacDonald, D. (1962). Masscult and Midcult. In *Against the American Grain* (pp. 3–75). New York: Da Capo Press.
- MacDonald, D. (2005). A Theory of Mass Culture. In B. Guins, & O. Zaragoza Cruz (Eds.), *Popular Culture. A Reader* (pp. 39–46). London, Thousand Oaks: Sage Publications.
- McKenna, T. (1993). *Food of the Gods: The Search for the Original Tree of Knowledge A Radical History of Plants, Drugs, and Human Evolution*. New York: Bantam.
- Michelet, J. (2010). *La Sorcière: The Witch of the Middle Ages*. The Project Gutenberg. Retrieved from <http://www.gutenberg.org/files/31420/31420-h/31420-h.htm>.
- Peters, B., Drushel, B. (2017). Some Notes on “Notes”. In *Sontag and the Camp Aesthetic. Advancing New Perspectives* (pp. VII–XV). Lanham, Boulder, New York, London: Lexington Books.
- Rosenberg, B. (1957). Mass Culture in America. In B. Rosenberg, & D. Manning White (Eds.), *Mass Culture: The Popular Arts in America* (pp. 3–12). Michigan: The Free Press.
- Storey, J. (2003). *Inventing Popular Culture: From Folklore to Globalization*. Oxford: Blackwell Pub.
- Storey, J. (2018). *Cultural Theory and Popular Culture: An Introduction*. London; New York: Routledge.
- Toner, J. P. (2009). *Popular Culture in Ancient Rome*. Cambridge: Polity.
- Ward, P. (1991). *Kitsch in Sync: A Consumer's Guide to Bad Taste*. Plexus, London.
- Williams, R. (2015). *Keywords: A Vocabulary of Culture and Society*. Oxford, New York: Oxford University Press.

### References

- Adorno, T. (2002). *Teoriia estetyky [Theory of Aesthetics]*. Kyiv: Osnovy [in Ukrainian].
- Arendt, H. (1977). The Crises in Culture: Its Social and Its Political Significance. In *Between Past and Future: Eight Exercises in Political Thought* (pp. 197–226). London: Penguin Books.
- Arnold, M. (2006). *Culture and Anarchy. Rethinking the Western Tradition*. New York: Oxford University Press.
- Baudrillard, J. (1998). *The Consumer Society: Myths and Structures*. London: Sage.
- Berk, P. (2001). *Populiarna kultura v rannomodernii Yevropi [Popular Culture in Early Modern Europe]*. Kyiv: UTsKD [in Ukrainian].
- Berrouz, V. (2016). *Holyi lanch [Naked Lunch]*. Kyiv: Komubuk [in Ukrainian].
- Bourdieu, P. (1996). *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste*. Cambridge, Massachusetts: Harvard University Press.
- Broch, H. (1970). Notes on the Problem of Kitsch. In G. Dorfler (Ed.), *Kitsch. An Anthology of Bad Taste* (pp. 49–76). London: Studio Vista.
- Desiaterik, D. (Ed.). (2005). *Al'ternativnaia kul'tura: Entsiklopediia [Alternative Culture]*. Ekaterinburg: Ul'tra.Kul'tura [in Russian].
- Eco, U. (2010). *Apokaliptycy i dostosowani. Komunikacja masowa a teorie kultury masowej*. Warszawa: W.A.B.
- Grig, L. (2017). Approaching Popular Culture in the Ancient World. In L. Grig (Ed.), *Popular Culture in the Ancient World* (pp. 1–36). Cambridge, New York: Cambridge University Press.
- Grimm, Ya., Grimm, V. (2003). Dytiachi ta rodyinni kazky [Children's and Family Tales]. In *Myslyteli nimetskoho romantyzmu [Thinkers of German Romanticism]* (pp. 447–452). Ivano-Frankivsk: Lileia-NV [in Ukrainian].
- Greenberg, C. (1963). Avant-Garde and Kitsch. In B. Rosenberg & D. M. White (Eds.), *Mass Culture: The Popular Arts in America* (pp. 98–111). Michigan: The Free Press.
- Haag, E. van den. (1957). Of Happiness and of Despair We Have No Measure. In B. Rosenberg, & D. Manning White (Eds.), *Mass Culture: The Popular Arts in America* (pp. 504–536). Michigan: The Free Press.
- Hardt, M., Negri, A. (2000). *Empire*. Cambridge, Massachusetts, London: Harvard University Press.
- Herder, G. (2003). Pro vplyv poetychnoho mystetstva na zvychai narodiv [About the Influence of Poetic Art on the Customs of Peoples]. In *Myslyteli nimetskoho romantyzmu [Thinkers of German Romanticism]* (pp. 69–82). Ivano-Frankivsk: Lileia-NV [in Ukrainian].
- Kagan, M. (Ed.). (1998). *Filosofia kul'tury. Stanovlenie i razvitie [Philosophy of Culture. Formation and Development]*. St. Petersburg: Lan' [in Russian].
- Kastaneda, K. (2018). *Vchennia Dona Khuana. Shliakh znannia indiansiv Yaki [The Teachings of Don Juan: A Yaqui Way of Knowledge]*. Lviv: Terra Incognita [in Ukrainian].
- Keruak, D. (2010). *Na dorozh [On the Road]*. Kyiv: Osnovy [in Ukrainian].
- Kriuchkova, V. (1976). Pro deiaki burzhuzni kontseptsii “masovoi kultury” [On Some Bourgeois Conceptions of “Mass Culture”]. *Vsesvit*, 1, 161–167 [in Ukrainian].
- Kulka, T. (1988). Kitsch. *The British Journal of Aesthetics*, 28 (1), 18–27.
- Kundera, M. (1994). Nesterpna lehkist buttia [The Unbearable Lightness of Being]. *Vsesvit*, 8, 3–58; 9, 68–133 [in Ukrainian].

- Leavis, F. R. (2005). Mass Civilisation and Minority Culture. In R. Guins, & O. Zaragoza Cruz (Eds.), *Popular Culture. A Reader* (pp. 33–38). London, Thousand Oaks: Sage Publications.
- Lessing, G. E. (2014). *Fabeln und Erzählungen*. Project Gutenberg. Retrieved from <http://www.gutenberg.org/cache/epub/9158/pg9158-images.html>.
- Lyuty, T. (2017, June 28). Kitch: nasliduvannia efektu nasolody [Kitsch: Imitation of the Pleasure Effect]. *Ukrainskyi tyzhden*. Retrieved from <https://tyzhden.ua/Columns/50/195511> [in Ukrainian].
- Lyuty, T. (2017, June 30). “Vysoka” i “nyzka” kultura [“High” and “Low” Culture]. *Ukrainskyi tyzhden*. Retrieved from <https://tyzhden.ua/Columns/50/195612> [in Ukrainian].
- Lyuty, T. (2017, July 2). Shcho take populiarna kultura? [What is a Popular Culture?]. *Ukrainskyi tyzhden*. Retrieved from <https://tyzhden.ua/Columns/50/195741> [in Ukrainian].
- Lyuty, T. (2017, July 17). Kulturna terapiia [Cultural Therapy]. *Ukrainskyi tyzhden*. Retrieved from <https://tyzhden.ua/Columns/50/196598> [in Ukrainian].
- Lyuty, T. (2018, March 1). Tradytsiia populiarnoi kultury [The Tradition of Popular Culture]. *Ukrainskyi tyzhden*. Retrieved from <https://tyzhden.ua/Columns/50/210158> [in Ukrainian].
- Lyuty, T. (2018, April 25). Kultura bez alternatyv [Culture Without Alternatives]. *Ukrainskyi tyzhden*. Retrieved from <https://tyzhden.ua/Columns/50/212962> [in Ukrainian].
- Lyuty, T. (2018, May 1). Kultura sprytyvu [Culture of Resistance]. *Ukrainskyi tyzhden*. Retrieved from <https://tyzhden.ua/Columns/50/213222> [in Ukrainian].
- MacDonald, D. (1962). Masscult and Midcult. In *Against the American Grain* (pp. 3–75). New York: Da Capo Press.
- MacDonald, D. (2005). A Theory of Mass Culture. In R. Guins, & O. Zaragoza Cruz (Eds.), *Popular Culture. A Reader* (pp. 39–46). London, Thousand Oaks: Sage Publications.
- McKenna, T. (1993). *Food of the Gods: The Search for the Original Tree of Knowledge A Radical History of Plants, Drugs, and Human Evolution*. New York: Bantam.
- Michelet, J. (2010). *La Sorcière: The Witch of the Middle Ages*. The Project Gutenberg. Retrieved from <http://www.gutenberg.org/files/31420/31420-h/31420-h.htm>.
- Peters, B., Drushel, B. (2017). Some Notes on “Notes”. In *Sontag and the Camp Aesthetic. Advancing New Perspectives* (pp. VII–XV). Lanham, Boulder, New York, London: Lexington Books.
- Riu, D. (2011). Kitch [Kitsch]. In B. Kassen (Ed.), *Yevropeyskyi slovnyk filosofii. Leksykon neperekladnosti [Vocabulaire européen des philosophies: Dictionnaire des intraduisibles]*. Vol. 2 (pp. 322–324). Kyiv: Dukh i Litera [in Ukrainian].
- Rob-Griie, A. (2015). Proekt revoliutsii u misti Niu-York [Projet pour une révolution à New York]. *Vsesvit*, 3–4, 73–156 [in Ukrainian].
- Rosenberg, B. (1957). Mass Culture in America. In B. Rosenberg, & D. Manning White (Eds.), *Mass Culture: The Popular Arts in America* (pp. 3–12). Michigan: The Free Press.
- Storey, J. (2003). *Inventing Popular Culture: From Folklore to Globalization*. Oxford: Blackwell Pub.
- Storey, J. (2018). *Cultural Theory and Popular Culture: An Introduction*. London; New York: Routledge.
- Stori, Dzh. (2005). *Teoriia kultury ta masova kultura [Cultural Theory and Popular Culture]*. Kharkiv: Akta [in Ukrainian].
- Toner, J. P. (2009). *Popular Culture in Ancient Rome*. Cambridge: Polity.
- Ward, P. (1991). *Kitsch in Sync: A Consumer's Guide to Bad Taste*. Plexus, London.
- Williams, R. (2015). *Keywords: A Vocabulary of Culture and Society*. Oxford, New York: Oxford University Press.
- Zontag, S. (2006). Notatky pro “kemp” [Notes on “Camp”]. In Zontag, S. *Proty interpretatsii ta inshi ese* (pp. 287–305). Lviv: Kalvariia [in Ukrainian].

Taras Lyuty

## MASS AND POPULAR CULTURE: PROBLEM OF DEMARCATION

*This article is an attempt to examine the differences between mass and popular culture in the historical and socio-cultural dimensions. The author traces the relations of these two phenomena to the general sphere of culture and its main principles. The key point of the article is that culture is a kind of arrangement, cultivation, education, and perfection. On the other hand, manifestations of mass culture are associated with the decline of its sublime foundations. Therefore, there is a necessity to compare the ‘high’ and ‘low’ levels of culture. The rise of commercial activity and the common consumption became the turn point of the emergence of a non-elite level of culture. Industrialization and urbanization accelerated the development of mass media, which helped bring the goods of civilization to the majority of people. Due to market mechanisms, the spread of wealth took place under the dictates of commercial success. Artistic and aesthetic parameters of culture did not fit into the pragmatic requirements, and marketing programs of mass production weakened those parameters. Wide-ranging conformism, infantilism, and consumerism were increasing. These trends are well known as mass culture. The indicator of this condition of culture is simplification of tastes. At the same time, there was a popular traditional lower culture, the main features of which were accessibility and commonness, and it had an unofficial and peripheral status. However, these two formations (elite and popular culture) did not enter into rigid antagonism. The author is analyzing the development of a popular culture from the ancient to the modern times. It is concluded that culture not only creates high ideals but also may be limited to simpler meanings. The author shows that the popular culture also opposes mass culture due to creation of alternative forms of resistance. It means that popular culture has not completely collapsed into conformism but kept the protest intention. Thanks to this alternative particularity, pop-culture has gradually become significantly different from masscult. It allows for grasping distinctions between these two kinds of culture. Finally, popular culture remains the domain of the formation of ideas in which social players express the values of their everyday life.*

**Keywords:** mass and popular culture, high and low culture, kitsch, midcult.