УДК 316.774:316.347
DOI https://doi.org/10.31392/cult.alm.2025.2.47

Дудніков Сергій Петрович,
аспірант кафедри української філософії та культури
Київського національного університету імені Тараса Шевченка
orcid.org/0009-0009-1388-2093
sdudnikov363@gmail.com

ВПЛИВ МАСОВОЇ КУЛЬТУРИ НА КОЛЕКТИВНУ ІДЕНТИЧНІСТЬ

У статті запропоновано науково неупереджене дослідження впливу масової культури на колективну ідентичність. Його актуальність викликана пануванням у сучасній інтелектуальній думці песимістичних оцінок щодо соціальних наслідків масмедіа. Їх ідейною основою стали концептуально оформлені в XIX ст. елітарні теорії, представники яких (А. Шопенгауер, Ф. Ніцше) одними з перших помітили зниження якості культури, унаслідок того, що посередність посіла провідні місця в інтелектуальній і культурній сферах. Ситуація, на переконання низки дослідників (Х. Ортега-і-Гассет, М. Гайдеггер, Т. Адорно), істотно загострилася завдяки індустріалізації, яка сприяла посиленню комерціалізації та стандартизації культурних продуктів. Поширення останніх заклало підвалини для уніфікації мислення та потреб людей, а тому і втрати ними культурної автентичності. Засилля одноманітних продуктів та мозаїчної інформації зумовлювало перетворення людини на безликого споживача, який не має притаманного модерним спільнотам протиставлення Іншим, тож усвідомлює себе не як член певної унікальної спільноти, а як представник усього людства.

Поряд з песимістичними оцінками соціального впливу масової культури, в інтелектуальній думці XX ст. присутні підходи, представники яких фокусувалися на позитивних наслідках медіа для суспільства та культури. Чільне місце серед останніх посідають модерністські теорії націєтворення. Їх творці всебічно й аргументовано довели ключове значення масмедіа, передусім книгодрукування, у формуванні сучасних форм колективної ідентичності. Не змінилася роль медіа у формуванні внутрішньої єдності спільнот і з появою комерціалізованої масової культури. Розмаїтий зміст повідомлень останньої, як свідчать наукові розвідки другої половини XX ст., аудиторія не сприймає пасивно, а інтерпретує відповідно до наявного досвіду. Це дає можливість як окремій людині, так і цілій спільноті чинити опір владним структурам у їх спробі нав'язати певні ідеї чи цінності та відшукувати у медіаконтенті важливі для збереження та кристалізації власної ідентичності смисли, стратегії та програми.

Ключові слова: колективна ідентичність, медіа, масова культура, книгодрукування, посередність, індустріалізація, «уявна спільнота», культурна індустрія, культурна уніфікація.

Dudnikov Serhii,
Postgraduate Student at the Department of Ukrainian
Philosophy and Culture
Taras Shevchenko National University of Kyiv
orcid.org/0009-0009-1388-2093
sdudnikov363@gmail.com

THE INFLUENCE OF MASS CULTURE ON COLLECTIVE IDENTITY

The article offers a scientifically unbiased study of the impact of mass culture on collective identity. Its relevance is caused by the dominance of pessimistic assessments of the social consequences of mass media in contemporary intellectual thought. Their ideological basis is the elite theories conceptualized in the nineteenth century. Their representatives (A. Schopenhauer, F. Nietzsche) were among the first to notice a decline in the quality of culture, as mediocrity took the lead in the intellectual and cultural spheres. The situation, according to a number of researchers (J. Ortega y Gasset, M. Heidegger, T. Adorno), was significantly exacerbated by industrialization, which contributed to the increased commercialization and standardization of cultural products. The spread of the latter laid the groundwork for the unification of people's thinking and needs, and thus their loss of cultural authenticity. The dominance of monotonous products and mosaic information led to the transformation of a person into a faceless consumer who does not have the opposition to Others inherent in modern communities, and therefore does not realize himself or herself as a member of a unique community, but as a representative of all humanity.

In parallel with the pessimistic view of the social impact of mass culture, the intellectual thought of the twentieth century saw the emergence of approaches that focused on the positive effects of media on society and culture. A good example in this context is the modernist theory of nation-building. Their creators have comprehensively and reasonably proved the key importance of mass media, and especially printing, in shaping modern forms of collective identity. The role of the media in shaping the internal unity of communities has not changed with the advent of commercialized mass culture. The diverse content of the latter's messages, according to scholarly research of the second half of the twentieth century, is not perceived passively by the audience, but is interpreted according to the available experience. This enables both individuals and communities to resist the power structures in their attempts to impose certain ideas or values and to find in the media content the meanings, strategies, and programs important for preserving and crystallizing their own identity.

Key words: collective identity, media, mass culture, printing, mediocrity, industrialization, "imaginary community", cultural industry, cultural unification.

Постановка проблеми та її актуальність. Попри те що соціокультурні трансформації, які відбуваються під впливом масової культури, мають вкрай амбівалентні соціальні наслідки, у сучасному інтелектуальному дискурсі та суспільній думці помітно переважають тенденційні оцінки впливу масової культури на становлення та розвиток колективної ідентичності. Їхньою концептуальною основою зазвичай стає сьогодні вже класична робота Х. Ортега-і-Гассета «Повстання мас». У цій праці іспанський філософ одним з перших у європейському інтелектуальному дискурсі висвітлив ті соціокультурні трансформації, які відбулися в сучасному йому світі внаслідок виходу на історичну арену «масової», або ж «рядової людини», яка «не відрізняється від інших, а є повторенням загального типу» (Ортега-і-Гасет, 1965, с. 17). Така людина, на переконання філософа, «не дає собі обґрунтованої оцінки – доброї чи злої, а натомість почуває, що він "такий, як усі", і, проте тим не переймається і навіть задоволений почуватися тотожним з іншими» (Ортега-і-Гасет, 1965, с. 18).

Х. Ортега-і-Гассет цілковито переконаний у тому, що прагнення та бажання мас обмежені цариною насолоди та комфортом без зусиль, а тому вони не можуть «та й не здатні керувати власним буттям, а ще менше правити суспільством» (Ортега-і-Гасет, 1965, с. 15). Відповідно, поступове отримання масами доступу до здобутків культури цілком закономірно викликало кризові тенденції, які надалі можуть «охопити народи, держави чи культури» (Ортега-і-Гасет, 1965, с. 15). Ці зміни, на думку філософа, спричинені не тільки відсутністю в посередності прагнення до саморозвитку, а і її відмовою від традиції, яка століттями залишалася одним з ключових чинників формування колективної (регіональної, етнічної чи національної) ідентичності.

Занепокоєння Х. Ортега-і-Гассета щодо наслідків індиферентності маси до традиції дещо перебільшене. Адже, як цілком аргументовано показав свого часу Ю. Габермас, у сучасному світі колективна ідентичність формується комунікацією, у процесі якої індивіди проявляють волю до витворення цінностей та норм, що виражають загальну згоду до співжиття (Габермас, 2014, с. 93). Це ж, своєю чергою, вказує на те, що колективна ідентичність виникає не так завдяки єдності традиції, як свідомому прагненню індивідів до витворення цінностей та норм, що виражатимуть їхню згоду до спільного життя (Габермас, 2014, с. 93).

Наявність раціонального зерна у висновках Ю. Габермаса, не дає, як нам видається, підстав сприймати безапеляційно його аргументи. Увага філософа сфокусована на політичному вимірі колективної ідентичності, унаслідок чого він легко оминає її соціокультурний контекст. Такий підхід, як свідчить робота українського вченого М. Степико, дещо обмежує розуміння суті колективної ідентичності, яка формується у процесі соціалізації і проявляється через не тільки взаємне визнання цінностей і традицій, а й емоційно забарвлене та практично заряджене чуття належності індивіда до самобутньої соціокультурної спільноти (Степико, 2011, с. 171–172). Очевидно, що таку ідентифікацію з певною спільнотою вкрай не просто зберігати у світі, де люди здобули «право обирати для себе власний спосіб життя, свідомо вирішувати яких переконань дотримуватись, визначати – якими шляхами йти» (Тейлор, 2001, с. 83). У прагненні до індивідуальної самореалізації люди починають зосереджуватися на «своєму приватному житті»

з притаманним йому жаданням «жалюгідного комфорту», що, зрештою, і викликає звуження обріїв життя та робить людей «менш причетними до інших чи суспільства загалом» (Тейлор, 2001, с. 84).

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Як бачимо, згадані нами дослідники, появу масової культури пов'язують з виходом на історичну арену у XX ст. масової людини – безликого споживача, з невисоким інтелектуальним рівнем та примітивним прагненням до гедонізму, який намагалася вдовольнити культурна індустрія споживацького суспільства. Утім, насправді зростання кризових тенденцій у культурі проявилося ще в XIX ст. Ці зміни одним з перших схопив та всебічно схарактеризував у широковідомій сьогодні праці «Світ як воля та уявлення» німецький філософ-ірраціоналіст А. Шопенгауер. Він стверджував, що витіснення геніїв з провідних соціальних позицій, насамперед інтелектуальної та культурної сфери, призводить до зниження якості культури, твори якої внаслідок спрощення змісту втрачають свою колишню глибину (Schopenhauer, 1969).

Дещо песимістичні щодо намічених у XIX ст. соціокультурних трансформацій висновки А. Шопенгауера мали неабиякий вплив на світогляд та філософську спадщину Ф. Ніцше. Розвиваючи й переосмислюючи ідеї свого попередника, він виступив з рішучою критикою християнської моралі. На його думку, саме її чесноти виплекали людей, яким «бракує висоти духу й суворості, щоб братися до мистецтва», «яким бракує сили й далекоглядності, щоб опанувати себе й дати первісному закону тисячократних невдач і провалів робити свою справу», «недостатньо шляхетні, щоб помітити прірву чи бодай шпарину між рангами різних людей» (Ніцше, 2021, с. 99). Ці люди «розпоряджалися долею Європи, аж поки нарешті не виплекали здрібнілу, майже сміховинну породу, стадну тварину, щось добродушне, хворобливе й пересічне, сучасного європейця» (Ніцше, 2021, с. 99). Саме йому Ф. Ніцше буде протиставляти людину «сильного інстинкту, яка прагне не до шопенгауерівської втечі від життя та реальності, а до її перетворення в процесі вироблення нової ціннісної системи. Постання «вищої людини», на думку мислителя, вкрай необхідна умова для того, щоб рівність прав не перетворилася зрештою на рівність безправ'я (Ніцше, 2021, с. 184).

Попри вкрай неоднозначне сприйняття поглядів Ф. Ніцше серед інтелектуалів, наразі немає найменших сумнівів у тому, що його філософська спадщина справила чималий вплив на подальше філософське осмислення масової культури та її впливу на суспільство. Показовим прикладом тут може стати вже згадана нами робота Х. Ортеги-і-Гассета «Бунт мас», у якій він запропонував суголосну ніцшеанській філософії оцінку масового суспільства (Ортега-і-Гасет, 1965, с. 17). Не менш виразно критика масової людини, а відтак і цінностей масового суспільства проглядається в роботі М. Гайдеггера «Буття і час» (1927). Осмислюючи фундаментальні проблеми людського існування, німецький мислитель широко послуговувався поняттям «Das Man», яке можна перекласти як «вони» чи «безлике загальне». Саме таким постає перед М. Гайдеггером суспільство, у якому людина втрачає свою автентичність, інертно керуючись у своїй діяльності усталеними в суспільстві цінностями, нормами та переконаннями. У гонитві за комфортом вона турбується тільки про речі, що, зрештою, стає причиною того, що й сама вона перетворюється на взаємозамінну іншими річ (Heidegger, 1967, p. 126).

Фокусуючись на критиці європейського суспільства та проблемах людського існування, А. Шопенгауер, Ф. Ніцше, Х. Ортега-і-Гассет та М. Гайдеггер усе ж не досліджували масової культури в сучасному її тлумаченні. Теоретичне осмислення цього нового для європейського світу феномену започаткували Т. Адорно та М. Горкгаймер у широковідомому дослідженні «Діалектика просвітництва. Філософські фрагменти» (1944). У цій праці дослідники наочно показали, що масова культура через одноманітні товари стандартизує мислення та потреби людей, будучи водночас зручним та ефективним засобам маніпуляцій, спрямованих на легітимізацію політичних та/або соціальних структур (Adorno & Horkheimer, 1969, p. 128–176). До того ж дослідники цілком переконані, що тотальне засилля пропонованих масовим виробництвом культурних продуктів створює чималі труднощі для збереження не тільки групової єдності, а й колективної ідентичності.

Панівні переконання інтелектуальної думки XIX – середини XX століття щодо руйнівного соціального впливу масової культури, у другій половині XX ст. почали змінюватися більш зваженими оцінками соціальних та політичних наслідків розвитку масової культури. Показовим прикладом тут може стати широковідома сьогодні робота Б. Андерсона «Уявні спільноти» (Андерсон, 2001). У цій праці американський учений усебічно дослідив роль друкованих медіа у формуванні національних спільнот, чим запропонував новий для закордонного дискурсу погляд на вплив масової культури на формування та розвиток колективної ідентичності. Висловлені вченим ідеї згодом були адаптовані до викликів сучасного світу, насамперед соціокультурних трансформацій «мережевого суспільства» М. Кастельс (Кастельс, 2007).

Загалом у закордонному інтелектуальному дискурсі протягом XIX–XX ст. сформувалося дві основні лінії осмислення масової культури. Представники першої вкрай песимістично оцінювали соціальний ефект масової культури, натомість прихильники другої показували здебільшого позитивні культурні оновлення викликані масовою культурою. Ця амбівалентна оцінка соціальних наслідків масової культури досить виразно проявилася й в українській інтелектуальній думці, де, як свідчать роботи І. Лященко (Лященко, 2009), А. Бойко (Бойко, 2015), Н. Кривди (Кривда, 2018) та ін., дослідники багато уваги приділяють висвітленню викликів та загроз, зумовлених масовою культурою. Водночас, як свідчать роботи Т. Лютого (Лютий, 2013), С. Сторожук (Storozhuk and etc., 2019), О. Сінькевич (Сінькевич, 2014) та ін., тут залишається чимало дослідників, які, визнаючи маніпулятивний характер масової культури, аналізують вплив «культурних індустрій» на формування та переформатування колективної ідентичності.

Мета дослідження. З огляду на істотні розбіжності в оцінці соціального потенціалу масової культури, мета нашого дослідження – розкрити роль масової культури у формуванні та збереженні колективної ідентичності.

Виклад основного матеріалу. Навіть запропонований нами побіжний огляд літератури, присвяченої впливу масової культури на формування колективної ідентичності, досить однозначно вказує на те, що «спроба шукати тожсамість у сфері масової комунікації може викликати спантеличення» (Лютий, 2013, с. 395). На наш погляд, в основі останнього лежить сформований у XIX – середині XX ст. стереотипний образ масової культури, яка невпинно генерує стандартизовані культурні продукти та суспільні стереотипи, що уніфікують мислення та цілі людей, нівелюючи тим самим їхнє прагнення формувати унікальні культурні спільноти.

Зосередження уваги людини на індивідуальних прагненнях та поширення уніфікованих масових продуктів (музика, кіно, мода) заклали підвалини песимістичних оцінок щодо їх впливу на формування чи збереження колективної ідентичності. Вони стали логічним підсумком ключової для масової культури орієнтації на виокремлення з унікальної культурної спільноти (етнічної, національної тощо) безликого споживача. Його увага сфокусована на товарах для власного комфорту, а не ідентифікації з іншими в процесі вироблення узгодженої, солідарної позиції та мотивації індивідуальної й групової поведінки, у процесі якої формується колективний образ, з яким «ідентифікують себе всі члени групи», формуючи тим самим підвалини колективної ідентичності (Угрин, 2015, с. 340–341). Для людини, як стверджує українська дослідниця Л. Угрин, вона стає внутрішнім емоційно забарвленим відчуттям належності до певної спільноти, з унікальним для неї «способом життя, мовою, культурою, цінностями, політичними інтересами й цілями» (Угрин, 2015, с. 340–341). Це ж, своєю чергою, означає що «колективний рівень ідентичності об'єктивно та нерозривно пов'язаний з індивідуальним, на якому відбувається формування індивідуальної тотожності, встановлюються емоційні зв'язки індивіда з усталеними в суспільстві політичними та соціальними інститутами» (Угрин, 2015, с. 340).

Варто зазначити, що означене Л. Угрин установлення індивідуального емоційного зв'язку зі спільнотою та свідоме формування колективної ідентичності в стародавніх цивілізаціях і середньовічних суспільствах було вкрай обмеженим зовнішніми щодо окремого індивіда чинниками. Тут, як цілком справедливо зауважує М. Гібернау, людина позиціонувала себе через належність до роду, статі, соціального статусу та інших зовнішніх щодо неї атрибутів.

Її ідентичність у цей час була функціональною і здебільшого визначалася соціальною роллю чи місцем у суспільній ієрархії, що дало підстави дослідниці визнати раціональними висновки Е. Дюркгейма про те, що в традиційному суспільстві «індивід» у сучасному його розумінні не існував, а «індивідуальність» не цінували (Гібернау, 2012, с. 19). У такому світі, як цілком справедливо зауважують П. Бергер і Т. Лукман, питання «Хто я такий?» не виникало, адже відповідь на нього постійно підтверджувалася всією соціально значущою інтеракцією (Berger & Luckmann, 1991, p. 184).

Функціональний характер ідентичності, як цілком слушно показав свого часу американський дослідник Е. Гелнер, породив специфічну соціальну структуру агрописемного суспільства. Його передовою верствою був панівний клас (монархи, військові, священники, вище духовенство, адміністрація, бюргери), який становив досить незначну частину населення, «жорстко відокремлену від більшості безпосередніх сільськогосподарських виробників, селян» (Ґелнер, 2003, с. 38). Ідеологія цих владних кіл культивувала горизонтальні бар'єри, підкреслюючи наявні в середині суспільства культурні відмінності, завдяки яким вона відмежовувалася від решти суспільства. Останню становиш здебільшого прошарок простонароддя, яке жило взаємно відокремленими та культурно диференційованими дрібними спільнотами, які не прагнули та не потребували політичної підтримки своєї культури (Ґелнер, 2003, с. 39). Їхня ідентичність, а тому й функціонування спільноти забезпечувалося особистими контактами, які робили групу тривкою, культурно однорідною та відносно стабільною (Ґелнер, 2003).

Дещо специфічна соціальна система агрописемного суспільства породила культурні та світоглядні світи – великі традиції, які всередині вирізнялися великим культурним і мовним розмаїттям та не збігалися з кордонами держави (Ґелнер, 2003). З початком індустріалізації ідейним провісником якої, на переконання Е. Гелнера, була Реформація з характерним для неї наголосом на розвитку всезагальної писемності, індивідуалізмі та запереченням монополії духовенства, розпочалися бурхливі та доленосні соціальні зрушення. Наприклад, «демографічний вибух, пришвидшена урбанізація, міграція робочої сили» призвели до «проникнення глобальної економіки та централізованої держави в життя колись відносно більш або менш замкнених спільнот» (Ґелнер, 2003). У результаті цього відносно стабільна вавилонська система замкнених (станових, географічних та культурних) традиційних спільнот почала стрімко змінюватися «новим типом Вавилону». Він формував підвалини не освячених традицією й відповідно менш тривких культурних кордонів (Ґелнер, 2003). Головною підвалиною їхнього утвердження стала поява всеосяжних та універсальних для певного суспільства способів спілкування, завдяки появі штучно створеного коду – літературної мови. Її функціонування та поширення вже потребувало політичної підтримки та допомоги, яку взяла на себе централізована держава. У прагненні стабільності вона прийняла тягар витрат та встановила контроль за впровадженням стандартизованої освіти. Породжена нею мовна спільність, закладала підвалини для виникнення стандартизованих національних культур, які легітимізували кордони держав, формуючи відчуття внутрішньої єдності в населення (Ґелнер, 2003). Його витворювали стандартизація та культурна уніфікація, за допомогою яких владні кола руйнували культурне та мовне розмаїття агрописемної доби.

Висновки Е. Гелнера щодо штучного характеру модерної, а якщо бути абсолютно точними – національної ідентичності, частково суголосні з ідеями Б. Андерсона, головна увага якого була прикута до ролі масових медіа у формуванні сучасного типу колективних ідентичностей. Такий підхід визначений ключовим для нього переконанням у тому, що національна належність, а тому й ідентичність «є культурними артефактами особливого роду» (Андерсон, 2001, с. 20). Вона формується в процесі руйнації локальних культурних спільнот аграрної доби внаслідок появи «друкарського капіталізму». На думку вченого, завдяки спричиненій ним «вибухоподібній взаємодії між системою виробництва й виробничих відносин (капіталізмом), технологією комунікації (друком) і неуникненним лінгвістичним розмаїттям людства» (Андерсон, 2001, с. 63) формувалися підвалини для постання т. зв. уявних спільнот (Андерсон, 2001, с. 63). Вони стали можливими завдяки тому, що в пошуку нових ринків збуту

«друкарський капіталізм» багато уваги приділив виробленню та стабілізації друкованих мов, чим сформував унікальний «простір взаємообміну й комунікації, нижче від латини, але вище розмовних діалектів» (Андерсон, 2001, с. 65).

За переконанням Б. Андерсона, внаслідок постання нового комунікативного середовища, «аксіоматичну владу над людськими умами», почали стрімко втрачати «давні фундаментальні культурні концепції» (Андерсон, 2001, с. 55–56). У цьому контексті дослідник згадує віру в те, що «тільки певна книжна мова забезпечувала привілейований доступ до онтологічної істини», «що суспільство природним чином організоване навколо і в підпорядкуванні до верховних центрів – монархів», правління яких «є формою космологічного (божественного) завіту» та концепцію «темпоральності, у якій космологія та історія були нерозрізнимі, а першопричини світу й людини сутнісно ідентичні» (Андерсон, 2001, с. 55–56). Ці переконанням освячували вже загадану нами соціальну структуру агрописемного суспільства, між тим втратили свій пріоритет у сформованому «друкарським капіталізмом» комунікативному просторі. Його поява наочно демонструвала людині, що в єдиному з нею інформаційному просторі є ще сотні тисяч і навіть мільйони людей, які невидимим чином пов'язані з нею з допомогою друку. Зміцненню цього уявлення помітно посприяли уведення нових книжних мов в адміністративне та політичне життя держави й високий рівень їхньої стабільності. Саме він формував підвалини для усвідомлення історичної тяглости «уявної спільноти», яка, як показувала її друкована мова, має давні історичні витоки (Андерсон, 2001, с. 65–66).

Як бачимо, теоретичні роздуми та висновки Е. Гелнера та Б. Андерсона дають підстави стверджувати, що поява медіа заклала підвалини для формування в людини емоційно забарвленого почуття належності до «уявної спільноти», єдність якої в нових соціокультурних умовах забезпечували не безпосередні контакти, а спільна символіка та традиції. Вони набули загального значення завдяки масмедіа (друку, а згодом радіо, телебачення та інтернету), які створили технічні можливості для горизонтального та вертикального поширення однорідної інформації. Передаючи «від покоління до покоління важливі складники знань, цінності та правила суспільного життя», медіа тим самим впливали на суспільство виробляючи в ньому одноманітні цінності, норми, переконання та прагнення (Лютий, 2013, с. 396–397).

Ситуація дещо змінилася після виходу на історичну арену масового суспільства, у якому людина, стаючи активним споживачем численних матеріальних благ, стрімко втратила свій колишній зв'язок зі значущими в минулому для неї соціальними спільнотами (сім'єю, класом, нацією) та перетворилася на «безлику» частину великої маси. Її виразники, як показав ще К. Ясперс «самі по собі не мають якостей особистості; вони нічого не знають і нічого не хочуть, вони не мають змісту і є знаряддям того, хто лестить їхнім загальним бажанням і пристрастям. Люди в масі легко можуть втратити голову, піддатися п'янкій можливості стати просто іншими, піти за щуроловом, котрий кине їх у безодню пекла. Можуть скластися навіть умови, за який нерозсудливі маси будуть взаємодіяти з тиранами, що ними маніпулюють» (Jaspers, 2017, s. 125). Ці тривожні зрушення, як доводили Т. Адорно та М. Горкгаймера, стали цілком закономірним наслідком перетворення культурною індустрією автентичних культурних творів у масові продукти, за допомогою яких владні структури уміло маніпулюють суспільною свідомістю (Adorno & Horkheimer, 1969). Водночас дослідники переконані, що сила масової культури настільки потужна, що в пересічної людини майже не залишається простору для критичного мислення, що, зрештою, і прирікає її на пасивну бездіяльність.

Украй невтішні висновки засновників Франкфуртської школи щодо реального становища людини масового суспільства загалом поділяв і К. Ясперс. Водночас він був переконаний, що згодом у масах все ж можуть скластися передмови для «розумної праці й боротьби справжнього духу, праці, яка знаходить своє вираження в поступових перетвореннях умов життя; ніхто не оглядає їх загалом, однак розум панує в них настільки, що робить можливим встановлення в майбутньому впорядкованого існування, свободи праці і вільної творчості» (Jaspers, 2017, s. 126).

Проявлене в роботах К. Яперса пом'якшення в ставленні до масової культури стало закономірним результатом соціокультурної ситуації середини XX ст. З одного боку, війна та повоєнні

роки просякнуті тотальною пропагандою, що транслювалася за допомогою радіо та телебачення, викликали відчуття того, що людина «іде в ніщо. Вона схоплює ніщо у відчаї або в тріумфі знищення», що породжувало відчуття, що Бог, а з ним і цінності світського гуманізму пішли в забуття (Jaspers K., 1951, s. 266). Водночас ця ж сама ситуація дуже яскраво демонструвала, що всі відомі тогочасні загальні образи людини не відповідають дійсності, а лише обмежують людину, яка перебуває у постійному розвитку та русі. «Людина – зауважує К. Ясперс, незавершена і така, що не завершується, та завжди відкрита для майбутнього. Нема ніде універсальної людини і ніколи вона не з'явиться» (Jaspers K., 1951, s. 271). Це ж, своєю чергою, означає, що утвердження в майбутньому нових форм гуманізму засобами масмедіа, сприятиме демократизації суспільства та пробудженню внутрішньої свободи людини, яка в прагненні зреалізувати себе в суспільстві буде свідомо підтримувати й розвивати колективну ідентичність.

Ідеї та теоретичні роздуми К. Ясперса спонукали інтелектуальну спільноту до переосмислення процесів, що відбувалися в тогочасному соціокультурному просторі. Завдяки цьому в інтелектуальному дискурсі почили з'являтися більш поміркувані оцінки соціальних наслідків масової культури. Показовим прикладом тут може стати концепція канадського культуролога та філософа М. Маклюена. У низці своїх робіт він усебічно й ґрунтовно дослідив вплив засобів масової інформації на культуру та суспільство, що дало йому можливість спростувати аж надто критичні застереження сучасників. На противагу їм учений упевнено доводив, що саме завдяки розвитку засобів та форм комунікації відбувається прогрес людства, зміни в суспільстві та характері світосприйняття. Наприклад, у роботі «Галактика Гутенберга: Становлення людини друкованої книги» учений зосередив увагу на тому, що в результаті поширення книгодрукування виникла нова соціальна спільнота – публіка, що складалася з незалежних індивідів з досить стабільними і самостійними поглядами. Її постанню сприяла книга, яка не тільки була уніфікованим та повторюваним продуктом, а й апелювала до чітких, зрозумілих та очевидних фактів, доступних широкому колу споживачів. Ці зміни заклали підвалини десакралізації культури. Водночас із цим книгодрукування сприяло постанню культурно та мовно однорідної читацької аудиторії, на тлі якої формувалася демократична національна культура. Так, друкарство, за переконанням М. Маклюена, поступово «привело до однорідності націй і державного централізму, а також до індивідуалізму і протидії державі» (Мак-Люен, 2001, с. 307).

Визначаючи непересічний вплив друкарства на розвиток націй, М. Маклюен, на противагу багатьом його сучасникам, не ідеалізує його, а розглядає як етап у розвитку засобів комунікації, який формує логічне, структуроване та послідовне мислення людини й сприяє демократизації суспільства. Утім, з появою електронних медіа з притаманними їм мозаїчними в основі своїй повідомленнями, руйнується не тільки лінійно-послідовний спосіб мислення, а й породжені ним спільноти. Радіо та телебачення стрімко стискають простір і час, водночас пропонуючи людині множинність та варіативність відносин, що, зрештою, і підриває основи панівної тоді національної ідентичності. Крім того, електронні медіа забезпечують стрімку передачу інформації на великі відстані, тим самим закладаючи підвалини для формування т. зв. глобального села або інформаційного середовища, у якому люди взаємопов'язані. Це змушує їх самовизначається не тільки і не стільки як член спільноти, а насамперед як член усього людства, що і призводить до розмивання сформованих книгодрукуванням та лінійним мислення колективних ідентичностей (McLuhan M., 1976, с. 48–58).

Радикальне зміщення акценту зі змісту на форму інформаційних повідомлень у роботах М. Маклюена дає змогу показати йому взаємодію людини з медіаконтентом, який, на його думку, змінює спосіб мислення та сприйняття світу. Водночас дослідник уважає, що зміст повідомлень люди здебільшого сприймають вкрай пасивно, що й дає можливість медіа маніпулювати суспільною свідомістю. Цікаво, що така позиція абсолютно не прийнятна для британського вченого Дж. Фіске. Як інші дослідники, він визнає тісний взаємозв'язок між масовою культурою та комерцією, водночас уважаючи, що аудиторія не споживає зміст медіа пасивно. Навпаки, інформація, трансльована медіа, активно переробляється користувачами відповідно до їхнього

досвіду. Натомість, у випадках, коли «культурні товари або тексти не містять ресурсів, з яких люди можуть створювати власні смисли, означати свої соціальні відносини та ідентичності, вони будуть відкинуті й не матимуть успіху на ринку. Вони не стануть популярними» (Fiske, 2000, p. 2). Це, на думку Дж. Фіске, викликано тим, що смисли, закладені у творах популярної культури, «активізуються, або стають значущими, тільки в соціальних та інтертекстуальних відносинах. Така активізація значення, потенційно закладеного в тексті, може відбуватися тільки в процесі соціальної та культурної інтеракції, у який воно входить. Соціальні відносини текстів актуалізуються в момент прочитання, позаяк вони включені в повсякденне життя читачів» (Fiske, 2000, p. 3).

Підкреслюючи активний характер сприйняття аудиторією змісту масмедіа, Дж. Фіске показує здатність масмедіа підтримувати й розвивати колективні ідентичності. Кожна людина, як і група, сприймає та інтерпретує медіаконтент відповідно до власного досвіду. Так, вона не тільки чинить опір владним структурам у їхній спробі нав'язати ідеї, цінності та значення, а й перетворює масмедіа на простір, де різні групи та спільноти в процесі інтерпретації віднаходять важливі для збереження та кристалізації власної колективної ідентичності смисли, стратегії та програми.

Висновки. В інтелектуальному дискурсі протягом XIX–XX ст. сформувалося дві основні лінії осмислення соціальних наслідків масової культури. Ідейною основою першої стали концептуально оформлені в XIX ст. елітарні теорії культури. Їхні представники (А. Шопенгауер, Ф. Ніцше) одними з перших помітили зниження якості культури, унаслідок того, що посередність почала витісняти геніїв з інтелектуальної та культурної сфери. Ситуація, на переконання низки песимістично налаштованих дослідників (Х. Оргтега-і-Гассет, М. Гайдеггер, Т. Адорно), істотно загострилася вже в процесі розвитку індустріалізації, яка вже на початку XX ст. істотно посилила комерціалізацію та стандартизацію культурних продуктів. Їх поява заклала підвалини для уніфікації мислення та потреб людей, які, втрачаючи власну автентичність, перетворювалися на безликих споживачів. Орієнтація на споживання одноманітних продуктів, мозаїчної інформації та відсутність притаманного модерним формам спільнот протиставлення іншим людям, сприяла розмиванню колективної ідентичності внаслідок того, що людина усвідомлювала себе не як член певної спільноти, а представник усього людства.

Паралельно з песимістичним поглядом на соціальний вплив масової культури, в інтелектуальній думці XX ст. розвивалися підходи, представники усвідомлювали негативні соціальні наслідки масової культури, проте фокусувалися на осмисленні соціокультурних змін, викликаних медіа. Показовим прикладом у цьому контексті можуть стати не тільки модерністські теорії націєтворення, творці яких всебічно й аргументовано показали ключову роль масмедіа, насамперед книгодрукування, у формуванні сучасних форм колективної ідентичності. Не змінилася роль медіа у виробленні колективного образу «ми», як аргументовано показали дослідники другої половини XX ст. й з появою комерціалізованої масової культури, зміст повідомлень якої аудиторія активно сприймає та інтерпретує відповідно до наявного досвіду, що знову ж таки дає можливість масмедіа зберігати та формувати колективні ідентичності.

Список використаних джерел:

Андерсон, Б. (2001). *Уявлені спільноти Міркування щодо походження й поширення націоналізму.* Критика.

Бойко, А. (2015). Масова людина, масова культура і засоби масової інформації як сутнісні ознаки суспільства масового споживання. *Гуманітарний вісник Запорізької державної інженерної академії*, 74–84.

Габермас, Ю. (2014). *До реконструкції історичного матеріалізму.* Дух і Літера.

Гібернау, М. (2012). *Ідентичність націй.* Темпора.

Ґелнер, Е. (2003). *Нації та націоналізм; Націоналізм*. Таксон. URL: http://litopys.org.ua/gellner/gel.htm

Кастельс, М. (2007). Інтернет-ґалактика. Міркування щодо Інтернету, бізнесу і суспільства. ТОВ «Ваклер».

Кривда, Н., & Сторожук, С. (2020). Вплив медіа на колективну пам'ять. *Гуманітарні студії: педагогіка, психологія, філософія*, 11(90–100).

Лютий, Т. (2013). Модифікації ідентичності в українській масовій культурі (випадок впливу мас-медій). *Філософсько-антропологічні студії' 2013. Визначальні виміри сучасного філософсько-антропологічного знання*. Стилос, 171–187.

Лященко, І. С. (2009). Масова культура як соціальний феномен XX століття. *Актуальні проблеми духовності*, (10), 340–349. https://doi.org/10.31812/apd.v0i10.1731

Мак-Люен, М. (2001). *Галактика Гутенберга: Становлення людини друкованої книги.* Ніка-Центр.

Ніцше, Ф. (2021). *По той бік добра і зла.* Фоліо.

Ортега-і-Гасет, Х. (1965). *Бун мас.* Видання ООЧСУ.

Сінькевич, О. (2014). Реклама як засіб конструювання ідентичності суб'єкта масової культури. *Гілея: науковий вісник*, 90, 287–291

Степико, М. (2011). *Українська ідентичність: феномен і засади формування.* НІСД.

Тейлор, Ч. (2001). Етика автентичності. *Дух і літера,* 7-8, 80–81.

Угрин, Л. (2015). Колективна ідентичність: конструювання в контексті відносин з іншими. *Вісник Львівського університету. Філософсько-політологічні студії*, 7, 340–348.

Adorno, T. W., & Horkheimer, M. (1969). *Dialektik der Aufklärung. Philosophische Fragmente.* Clausen & Bosse.

Berger, P. L., & Luckmann, T. (1991). *The Social Construction of Reality. A Treatise in the Sociology of Knowledge.* Penguin Books.

Chopenhauer, A. (1969). *The World as Will and Representation*. Dover Publications, Inc.

Fiske J. (2000). *Reading the Popular.* Routledge.

Heidegger, M. (1967). *Sein Und Zeit.* Gutmann & Co.

Jaspers, K. (2017). *Vom Ursprung und Ziel der Geschichte.* Schwabe Verlag.

Jaspers, K. (1951). Über Bedingungen und Möglichkeiten eines neuen Humanismus. In *V Karl Jaspers. Rechenschaft und Ausblick. Reden und Aufsätze*. (s. 265–292). Piper.

Kryvda, N., and S. Storozhuk. 2020. "Image of an "Enemy" as a Factor of Constructing the Ukrainian National Identity." *Ideas Philosophical Journal Special Scientific Issues*, (1 (15)–2 (16)): 57-66. https://doi.org/10.34017/1313-9703-2020-1(15)-2(16)-57-66.

McLuhan, M. (1976). At the Moment of Spurnik… *Journal of Communication*. 24(1). 48–58.

Storozhuk, S., Hoyan, I., Fedyk, O., & Kryvda, N. (2019). *Worldview and ideological priorities of modern society: ukrainian and euro-atlantic context. Ideology and Education in Post-Soviet Countries*, 2(13).

References:

Anderson, B. (2001). Uiavleni spilnoty Mirkuvannia shchodo pokhodzhennia y poshyrennia natsionalizmu. [Imagined Communities. Reflections on the Origin and Spread of Nationalism]. Krytyka. [in Ukrainian].

Boiko, A. (2015). Masova liudyna, masova kultura i zasoby masovoi informatsii yak sutnisni oznaky suspilstva masovoho spozhyvannia. [Mass man, mass culture and mass media as essential features of the mass consumer society]. *Humanitarnyi visnyk Zaporizkoi derzhavnoi inzhenernoi akademii [Humanities Bulletin of Zaporizhzhe State Engineering Academy]*, 74–84. [in Ukrainian].

Habermas, J. (2014). *Do rekonstruktsii istorychnoho materializmu. [Towards a Reconstruction of Historical Materialism].* Dukh i Litera. [in Ukrainian].

Hibernau, M. (2012). *Identychnist natsii. [Identity of nations].* Tempora.

Gelner, E. (2003). *Natsii ta natsionalizm; Natsionalizm. [Nations and nationalism; Nationalism].* Takson. Retrieved from: http://litopys.org.ua/gellner/gel.htm [in Ukrainian].

Castells, M. (2007). *Internet-galaktyka. Mirkuvannia shchodo Internetu, biznesu i suspilstva. [The Internet galaxy. Reflections on the Internet, business and society].* TOV «Vakler». [in Ukrainian].

Kryvda, N., & Storozhuk, S. (2020). Vplyv media na kolektyvnu pamiat. [The impact of media on collective memory]. *Humanitarni studii: pedahohika, psykholohiia, filosofiia*, *[Humanities Studios: Pedagogy, Psychology, Philosophy],* 11(90-100). [in Ukrainian].

Liutyi, T. (2013). Modyfikatsii identychnosti v ukrainskii masovii kulturi (vypadok vplyvu mas-medii) [Identity modifications in Ukrainian mass culture (a case of media influence)]. *Filosofsko-antropolohichni studii 2013. Vyznachalni vymiry suchasnoho filosofsko-antropolohichnoho znannia [Philosophical and Anthropological Studies' 2013. Defining Dimensions of Modern Philosophical and Anthropological Knowledge].* Stylos, 171-187. [in Ukrainian].

Liashchenko, I. S. (2009). Masova kultura yak sotsialnyi fenomen XX stolittia [Mass Culture as a Social Phenomenon of the Twentieth Century]. *Aktualni problemy dukhovnosti – [Actual problems of spirituality],* (10), 340–349. https://doi.org/10.31812/apd.v0i10.1731 [in Ukrainian].

McLuhan, M. (2001). *Halaktyka Hutenberha: Stanovlennia liudyny drukovanoi knyhy. [The Gutenberg Galaxy: The Making of Typographic Man].* Nika-Tsentr. [in Ukrainian].

Nietzsche, F. (2021). *Po toi bik dobra i zla. [Beyond Good and Evil].* Folio. [in Ukrainian].

Orteha-i-Haset, Kh. (1965). *Bun mas. [The Revolt of the Masses].* Vydannia OOChSU. [in Ukrainian].

Sinkevych, O. (2014). Reklama yak zasib konstruiuvannia identychnosti subiekta masovoi kultury [Advertising as a means of constructing the identity of a mass culture subject]. *Hileia: naukovyi visnyk. [Hileya: scientific bulletin],* 90, 287–291. [in Ukrainian].

Stepyko, M. (2011). Ukrainska identychnist: fenomen i zasady formuvannia. [Ukrainian identity: phenomenon and principles of formation]. NISD. [in Ukrainian].

Taylor, Ch. (2001). Etyka avtentychnosti [The Ethics of Authenticity]. *Dukh i litera*, 7-8, 80–81. [in Ukrainian].

Uhryn, L. (2015). Kolektyvna identychnist: konstruiuvannia v konteksti vidnosyn z inshymy [Collective identity: construction in the context of relations with others]. Visnyk Lvivskoho universytetu. Filosofsko-politolohichni studii. [Bulletin of Lviv University: Series of Philosophical and Political Science], 7, 340–348. [in Ukrainian].

Adorno, T. W., & Horkheimer, M. (1969). *Dialektik der Aufklärung. Philosophische Fragmente.* Clausen & Bosse. [in German].

Berger, P. L., & Luckmann, T. (1991). *The Social Construction of Reality. A Treatise in the Sociology of Knowledge.* Penguin Books. [in English].

Chopenhauer, A. (1969). *The World as Will and Representation*. Dover Publications, Inc. [in English].

Fiske J. (2000). *Reading the Popular.* Routledge. [in English].

Heidegger, M. (1967). *Sein Und Zeit.* Gutmann & Co. [in German].

Jaspers, K. (2017). *Vom Ursprung und Ziel der Geschichte.* Schwabe Verlag. [in German].

Jaspers, K. (1951). Über Bedingungen und Möglichkeiten eines neuen Humanismus. In *V Karl Jaspers. Rechenschaft und Ausblick. Reden und Aufsätze*. (s. 265–292). Piper. [in German].

Kryvda, N., and S. Storozhuk. 2020. "Image of an "Enemy" as a Factor of Constructing the Ukrainian National Identity." *Ideas Philosophical Journal Special Scientific Issues*, (1 (15)–2 (16)): 57–66. https://doi.org/10.34017/1313-9703-2020-1(15)-2(16)-57-66. [in English].

McLuhan, M. (1976). At the Moment of Spurnik… *Journal of Communication*. 24(1). 48–58. [in English].

Storozhuk, S., Hoyan, I., Fedyk, O., & Kryvda, N. (2019). Worldview and ideological priorities of modern society: ukrainian and euro-atlantic context*. Ideology and Education in Post-Soviet Countries*, 2(13). [in English].