

**ЛЬВІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ІВАНА
ФРАНКА**
історичний факультет
кафедра соціології

Пояснювальна записка

до кваліфікаційної (бакалаврської) роботи

На тему :

**Соціальне значення музичної індустрії в контексті сучасної
масової культури**

Виконав студент 4 курсу , групи ісс 41
напряму підготовки (054 соціологія)
ОПП Бізнес-соціологія

Лавров К. В.

Керівник к.с.н., асистент Химович О.С.

Рецензент к.с.н., доцент Марусяк Т.С.

Львів 2022

ЛЬВІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ІВАНА ФРАНКА

Факультет історичний

Кафедра соціології

Освітній рівень : бакалавр

Напрямок підготовки - ОПІ Бізнес-соціологія там

Спеціальність 054 “Соціологія”

“ЗАТВЕРДЖУЮ”

Завідувач кафедри соціології

проф. Пачковський Ю. Ф.

“__” _____ 2022 року

З А В Д А Н Н Я

НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ (БАКАЛАВРСЬКУ) РОБОТУ СТУДЕНТА

Лаврова Кирила Володимировича

1. Тема роботи : **“ Соціальне значення музичної індустрії в контексті сучасної масової культури ”**

керівник роботи к.с.н., асистент Химович О.С.

затверджені вченою радою факультету від “21” березня 2022 року №6

2. Строк подання студентом роботи **10 червня 2022 року**

3. Вихідні дані до роботи:

1. Сторі Д. Теорія культури та масова культура. Переклад з англійської Сергія Савченка. Київ. 2005.

2. Бежнар Г.П. Теорія масової культури: Курс лекцій. Навчальний посібник. Київ. 2020

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань які потрібно розробити)

Розділ 1 Теоретико-методологічні основи поняття масової культури

1.1 Поняття масової культури в різних соціогуманітарних науках

1.2 Теорії та підходи до дослідження масової культури

Розділ 2 Теоретико-методологічні основи поняття впливу, соціальної

значимості і музичної індустрії

2.1 Поняття впливу, соціальної значимості і музичної індустрії в соціогуманітарних науках

Розділ 3 Специфіка впливу та соціальної значимості музичної індустрії на масову культуру в країнах пострадянського простору

3.1 Програма авторського соціологічного дослідження "Впливу та соціальної значимості музичної індустрії на масову культуру в країнах пострадянського простору."

3.2 Особливості впливу та соціальної значимості музичної індустрії на масову культуру в країнах пострадянського простору

5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень) - в роботі відсутні.

6. Консультація розділів роботи

Розділ	Прізвище , ініціали та посада консультанта	Завдання видав (дата, підпис)	завдання прийняв (дата, підпис)
I	к.с.н., асистент Химович О.С.		
II	к.с.н., асистент Химович О.С.		
III	к.с.н., асистент Химович О.С.		
Вступ, висновки	к.с.н., асистент Химович О.С.		

7. Дата видачі завдання 29. 10. 2022

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів (кваліфікаційної) бакалаврської роботи	строк виконання етапів роботи	Примітка
1.	Написання вступу до роботи	лютий 2022	
2.	Написання першого теоретико методологічного розділу	березень-квітень 2022	
3.	Написання другого теоретико методологічного розділу	квітень-травень 2022	
4.	Розробка програми та інструментарію дослідження	травень 2022	
5.	Аналіз емпіричних даних отриманих в ході дослідження	травень 2022	
6.	Написання емпіричного розділу	травень 2022	
7.	Підсумки робота над висновками	травень 2022	

Студент _____ **Лавров К.В.**

(підпис) (прізвище та ініціали)

Керівник роботи _____ **Химович О.С.**

(підпис) (прізвище та ініціали)

Зміст

Вступ.....	6
Розділ 1 Теоретико-методологічні основи поняття масової культури.....	9
1.1 Поняття масової культури в різних соціогуманітарних науках.....	9
1.2 Теорії та підходи до дослідження масової культури.....	15
Висновки до розділу 1	35
Розділ 2 Теоретико-методологічні основи поняття впливу, соціальної значимості і музичної індустрії.....	37
2.1 Поняття впливу, соціальної значимості і музичної індустрії в соціогуманітарних науках.....	37
2.2 Теорії та підходи до дослідження соціальної значимості і впливу музичної індустрії.....	45
Висновки до розділу 2.....	53
Розділ 3 Специфіка впливу та соціальної значимості музичної індустрії на масову культуру в країнах пострадянського простору.....	55
3.1 Програма авторського соціологічного дослідження "Впливу та соціальної значимості музичної індустрії на масову культуру в країнах пострадянського простору."	55
3.2 Особливості впливу та соціальної значимості музичної індустрії на масову культуру в країнах пострадянського простору.....	60
Висновки до розділу 3.....	69
Висновки.....	71
Список використаних джерел і літератури	74

Вступ

Актуальність теми

Практична актуальність

Сьогодні, коли суспільство стрімко змінюється, важливо розуміти, що впливає на ці зміни, яка саме динаміка розвитку культурного простору, та яке місце займає в ньому музична індустрія і як вона впливає на зміни. Важливо в першу чергу осягнути важелі, які знаходяться в музикальній індустрії, що впливають на метаморфози суспільства.

Найрізноманітніша як за формою, так і у змістовно-ціннісному сенсі є музика, яка стала частиною життя майже кожної людини. В музиці зосереджений багатовіковий духовно-моральний і соціально-культурний досвід, який впливає на внутрішній світ соціальних суб'єктів різного ступеня спільності - від індивіду до населення, та країни в цілому.

На сьогоднішній день музика є невід'ємною частиною нашого життя, а музична індустрія в цілому - розвивається шаленими темпами, змінюючи суспільство. Зростає як грошовий капітал і його оберти на всесвітній арені, так і вплив музики на весь соціокультурний простір. Через велику кількість напрямків в музиці на сьогоднішній день, вона виконує як функцію диференціювання так і об'єднує людей, реалізуючи їх комунікативну функцію, та набуває найрізноманітніші соціальні функції.

Головна мета дослідження - виявлення факторів впливу музичної індустрії пострадянських країн на їх масову культуру, та з'ясування її соціальної значимості. А також аналіз потенціалу музичної індустрії в країнах пострадянського простору.

Тема є актуальною, оскільки вивчення впливу музичної індустрії в країнах пострадянського простору допоможе осягнути соціальну значимість музичної індустрії, та пролити більше світла на розуміння соціальних процесів які відбуваються всередині масової культури обраних соціокультурних регіонів.

Теоретична актуальність

Соціологія музики сформувалася на стику музикознавства, соціології, психології і естетик. Соціологія музики вимагає розгляду музики як соціально зумовленого явища, включаючи дослідження того, яким чином відбиваються в її змісті і формі життя суспільства, світогляд композитора. Методологічні і методичні принципи подібного розгляду в музикознавстві почали формуватися ще в домарксистський період, але саме марксизм з'явився достовірно науковою основою соціології музики. Теорію соціології музики, а також її впливу досліджували такі зарубіжні та вітчизняні науковці як: М. Вебер, М. Арнольд, Дж. Сторі, Дж. Мід, Х. Ортега-і-Гасет, Д. МакДональд, Р. Уільямс, Т.Іглтон, Г. Маркузе, Т. Адорно, М. Горкгаймер, Г.П. Бежнар, Б.Г. Литвак, М.Г. Снежинская, Г.С. Черников, С.А. Чукут, І.І. Лещинська, Т.С. Лященко, М.І. Дружинець, О.С. Ільчова, Ф. Зімбардо та інші.

Метою роботи є висвітлення впливу та соціальної значимості музикальної індустрії пострадянських країн на їх масову культуру.

Завдання роботи зумовлені метою дослідження:

- визначення поняття масової культури;
- вивчення впливу музикальної індустрії, крізь призму її соціальної значимості для масової культури;
- проаналізувати соціологічні дослідження на тему розвитку музичної індустрії і її впливу на території пострадянських країн;
- розробити програму дослідження на тему "вплив і соціальна значимість музичної індустрії в країнах пострадянського простору;
- проаналізувати результати отриманих інтерв'ю та описати вплив та соціальну значимість музичної індустрії пострадянських країн на їх масову культуру.

Об'єктом виступає масова культура пострадянського простору.

Предметом виступає вплив та соціальна значимість музичної індустрії.

Практичне значення. Представлені у дипломній роботі матеріали і міркування нашою хують на необхідність подальшого вивчення цієї теми. Адже шоу-бізнес, а саме музична складова індустрії чинить один із вагомих впливів на формування цінностей споживачів продукту культури. А також має дуже сильний потенціал для економічного розвитку країни.

У роботі було застосовано загальнонаукові та соціологічні *методи*. Серед загальнонаукових методів було використано: аналіз (під час вивчення основних теоретичних понять); індукцію (під час розгляду наявних стратегій розвитку музики в пострадянському просторі); дедукцію (під час аналізу матеріалів); якісні інтерв'ю, та дискурс аналіз, тому що на нашу думку фахівці, які виступають представниками музикальної індустрії, є найбільш обізнані у відповідному векторі. Також використано деї Чиказької школи будуть найбільш актуальними для даного дослідження. А обраний підхід до дослідження - структуралізм. Тобто для розуміння певного соціокультурного простору із яким людина хоче "укласти умову", вона має володіти певними інтелектуальними навичками.

Структура роботи складається зі вступу (актуальність, мета, завдання, об'єкту та предмету дослідження), трьох розділів: (двох теоретичних та емпіричного) і висновків із додаванням аудіоматеріалів і подальшим їх аналізом, та має в загальному сімдесят шість сторінок.

Розділ 1

Теоретико-методологічні основи поняття масової культури.

1.1 Поняття масової культури в різних соціогуманітарних науках.

Сьогодні масова культура є одним із аспектів розвитку прогресивного суспільства. З однієї сторони вона організовує і транслює культурні образи та символи, а з другої, як явище, яке викликає самоаналіз в різноманітних галузях соціогуманітарного знання. Токи зору, з цього питання, логічно розділяли на дві групи - песимістів і оптимістів. Перші вважають, що зміни у системі цінностей, а саме переважання до рекреаційного, гедоністичного образу мислення і формує у людей пасивне сприйняття реальності. Інші ж вважають, що даний феномен створює можливість для взаємодії між членами високотехнологічного суспільства і масами. А також дає можливість більшій кількості людей взаємодіяти з високою культурою, що на їх думку повинно посприяти розповсюдженню і закріпленню її в масах. Вона є доволі неоднозначною, адже всі дослідники виділяють як її плюси так і мінуси.

Термін «масова культура» вперше з'явився на сторінках американської преси наприкінці 30-х років і остаточно увійшов в науковий обіг після виходу роботи Д. Макдональда в 1944 році «Теорія масової культури» - відзначає Г.П. Бежнар. [3]

Тобто на відміну від народної та елітарної, масова культура, це доволі нове явище в суспільстві.

В. Шапко вважає, що "масова культура сьогодні – це джерело норм та зразків повсякденної поведінки, засіб масової психотерапії, що виконує в суспільстві складні функції адаптації людей до соціокультурних змін." [21]

А ось яке визначення масовій культурі дає український соціолог Л.І. Верховод: "Масова культура – це культура більшості. Вона, як правило, має меншу художню цінність, ніж висока культура. Її відмінні риси – доступність широким верствам населення,тиражованість за допомогою різних засобів

масової інформації, які зіграли вирішальну роль у поширенні масової культури. Використовується для позначення специфічного різновиду духовного виробництва, орієнтованого на «середнього» споживача та можливість широкого тиражування оригінального продукту." [6]

Її пояснюють у загальному, як спосіб існування культури в умовах надвиробництва та розповсюдження широким загалом, розраховуючи на її масове споживання, для поширення якої задіюють засоби масової інформації і інші методи передачі інформації.

Масова культура іншими словами - культура більшості. Адже саме на широкий загаль мас орієнтуються її виробники, якими сьогодні виступають зірки, лідери думок, ЗМІ, блогери та інші суб'єкти насадження культури і шаблонів сприйняття.

В посібнику "Соціологія культури" (2008) подано наступне визначення - "Масова культура є зв'язуючою ланкою між стабільним і змінюваним, оскільки орієнтована на цінності та норми переважної більшості. Вона є продуктом новітнього часу, затребувана до життя людиною, яка не приєдналась через різні причини до високої культури, але вже відірвалася від традиційного суспільства. [20] Із чого можна зробити висновок, що вона може виступати як "маятник" суспільства, так і в ролі його стабілізатора. Тобто можна зазначити, що вона не є частиною високої культури, адже для того, щоб бути її споживачем масової культури не потрібно володіти спеціальними знаннями та навичками, на відміну від високої, а радше виступає протиставленням. Також там же ж зазначено, що "Створена у попередні десятиліття масова культура зруйнована або руйнується, натомість з'являється багато субкультур, серед них далеко не кращі зразки американської та західноєвропейської масової культури (бойовики, детективи, еротичні стрічки, бульварна література тощо)." [20]

Що нашо вхує на міркування, про її розбещувальний характер і відповідно зміну вектору споживацьких уподобань. І в той час як поціновувачі високої культури бачать в ній руйнування власних цінностей.

Хоча вони сприймають її, як розвагу або відпочинок, не слід забувати про її синергуючий потенціал для культури, на світовому рівні.

Масова культура передбачає влучний вибір цільової аудиторії за демографічними показниками, та має на меті отримання прибутку. Так відбувається монетизація і товаризація культури, які внаслідок цього потрапляють на споживчі ринки.

На думку, неомарксистів, зокрема Г. Маркузе, і Т. Адорно, спостерігається критика масової культури, підкреслюючи " що вона формує у її споживачів пасивне сприйняття дійсності." [2]

На основі, нашого аналізу, вважаємо, що масова культура прямо впливає на становлення систем цінностей споживача і насаджують йому прагнення "до цікавості та розваг", відкидаючи розвиток власних якостей людини, як особистості. Також варто зазначити, що масова культура орієнтується не на реальність, а на бажання та ілюзії. І хоча у масової культури звісно є недоліки, але не слід інтерпретувати її лише в негативному ключі, адже вона сприяє розповсюдженню витворів мистецтва для більш широкого загалу, та дійсно розширюють її світогляд.

Поява масової культури супроводжується перебудовою у соціальній структурі суспільства та стимулює формування "середнього класу", який і став рушійною силою промислового суспільства і популяризував її.

Старша викладачка кафедри соціології та соціальної роботи ДВНЗ «Приазовський державний технічний університет» м. Маріуполь - Бондаренко І.С. зазначає що "Поняття «маса» має не тільки кількісні характеристики (більшість суспільства), але й якісні: знеособленість, переважання почуттів над інтелектом і втрата особистої відповідальності за свої рішення та вчинки. Суть масової культури полягає в тому, що вона створюється для цілей споживання, позбавлена внутрішнього джерела розвитку, формується на підставі соціального замовлення, а головною її функцією є розважально-компенсаторна. Як наслідок, масова культура перетворюється на особливий вид бізнесу, при цьому вона не стільки

споживається людиною, скільки споживає саму людину, закриваючи від неї та замінюючи їй інші пласти культури, що призводить до «хвороби колосальності» " [5]

Будь-яка фізична чи духовна цінність, яка є найбільшою (в кількісному значенні), перетворюється на псевдо-найкращу: «Тому ми вихваляємося тим, що маємо найбільшу кількість шкіл і коледжів. Найбільшою кількістю випущених кінокартин та опублікованих книг. Найбільшою кількістю музеїв, церков, п'єс тощо... Така кількісна манія величі зазвичай зашкоджує якості. Чим більша й різноманітніша маса матеріалу, тим важче її обробити і тим важче інтегрувати її в єдину стійку гармонію» відзначає П. Сорокін. [17]

Однак, Олександра Олійник, у своїй праці "Розвиток уявлень про масову культуру" зазначає, що - "масова культура (і культура взагалі) завжди використовувалась і використовується сьогодні для створення ідеологічного кола — світогляду як окремо взятої особи, так і певної соціальної групи" [12] Що підтверджує думку про те, що культура є інструментом насадження шаблонів мислення, а також виступає елементом конструювання свідомості індивіда або групи людей, впливає на його вибір, та підсвідомо направляє його у потрібний вектор споживання. Тобто ми бачимо, як масова культура свідомо створює суспільство споживачів, зосереджуючи свої зусилля на усередненні потреб і прагнень. Також автор зазначає, що - "Цивілізація за допомогою масової культури створює деструктивну мережу, що загрожує незворотним хаосом." [12] Така теза в котрий раз доводить неоднозначність її ролі в суспільстві, а також проливає світло на потенційну загрозу для нього.

Ось яке визначення дає філософський енциклопедичний словник: «Масова культура – поняття, яке характеризує особливості змісту виробництва і способів поширення культури індустріального суспільства. Поширюючись через засоби масової комунікації (пресу, радіо, телебачення, Інтернет), масова культура охоплює широку аудиторію споживачів майже в усіх країнах світу. Теорія масової культури уособлює відгалуження

філософських і соціологічних теорій масового суспільства (Ортега-і-Гассет, Манигейм, Рісмен, Арндт, Фромм та інші). Згідно з цією теорією пересічний індивід постає замкнутим у собі, відчуженим «атомом», поруч з іншими ,такими ж атомарними індивідами з нівельованою особистістю і стандартизованим внутрішнім світом; він є «гвинтиком», у виробничому механізмі або бюрократичній системі, розвинутого індустріального суспільства». [13]

Звичайно думки різних авторів стосовно масової культури часто різняться між собою, але Олена Бесараб кандидат філологічних наук, доцент, доцент кафедри англійської мови для нефілологічних спеціальностей, Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара стверджує, що сучасні автори все ж змогли дійти консенсусу у її розумінні - "Масова культура, вона ж поп-культура, вона ж популярна культура, на думку сучасних дослідників, існувала завжди. Однак її вплив на людей та суспільство значною мірою зріс саме за останні десятиліття, коли на «допомогу» виробнику «культурної продукції» прийшли технічний прогрес, засоби масової комунікації й розповсюдження інформації." [4] Також автор влучно підмічає тотожність понять "масової" і "поп" культури, що в подальшому спрощує сприйняття і розуміння суспільних процесів, і вкотре підкреслює новітній дух цього поняття в широкому його розумінні.

Проаналізувавши вищенаведені спроби трактування масової культури, можна дійти висновку, що в сферу масової культури входять ЗМІ, література, кіно(напри. трейлери, комедії), комікси або плакати, різноманітних форм поп-музики, образотворчого мистецтва, а також навіть певні шаблони поведінки та зовнішнього вигляду, тощо. І відповідно завдяки цим засобам отримання інформації вона приходить в кожен дім в тому числі і завдяки рекламі або навіюванню моди. Також вона має ряд відмінних рис, наприклад загальнодоступність, яка стала однією з основних причин успіху масової культури. Також варто зазначити, що в класичному її розумінні вона виникла в умовах індустріалізації, коли зросла потреба людей в інтенсивному

відпочинку, швидкому відновленні психічної рівноваги і енергії (як фізичної так і духовної), після напруженого і монотонного трудового дня. Для цього людина починає шукати на книжних полицях, в кінозалах у ЗМІ, перш за все легкі для сприйняття розважальні вистави, фільми, публікації і готовий був за них платити гроші.

Простоту витворів масової культури не можна однозначно пов'язувати з їх низьким рівнем. Поняття "масової культури" не тотожне поняттю "погана культура". Витвори масової культури можуть бути і бездоганними, і середніми і не дуже. У масовій культурі є і свої вершини, наприклад Бітлз, Едіт Піаф, або велика кількість дійсно якісних романів часів ХХ століття.

Друга особливість масової культури - цікавість. Тому, що масова культура звертає нашу увагу на зрозумілі для більшості сторонам життя, які в подальшому і викликають цікавість. Таким як - любов, сімейні проблеми, подорожі, дружба, братерство, жахи. Автори та режисери намагаються, як можна крутіше загорнути сюжет і змусити спостерігача з нетерпінням чекати розв'язки і частіше за все, глядача або читача чекає щасливий кінець(кохані одружуються, злочинці отримують по заслугам, а вороги знищені).

Третя особливість - серійність (тиражованість). З одного боку продукти масової культури продукуються в дуже великій кількості. З іншої сторони серійність проявляється і в відомій повторюваності сюжетних ходів, схожості героїв. Де працьовитість, наполегливість, удача, чесність і інші позитивні риси сприяють покращенню соціально, матеріального і духовного положення головного героя. Так би мовити "Із грязі в князі".

Четверта особливість, яку хочеться відмітити - це пасивність сприйняття. Витвори масової культури не вимагають від споживача особливих інтелектуальних або емоційних зусиль для сприйняття. Тобто вони є максимально спрощені (до допустимої межі), задля того, щоб отримати більшу цільову аудиторію.

Ну і п'ята особливість - це комерційний характер, а саме монетизація. Адже сьогодні витвори масової культури - це товар, який перш за все

призначений для масового продажу і відповідно отримання прибутку. Варто зазначити, що створюються вони (витвори масової культури) професіоналами. Музику пишуть професійні композитори, сценарії фільмів професійні літератори, рекламу створюють професійні дизайнери.

Жоден з авторів не заперечував прямого впливу масової культури на людей, навпаки, вони відмічали її світоглядно формулюючи властивості, які в першу чергу призначені для впливу на свідомість людей і насаджування вигідних виробнику шаблонів і моделей - поведінки і мислення. Ну і відповідно в умовах глобалізації, при наявності вміння аналізувати - ми в повному обсязі починаємо відчувати цей вплив.

Противники масової культури підкреслюють, що вона націлює аудиторію на духовне споживацтво і насаджує брехливі/оманливі життєві цінності, серед яких пріоритет матеріального благополуччя. Тобто оцінка людини не з духовної, культурної, інтелектуальної, освітньої сторони, а по розміру його гаманця. Постійне споживання низько пробної продукції масової культури обманує людину, робить її морально нерозбірливо і несприятливою у справжньому мистецтві.

Варто зазначити, що в масовій культурі не все так погано. Адже вона надає широкий спектр пізнавальних і розвиваючих - ресурсів і інструментів. Ряд її продуктів має гуманістичну направленість, в них проявляється справжній демократизм. Таким чином сучасна масова культура надає широкий вибір зразків і видів поведінки і кожен в рамках цього різноманіття робить свій власний вибір. І важливо, щоб він був свідомим, відповідальним і продиктованим значущими цілями.

Отже, в подальшому основою в нашій роботі залишатиметься визначення масової культури українського соціолога Л.І. Верховода: "Масова культура – це культура більшості. Вона, як правило, має меншу художню цінність, ніж висока культура. Її відмінні риси – доступність широким верствам населення, тиражованість за допомогою різних засобів масової інформації, які зіграли вирішальну роль у поширенні масової культури.

Використовується для позначення специфічного різновиду духовного виробництва, орієнтованого на «середнього» споживача та можливість широкого тиражування оригінального продукту. " [6] Яке було обрано через найбільш широке пояснення особливостей даного феномену.

Основними особливостями масової культури, на яких ми зупинимося є: загальнодоступність (основна причина успіху масової культури), цікавість (основна причина її попиту), серійність (тиражованість), пасивність сприйняття (що робить її дійсно простою і доступною кожному) і комерційний характер, а саме монетизація.

1.2 Теорії та підходи до дослідження масової культури.

Таке поняття як "масова культура" завжди визначається на перетині протиставлення різних концептуальних категорій: домінантній культурі, народній культурі, високій культурі, культурі робітництва тощо. Концептуальні категорії, не важливо протиставляли вони себе масовій культурі чи ні, завжди будуть здійснювати потужний вплив на зміст. Щоб дослідити масову культуру, треба в першу чергу розглянути проблему, зумовлену самим терміном, яка полягає в залежності від того, який спосіб його використання можна поглянути, крізь призму різних сфер дослідження і форм теоретичного визначення та об'єкту аналізу. Тобто, можна припустити, що масова культура є порожньою концептуальною категорією, яка змінює свою значущість залежно від використання в контексті якогось наукового підходу, завдяки їх суперечливості і різноманіттю.

Наприклад інтерпретування Карла Маркса (марксистський підхід) звучить так: "У суспільному виробництві свого життя люди вступають у певні, необхідні, від їхньої волі незалежні відносини — виробничі відносини, які відповідають певному ступеневі розвитку їх матеріальних продуктивних сил. Сукупність цих виробничих відносин становить економічну структуру суспільства, реальну базу, на якій виситься юридична й політична надбудова і якій відповідають певні форми суспільної свідомості. Спосіб виробництва матеріального життя зумовлює соціальні, політичні і духовні процеси життя взагалі. Не свідомість людей визначає їхнє буття, а навпаки, їхнє суспільне буття визначає їхню свідомість". [18] Тут мається на увазі, що значний вплив на формування якості культури, здійснюють саме засоби засоби економічного виробництва, які суспільство організовує. Наслідки взаємин між "базою і надбудовою" для культури - ідеологічні, бо через них підтримуються інтереси панівних груп, які мають вигоди (культурні, політичні, економічні, соціальні) від певної економічної спрямованості в суспільстві.

Джон Сторі відзначає сім підходів до вивчення масової культури: підхід "культура і цивілізація", культуралізм, структуралізм, постструктуралізм, марксизм та його різновиди, а також постмодернізм - про всі по порядку.

Розпочнемо ми з підходу "культура і цивілізація". Меншини в руках яких була зосереджена влада, завжди намагалися вплинути на культуру, як на важіль контролю мас. Вирішальними чинниками становлення масової культури була індустріалізація та урбанізація. "Індустріалізація та урбанізація перерисували культурну карту: вже не існувало спільної для всіх класів культури, на якій височіла надбудова у вигляді культури можновладців." - [18] Це дає нам зрозуміти, що світова культура почала змінюватись, а вплив "еліт" на неї значно знизився. "Батьком" даного підходу прийнято вважати Метью Арнольда." Значущість Арнольда полягає в тому, що він виплекав традицію, особливий погляд на масову культуру, уявлення про її особливе місце в загальній царині культури." А основним його внеском за значенням було - "пов'язана не так з його практичною роботою, як з величезним впливом на послідовників Арнольда його поглядів на масову культуру." [18]

М. Арнольд розділяє поняття "культура" на - сукупність знань - "найкраще зі сказаного та придуманого у світі" і "це вивчення досконалості... досконалості, що складається не з володіння чимось, а зі ставання кимось, із внутрішнього стану розуму та духу, а не із зовнішнього набору обставин" [18]

Якщо говорити іншими словами, то культура - це жага дізнатися найкраще в світі і структурувавши зробити так, щоб вся ця сила працювала на благо цивілізації. Культура на думку автора народжується з прагнення, читання, спостереження і мислення. Для нього культура - це не тільки вміння вибрати найкраще, або просто це саме "найкраще", це ще й інтелектуальне його застосування та звісно прагнення до цього найкращого. Тобто можна інтерпретувати її як внутрішній поштовх людини, до накопичення, збереження, модифікування і застосування з благими мотивами усього цього

на практиці, на благо суспільства. А її рівень пропорційно залежний від вміння її носіїв мислити, спостерігати, накопичувати та реалізовувати.

Також безглуздо заперечувати вплив Арнольда на Ф.Р. Левіса. "Левісизм ґрунтований на припущенні, за яким "вогонь культури завжди підтримувала меншість"... Наша здатність визискувати з вершків минулого людського досвіду залежить від суспільної меншості: це вона підтримує існування найвитонченіших та найменш стійких частин культурної традиції. Від неї залежить існування неявних норм, що визначають витончене життя епохи, а також відчуття напрямку, в якому слід рухатися, та осердя культурного життя" [18]

Тобто як можна зрозуміти, із зазначеного вище, задля підтримки "вогню культури" необхідно мати наявними певні знання і навички, які не отримувала переважна більшість, і не може так успішно впливати на якісний її(культури) розвиток. Тобто більшість не може забезпечити розвиток культури, на думку послідовників ідей Левіса, ця задача лежить на плечах освіченої меншості.

Саме послідовники ідей Левіса іменують популярну пресу "найпотужнішим і найпоширенішим засобом знекультурювання народу" , а радіо, на їхню гадку, кладе кінець критичній думці, однак найбільш негативно вони ставляться до реклами, називаючи її "неослабними, всеохопними маніпуляціями" [18] Можна дійти висновку, що на їх думку, ЗМІ та особливо реклама, виступають прямими елементами навіювання споживчих шаблонів, а також стимуляторами відсутності необхідності критично мислити, щоб створити для себе ідеальну людину-споживача, яка буде націлена на купівлю різноманітної продукції (товарів та послуг), не обдумуючи дійсну необхідність відповідної покупки. Іншими словами, відсутність критичного мислення - це ні що інше, як ідеальний ґрунт для подальших маніпуляцій особою, на яку скерований вплив. Для них саме реклама є основним симптомом "хвороби культури".

Також цікава думка Двайта Мак-Дональда представлена у своїй роботі

"Теорія масової культури" "Народне мистецтво росло знизу. Це був стихійний спосіб самовираження корінного населення, й обриси цього способу воно визначало самотужки, для своїх потреб, а не згідно з мірками Високої Культури. Масову культуру ж нав'язують згори. Її створюють фахівці, найняті підприємцями, а її аудиторією є пасивні споживачі, можливість вибору для яких полягає у протиставленні "купувати — не купувати ". Можна сказати, що Магнати Кічу використовують культурні потреби народних мас, аби мати прибуток та підтримувати панівне становище свого класу а втім, у комуністичних країнах важить лише друга мета. Народне мистецтво було інститутом, створеним самим народом, і приватні садочки людей були відгороджені від великого акуратного парку Високої Культури. Але масова культура проломилася ці огорожі, поєднавши людей за допомогою знеціненої Високої Культури, і відтак, ставши інструментом політичного панування" [23]

Свідчить про те, що масова культура, це більше елемент впливу ніж спосіб рекреаційного відпочинку, або само-трансляції. Також варто зазначити, що масова культура по сутності своїй не органічна, вона є не лише "продуктом на продаж", а також й інструментом впливу. Що взагалі-то взаємодоповнює один іншого в сучасних соціокультурних реаліях.

Що до культуралізму, як форми вивчення масової культури. Сам термін був вигаданий одним з колишніх директорів центру сучасного культурологічного аналізу Ричардом Джонсоном на позначення праць Томпсона, Гогарта й Уільямса. [18] Останні два, до речі почали створювати її у відповідь на судження левісизму, і піддали сумніву значущу частину їх припущень, хоча і користувались їх простором, адже на той час він був найпотужнішим в Британії по вивченню масової культури. Гогарт і Уільямс на основі цього простору левісистів сконструювали свою суперечливу позицію. Їх суперечлива позиція полягала в наступному, — "озирання на традицію "культура та цивілізація" і водночас рух уперед, до культуралізму та його похідних" [18]

Також дослідник Гогарт зазначав, що інтенсивність реклами пісні

непрямий показник її успіху. Популярною вона буде лише в тому випадку, коли буде відповідати емоційним вимогам безпосередньо широкої аудиторії. Тут можна простежити логіку вибору аудиторією відповідних музичних творів, а також дійти висновку, що масова культура орієнтується саме на цю емоцію, яку отримує споживач товару (не обов'язково музичного твору), а не на сам товар, який вона виробляє.

А от що до Уільямса, то його "Вплив... на культурологічний аналіз був величезним" - зазначає Д.Сторі. [18] В своєму "Аналіз культури" автор окреслює "три загальні категорії у визначенні поняття "культура" [25] Перш за все існує "ідеал", який означає культуру, як процес покращення людського, та оцінки його в системі різних цінностей. Уільямс іменує культуру "апеляційним судом найвищого рівня, що контролює процеси ухвалення практичних соціальних рішень і при цьому пропонує себе як альтернативу, котра пом'якшує суперечності та об'єднує" [25] Другий - це історичні документи, які проливають світ на культуру, якою вона була, за допомогою різних текстів або практик. Іншими словами це прочитання, оглядання та поцінування різних історичних документів - історичний аналіз. Ну і третє, це - є "соціальне" визначення культури, у якій вона виступає, як опис конкретного способу життя" . [25]

Дуже важливим для формування культуралізму є "соціальне" формулювання культури, що впроваджує нові засоби сприйняття культури. "Антропологічна" перспектива - опис певного стилю/способу життя. Сприймання культури, як явища виражаючи певні значення та цінності. Ну і остання мета культурного аналізу, мала б полягати в "проясненні значень і цінностей, неявно чи навіть присутніх у конкретному способі життя, конкретній культурі" [25]

Разом вони визначають основну позицію та фундаментальні практики культуралізму. Важливо звернути увагу на тезу Томпсона "Формування робітничого класу являє собою тривалий процес — він не з'явився на нашому політичному небосхилі у призначений час, мов сонце, а сформувався

поступово, власними зусиллями ". [18] Що нашоухує на цікаві міркування, стосовно того, що масова культура, яка була безпосередньо інструментом насадження впливу, виникла як необхідність контролювати та обмежувати потенційну владу/силу робітничої більшості. Тобто масова культура - це наслідок формування під назвою "робітничий клас".

Томпсон зазначав : "Я прагну врятувати бідного ткача, орендаря-луддита, прядильника з його примітивним верстатом, "ремісника-утопіста" й навіть обманутого послідовника Джоанн Сауткот від величезної поблажливості нащадків. Можливо, їхні ремесла і традиції повмирили, а їхня ворожість до нового індустріалізму була насадницькою. Я можу також визнати, що їхні суспільні ідеали являли собою лише фантазію, а їхні повстанські змови були авантюрними — але вони, на відміну від нас, жили за часів гострих суспільних заворушень, їхні прагнення з огляду на їхній життєвий досвід були цілком обґрунтованими, і якщо вони й стали жертвами історії, це аж ніяк не привід не шанувати їхню пам'ять". [18] Тут можна простежити, що "досвід" набутий робітничим класом, як підставу для розуміння того, як формувалось капіталістичне індустріальне суспільство і відповідно можна прослідкувати його новаторський підхід до розуміння історичних процесів. Що в подальшому пояснюється вживаною Томпсоном фразою К. Маркса : "Люди самі роблять свою історію, але вони роблять її не так, як їм спаде на думку, при обставинах, що їх не самі вони обирають, а що безпосередньо вже є дані їм і перейшли від минулого". [18] Тобто незважаючи на те, що люди є самі творцями своєї історії, вони часто стають залежними обставин, та ці дії зумовлені безпосередньо продиктованим їм умовами того соціокультурного простору в якому вони знаходяться.

Робота культуралістів полягає в аналізі культурних текстів та різного роду практик, задля того, щоб відновити досвід, цінності, тощо - "структуру відчуття" певних груп, класів або навіть цілих суспільств.

Наступним напрямком розуміння масової культури є структуралізм. На думку Террі Іглтона, структуралізм - "байдужий до культурної цінності

свого предмета: на думку прихильників цієї позиції, годиться все, від «Війни та миру» до найбанальнішої естрадної пісеньки. Ця метода є аналітичною, а не оцінною". [26] Тобто тут ми бачимо принципово новий інструмент розуміння реальності, в тому числі і масової культури, де дослідник відходить від моделі "класичного спостерігача" і більше зосереджує свої сили на аналітиці.

"Структуралізм — це підхід до текстів і практик, узятий із праць швейцарського лінгвіста Фердінанда де Соссюра." - зазначає Д.Сторі. [18] Значення також є підсумком з'єднування та добору. Відповідно комбінуючи різні слова (змісти) ми маємо на виході інший зміст. Тобто при зміні певних різних частин змістової конструкції (речення) сам зміст може буди змінений. Мова надає нам величезну кількість понять, наділяючи те, що ми бачимо і відчуваємо, якоюсь упорядкованістю. Це означає, що вона відіграє величезну роль, у створенні чіткої форми тому, із чого і складається реальність.

Структуралісти стверджують, визначальним елементом сприйняття дійсності є - мова, вона визначає і структурує наше сприйняття реальності. Із чого можна дійти висновку, що мова - це призма/образ дійсності і відповідно вона надягає на носія різні "окуляри світобачення чи світосприйняття".

Також варто відзначити поділ Соссюра мови, на саму мову і відповідно мовлення. Влучно зазначив цей момент Ролан Варт, він сказав : "це за своїм єством колективна угода, до якої мусить приєднатися людина, що бажає спілкуватися". [18] Тобто люда має укласти умовну, змістову угоду, (адже це може бути і азбука морзе і англійська мова, або навіть корабельні сигнали). Тут мається на увазі,що для розуміння певного соціокультурного простору із яким людина хоче "укласти умову", вона має володіти певними інтелектуальними навичками. Тобто повинна виконати певні умови (наприклад знання мови) і слідувати відповідним правилам/змістам того суспільства, щоб мати змогу взаємодіяти із бажаною структурою.

Хотілось би навести потужний вислів Де Соссюра, який підкреслить зазначене вище: "Мова— це система знаків, які відображають поняття, а

отже, її можна порівняти з письмом, з абеткою для глухонімих, з символічними обрядами, з формами ввічливості, з військовими сигналами тощо... Отож можна уявити собі науку, що вивчає життя знаків у житті суспільства... Назвімо її семіологією" [18]

Перейдемо до постструктуралізму. Який на відміну від структуралізму відкидає існування структури, за якою можна знайти гарантовано кінцеве значення, а навпаки наголошує, що значення завжди розвивається. Адже тлумачення змінюють зміст і відповідно значення. Постструктуралісти вважають що - "Означальні не породжують означені, вони лише породжують нові означальні... Значення як результат є дуже нестійким. " [18] Різні фрази матимуть на собі відтінок різних контекстів.

Варто зазначити думку Руссо, він вважає, що - " мовлення є природним способом виражати думки, а письмо він називає "небезпечним доповненням". [18] Це дуже цікаве твердження, як на мене звертає нас і до емоційного забарвлення, яке також є важливим чинником, який ніби наповнює і потенційно видозмінює змісти. Але також варто зазначити, що письмо також має свої дуже важливі функції, наприклад збереження значень та змістів - "коли мовлення вже не гарантує наявності якогось значення, письмо стає необхідним засобом його збереження" [18] Дерріда тут критикує Руссо та натомість наводить приклади бінарного протистояння, коли деякі змісти існують лише у протиставленні іншим. Як образ "природно" поганого хлопця, який курить, порушує закон, користується популярністю серед жінок і образ "природний" хлопця який хоче завершити вищу освіту, займається спортом, є законослухняним. Тобто можна дійти висновку, що один бік буде завжди "привілейованішим" від іншого, тобто по суті, він вважає, що - це постійне "перетягування канату". "І зазначав, що необхідно "не лише нейтралізувати бінарні протиставлення... Один з елементів керує іншим, утримує привілейовану позицію. Щоб усунути протиставлення, мусимо знищити ієрархію" [18] На нашу думку, тут також є важливим вміння передати змісти і з їх емоційною складовою, що в подальшому робить

"співпрацю" та взаємодоповнення крізь призму взаєморозвитку, необхідною/невід'ємною частиною є і письма і мовлення. Тобто тут можна розглядати одне (письмо), як доповнення до іншого (мовлення), і відповідно якщо розуміти, що зараз це двосторонній процес, цілком логічно дійти висновку, про їх двостороннє наповнення. Адже на відміну від навіть попереднього століття, письмо має дуже великий спектр руху і розвитку (і його форм та змістів, в том числі і його впливу на мовлення), порівняно з попередніми роками. Розвиток технологій сприяє нашому листуванню в соціальних мережах, забарвленням і збільшенням кількості знаків(смайлики, емодзі, тощо). Тому варто розуміти силу взаємин цих двох понять.

Також варто відзначити і Фуко, і Седа. Вони цікавилися "застосуванням мови та тим, як це застосування пов'язане з іншими суспільними й культурними практиками". Вони використовують мову і культурну практику, як структури між якими відбувається діалог, а також "потенційний конфлікт" з другими текстами та практиками які відображають ту чи іншу культуру. Також варто відзначити, що на думку автора: "істинність" дискурсу залежить швидше від того, хто і за яких обставин його висловлює, ніж від того, що безпосередньо сказано" [18]

Наступним кроком нашої роботи є розгляд ідей марксизму. Ця революційна теорія, яка спробувала змінити весь світ, та дуже сильно вплинула на велику кількість світових процесів. Також Сторі міркує із позиції марксизму, стосовно інших методів та підходів, та робить справедливе припущення, що : "марксизм стверджує, що всі вони зрештою є політичними". [18]

Марксисты при вивченні культури припускають, що відповідні тексти та практики, пасувало б розуміти в контексті історичних умов їх створення, а також на різні умови їх споживання і сприйняття. Марс відзначає рушійну силу, у суспільному і історичному розвитку, зв'язку "бази" та "надбудови". Відповідно, який спосіб виробництва задіює суспільство, такою і буде призма політичної, культурної, та соціальної складової суспільства, та навіть вектор

його розвитку в майбутньому.

Саме на взаємовідносинах "бази" і надбудови базується уявлення марксистів про культуру. Для більшого розуміння, думаю варто трохи розкласти про "базу та надбудову". З чого ж складається "база"? По-перше із "продуктивних сил", які включають в себе сировину, знаряддя праці, рівень технологічного розвитку, навички працівників, тощо. По-друге із "виробничих відносин" - "це класові відносини між тими, хто бере участь у виробництві". [18]

Отже, кожен спосіб виробництва, окрім своєї унікальності, породжує різні виробничі відносини - "рабовласницький спосіб виробництва породжує взаємини "власник-раб", феодалський — відносини "сеньйор - селяни", капіталістичний — "буржуазія - пролетаріат". [18] І відповідно тут ми можемо прослідкувати різні/нові засоби і форми взаємодії в залежності від засобу виробництва.

А стосовно надбудови - то вона з'являється із певним відповідним засобом виробництва, і визначається ним же. Надбудова, в свою чергу, складається з різних інститутів: політичного, культурного, освітнього, тощо, а також з "конкретних форм суспільної свідомості" (політичних, релігійних, етичних, філософських, естетичних, культурних і т. ін.), які були породжені цими інститутами. [18] Тобто з однієї сторони "надбудова виражає та узаконює базу. З іншої, кажуть, що база "визначає" чи "детермінує" зміст і форму надбудови." [18] Тобто, можна дійти цілком логічного висновку, що з марксистської точки зору база, а саме економічна складова, є вирішальною у формування масової культури, хоча надбудова і відображає базу, все ж не є вирішальною. Тобто по прикладу того, що відбувається в надбудові, а також як вона видозмінюється, можна прослідкувати і динаміку змін бази, та її сутність.

В доповнення, до вищесказаного, хотілось би додати тезу Енгельса: "Ми творимо свою власну історію, проте понад усе робимо це за дуже чітких припущень та умов. Вирішальними серед них, зрештою, видаються

економічні умови, але політичні та інші — ба навіть традиції, що керують людським розумом — також відіграють свою роль, хоча вона є не такою поважною, як роль економічних чинників". [18] Де автор вкотре наголошує про необхідність правильного розуміння, що хоча база і створює та визначає форму надбудови та її структуру, але все ж процеси які відбуваються всередині надбудови, визначені спів-дії, інститутів і людей, які діють всередині цієї структури. Та хоча різні культурні тексти або суспільні практики не можуть виступати як "первинна сила" історії, проте вони потенційно можуть вплинути на стабілізацію того чи іншого суспільства, або його видозмінення.

Також хотіли б звернути вашу увагу на дуже цікаве твердження Маркса і Енгельса: "Думки пануючого класу є в кожному епоху є пануючими думками. Це значить, що той клас, який являє собою пануючу матеріальну силу суспільства, є в той же час і його духовна сила" [18] Тобто пануючий клас, який зосереджує, у своїх руках, засоби матеріального виробництва, продукує і інтелектуальне виробництво, пов'язане з вигідним йому вектором. Якщо розглядати масову культуру з позиції цього припущення марксистів, то можна дійти висновку, що явище масової культури тісно пов'язане зі зміною форм і видів виробництва. Також цілком логічним буде припущення, що в тій чи меншій ступені масова культура, це і є надбудова до базису, в одній із її форм. Адже панівний клас, зосередивши в своїх руках значну частину "базису" вимушений представляти інтереси свої, як спільні, універсальні та подавати як єдино-раціональні.

Марксистичні підходячи до масову культуру припускають, що для кращого розуміння проаналізованого матеріалу (тексту чи практики), її треба співставляти з історичними моментами виробництва, здійснюючи аналіз безпосередньо в межах історичних умов, якими вони були породжені. Масова культура може розглядатись як інструмент контролю над підпорядкованим класом, адже вона є безпосередньо продуктом виробничих відносин, які контролюються панівним класом. А якщо із логіки марксизму - базис

визначає надбудову, то можна зробити цілком логічне припущення, що клас який володіє базисом - володіє потенційними векторами розвитку надбудови, які і спонукають розвиток масової культури. Тобто можна дійти висновку, що насадження масової культури і її форм є прямим/непрямим відображенням вигідних капіталісту шаблонів поведінки, культури споживання, тощо.

Наступний підхід до вивчення масової культури - це підхід франкфуртської школи, який являє собою критичну суміш марксизму і психоаналізу - "критична теорія". Сторі зазначає, що "Звертання інституту до теми масової культури асоціюють, головним чином, зі студіями Теодора Адорно, Вальтера Бенджаміна, Макса Горкгаймера, Лео Левенталя та Герберта Маркузе." [18]

Горкгаймер разом із Адорно запровадили новий термін "індустрія культури" для того, щоб позначити продукцію та процеси масової культури. Вони вважають, що їй притаманні "культурна однорідність" і "передбачуваність". Також представники франкфуртської школи вважають, що масова культура підпирає суспільну владу. Вони стверджують, що "субординація": ситуацію, що за неї "обмануті маси" потрапили в "зачароване коло підтасувань та ретро-активних потреб — коло, в якому єдність системи дедалі зростає" [18]

Адорно припускає "встановити достеменно "ідею", що її несе твір "справжньої" культури, завжди складно й нерідко навіть неможливо, тоді як відкрити "приховану ідею" твору з царини масової культури зовсім не важко." [18] На нашу думку, зміст полягає в тому, що автор створивши твір із унікальною ідеєю, розуміння якої припускає наявність певних інтелектуальних навичок, та призначене для певної аудиторії, створював його крізь власну призму (це і є справжньою ідеєю), а от інтерпретація цього твору здійснюється крізь власну (часто не унікальну, а насаджену масовою культурою) призму заповнену іншими змістами. А через те, що масова культура сьогодні пропонує дуже зручні шаблони, люди "вживають" їх у контексті загально-зрозумілого, тим самим породжуючи цікавість аудиторії,

та приналежність їх до чогось спільного. "Прихована ідея" знаходить своє відображення в суспільних нормах і шаблонах зрозумілого для всіх.

Лео Ловенталь вважає: "стандартність, стереотипи, консерватизм, лицемірство, маніпулювання свідомістю споживача" [18] є характерними рисами формуючи культуру для "індустрії культури". Вона обмежує кругозір споживача/робітника, та пропонує капіталізм, як інструмент досягнення цілей. Масова культура заважає "масам" буди більш далекоглядними і робить їх орієнтованими на сьогоднішньому дні.

Герберт Маркузе стверджує: "Непереборна продукція індустрії розваг та інформації [тобто індустрії культури] несе в собі приписані позиції та звички, певні розумові та емоційні реакції, котрі зв'язують споживачів (на їхню радість чи ні) з виробниками та за допомогою останніх, з масовою культурою в цілому. Ця продукція нав'язує та маніпулює, вона прищеплює свідомість, що її хибність так важко збагнути... вона стає способом життя. Це "гарний" спосіб життя — набагато кращий, ніж попередній.—і, як усякий гарний спосіб життя, він перешкоджає якісним змінам. Отже, виникає модель одновимірної думки та поведінки, у якій ідеї, прагнення та цілі, котрі за своїм змістом виходять за рамці прийнятого світу дискурсу та дії мають бути або відкинуті, або зведені до масштабів цього світу". [18] Індустрія культури, в обличчі капіталізму, надає шляхи для задоволення різних потреб, але заважає формуванню ґрунтовніших бажань - та заковує політичну уяву. Інша річ - висока культура, яка приховано критикує капіталізм, адже уособлює в собі ідеали, котрі він відкидає.

На думку Горкгаймера "Справжня" культура запозичила в релігії особливість людські амбіції до кращого світу, при цьому не обмежені "мотузками" буденності : "вона несе в собі ключі, які мають відімкнути тюрму , що її збудувала індустрія капіталістичної культури, впровадивши масову культуру" [18] Цілком справедливим буде твердження, що капіталізм збудував "тюрму". Але цікаво те,що "тюрма" інтерпретується ним як "свобода". Вона замикає світогляд людини навколо насаджених масовою

культурою шаблонів споживання і видів його різноманіття. Комерція робить високу культуру підданою, та "обертає" як звичайний товар для купівлі-продажу.

Маркузе та інші представники франкфуртської школи, виступають проти "демократизації культури", адже вони вважають, що "асиміляція її масовою культурою є передчасною в історичному сенсі — вона впроваджує культурну рівність, але зберігає панівні позиції масової культури". [18] Тут автор хоче сказати, що масова культура поглинає культуру, крізь призму "рівності", але насправді продовжує диктувати свої правила. Тобто змінює наявний соціальний лад та закриває попит на "цілковиту демократію". Яка може бути свобода вибору, коли тобі дають лише образ того, що ти можеш обрати. Насправді, вибір відбувається лише між вже існуючими "тюрмами", в які нас намагається помістити капіталістичне суспільство.

Представники франкфуртської школи тісно пов'язували працю та дозвілля. Сторі аналізуючи їх роботи дійшов висновку, що "функція індустрії культури, зрештою, полягає в тому, щоб організувати вільний час так само, як індустріалізація організувала робочий." [18] Почуття притуплені працею, далі притуплюються спускаючись ліфтом індустрії культури. Іншими словами праця направляє до масової культури, яка в свою чергу повертає їх назад. і як зазначає автор " Лише "справжня" культура, що діє поза рамками індустрії культури, здатна колись розірвати хибне коло." [18]

"Погляд на масову культуру франкфуртської школи за своїм єством є зверхнім поглядом на культуру інших людей (дискурс "ми та вони")." зазначає Дж. Сторі. Франкфуртисти критикували думки консерваторів, які "оплакували смерть "чистої" культури, цінність якої полягає лише в ній самій". Вони засуджують масову культуру тому, що вона несе загрозу стандартам культури, а також відгороджує робітничий клас від політичного процесу і "зв'язує" його суспільною владою - тримає "в покорі ритмові скамянілої системи — абсолютної влади капіталізму" [18]

Також не обійдемо ми стороною і постмодернізм. Постмодернізм - це

термін вживаний як в академічних дослідження масової культури так і за їх межами, та після своєї появи поширився "епідемічно" швидко, та знаходив застосування у багатьох сферах суспільного життя. Також Дік Хебдідж навів список можливостей використання цього терміну:

"Коли люди можуть як "постмодерністській" описувати дизайн кімнати чи будинку, структуру фільму або платівки, телевізійний рекламний ролик або документальну плівку про мистецтво, "міжтекстові" зв'язки між ними, дизайн сторінки в журналі, присвяченому моді чи театральним рецензіям, антитеологічну тенденцію в епістемології, напад на "метафізику буття", колективне невдоволення та хворобливі шукання післявоєнної генерації, що протистоїть позбавленому ілюзій старшому поколінню, "категорію" рефлексивності, групу теоретичних шляхів, поширення поверхонь, нову фазу товарного фетишизму, потяг до образів, кодів і стилів, процес культурного, політичного чи екзистенціального розщеплення та кризи, "децентралізацію" суб'єкта, "недовірливість до мета-оповідей". Заміну унітарної осі влади на множинні владні/ дискурсивні формації, "нав'язування значення", колапс культурних ієрархій, жах. породжений загрозою ядерного самознищення, занепад вищої освіти, функціонування та наслідки нових мікротехнологій, широкі соціальні та економічні зрушення в напрямку "інформаційної", "споживчої" чи "транснаціональної" періодів відчуття не прив'язаності до конкретного місця та відмову від нього ("критичний регіоналізм"). ба навіть узагальнену заміну просторових координат часовими — коли виникає змога описувати всі ці речі як "постмодернізм", то стає очевидним, що ми маємо лише модну малозмістовну налічку" [24]

Для вивчення масової культури, важливим наслідком "нової сприйнятливості" є усвідомлення безглуздості поділу на культури на "високу" та "низьку". Сторі зазначає, що постмодернізм "був частиною популістського нападу на зарозумілість модернізму" [18] Можна сказати, що постмодернізм, частково виникає як відмова визнання категорійних засад високого модернізму. І сприйняття "високої" та "масової" культури, як окремих

складових із абсолютною різницею, сприймалось як застаріле бачення. Як приклад наслідку - об'єднання поп арту і поп музики.

Жан-Франсуа Ліотар посилається на руйнацію, або широке відсовування всіх з'єднувальних, узагальнювальних структур, прагнучих донести споживачу "універсальні казки" (метаповіді): лібералізму, марксизму, християнства, тощо, які діють завдяки "включення" і "виключення", як сили, що роблять однорідними та надають неоднорідності чіткі рамки, нейтралізуючі інші дискурси, інші думки в бік універсальних принципів а також загальних задач. Мислитель зауважує, що постмодернізм несе поразку всім "універсальним метаповідям" із їх різноманітними істинами, необхідними для повідомлення людям, і замість того вказує - "на дедалі гучніше багатоголосся з окраїн та його обов'язкову культуру, на різноманітність і перевагу неоднорідності над однорідністю." [24] Тобто постмодернізм, на нашу думку, також став потужним бустом, для розвитку масової культури, посприявши її змішуванню із високою культурою. Він зосередив свою увагу на "статусі і функції наукового дискурсу і знання". Де він розглядає науку крізь призму ролі яку їй надала епоха Просвітництва. Завданням її є накопичення наукових знань, та сприяти поступовому звільненню "людства із рабства". Відповідно в даній ситуації, вона (тобто наука) бере на себе роль метаповіді, організовує та сприяє мобілізації і додаткові/альтернативні ідеї на шляху загальнолюдського визволення. Але він зазначає істотне послаблення науки як метаповіді у післявоєнні часи (Другої світової війни) - "Про науку вже не можна сказати, що вона повільно, але впевнено рухає людство вперед, до абсолютного знання й абсолютної свободи. Вона заблукала — її мета тепер уже не істина, а продуктивність" так само, "вища освіта наділяє людей уміннями, а не ідеалами". [18] Цікаво, адже знання тут не є метою, а є лише подальшим засобом досягнення іншої мети.

Для масової культури, найважливішим аспектом постмодернізму є стирання меж між високою та масовою культурою. Звісно тексти та практики можуть бути кращі одне від одного, але при цьому, пасувало б чітко

визначити, для чого або для кого він краще. Мова йде про складність пошуку орієнтирів, які допомагали б розрізнити красиве від поганого. Для когось це кінець високих стандартів, а з іншої сторони, коли так просто не можна поспиритися на форми цінності, та дехто бажає все ж відокремити красиве від поганого, юзабільне від застарілого потрібні зв'язні стандарти. Джон Фекіт зазначає: "На відміну від модернізму, постмодернізм може принаймні бути готовим — або принаймні бути готовим до переходу до готовності — спокійно обходитися без Стандартів з великої літери, таких, як Добро, Велич чи Бог, і, при цьому, вільно послуговуватися всією тією спадщиною, котру він дістав від попередників. Нам треба вірити та розповсюджувати віру в те, що плюралізм цінності може бути корисною справою. Бачити все довкола в одному кольорі — це майже напевно загубитися в ночі. Проте перспектива навчитися вільно користуватися з обмежених гарантій та відповідальності їх надавати, обходитися без фальшивої надійності успадкованих гарантій обіцяє нам повніше життя, яскравішу, жвавішу та, сподіваємося, толерантнішу культуру, котра насолоджується строкатістю зв'язків між значенням та цінністю" [18]

Постмодернізм змінив теоретичні та культурні підґрунтя дослідження масової культури, поставивши багато запитань, зокрема щодо ролі людини, вивчаючи масову культуру, — який наш зв'язок з об'єктом досліджу? Хто є авторитетом, і для кого (той з ким маємо справу)? Із цього приводу Фріт і Горн кажуть: "Зрештою, дискусія довкола постмодернізму зводиться до джерела значення: не лише до його зв'язку з задоволенням (а відтак, і з джерелом цього задоволення), а й до відносин із владою та силою. Хто наразі визначає значущість будь-чого? Хто має право тлумачити? Дія песимістів-раціоналістів на кшталт Джеймсона відповідь є однозначною: транснаціональний капітал. Музичні записи, мода на одяг, фільми, телепередачі тощо начебто є лише наслідками рішень щодо ринків і ринкових стратегій. Для песимістів-ірраціоналістів на погляд Бодріяра відповідь є такою: взагалі ніхто — знаки, що оточують нас є цілком стихійними. Оптимісти ж — як-от Лен

Чемберс та Л. Гросберг — відповідають на це питання так: "Самі споживачі, стилісти та члени субкультур: вони беруть запропоновані їм товари й витворюють із них щось своє" [18] Тобто за наявності бажання будь-який споживач твору може стати творцем.

Отже на основі описаних вище підходів, на наш погляд ідеї Чиказької школи будуть найбільш актуальними для даного дослідження. А обраний підхід до дослідження - структуралізм. Тобто для розуміння певного соціокультурного простору із яким людина хоче "укласти умову", вона має володіти певними інтелектуальними навичками. Тобто повинна виконати певні умови (наприклад знання мови) і слідувати відповідним правилам/змістам/ того суспільства, щоб мати змогу взаємодіяти із бажаною структурою.

Висновки до розділу 1

У першому розділі були проаналізовані теоретико-методологічні основи поняття масової культури. А саме поняття масової культури в різних соціогуманітарних науках, а також теорії та підходи до дослідження масової культури. Таке поняття як масова культура, є неоднозначним, в соціогуманітарному дискурсі існують міркування, як про її протиставлення високій культурі (культуралісти), так і думки, що вони є частиною одне одного (постмодерністи). Дійсно, масову культуру пасувало би вивчати в контексті певного історичного періоду, як це роблять марксистки, адже це розкривало би більше змістів, в контексті відповідного часово-культурного простору. Але все ж на мою думку, для різних аспектів масової культури варто підходити з різних точок зору - це по перше, а по друге - крізь призму сьогодення.

Отже, в подальшому основою в нашій роботі залишатиметься визначення масової культури українського соціолога Л.І. Верховода: "Масова культура – це культура більшості. Вона, як правило, має меншу художню цінність, ніж висока культура. Її відмінні риси – доступність широким верствам населення, тиражованість за допомогою різних засобів масової інформації, які зіграли вирішальну роль у поширенні масової культури. Використовується для позначення специфічного різновиду духовного виробництва, орієнтованого на «середнього» споживача та можливість широкого тиражування оригінального продукту." [6] Яке було обрано через найбільш широке пояснення особливостей даного феномену.

Основними особливостями масової культури, на яких ми зупинимося є: загальнодоступність (основна причина успіху масової культури), цікавість (основна причина її попиту), серійність (тиражованість), пасивність сприйняття (що робить її дійсно простою і доступною кожному) і комерційний характер, а саме монетизація.

Отже, на основі описаних вище підходів, на наш погляд ідеї Чиказької школи будуть найбільш актуальними для даного дослідження. А обраний

підхід до дослідження - структуралізм. Тобто для розуміння певного соціокультурного простору із яким людина хоче "укласти умову", вона має володіти певними інтелектуальними навичками. Тобто повинна виконати певні умови (наприклад знання мови) і слідувати відповідним правилам/змістам/ того суспільства, щоб мати змогу взаємодіяти із бажаною структурою.

Сьогодні світ видозмінюється набагато швидше, або людству просто так хочеться вважати завжди, хай там як, дуже важливим фактором при вивченні масової культури є контекст тих факторів (соціальних відносин, культурних особливостей, потреб, тощо) котрі відображені в сьогоднішніх викликах середовища. В залежності від царини вивчення, масова культура може виступати як інструмент, а може як об'єкт, може позитивно, а може негативно впливати на те чи інше суспільство, крізь призму його особливостей. Всі так чи інакше критикували маскультуру, в тій чи іншій формі, просто хтось вбачав в ній потенціал і перспективи розвитку і взаємодії, а хтось через її домінантність "оплакував смерть" високої культури.

Розділ 2

Теоретико-методологічні основи поняття впливу, соціальної значимості і музичної індустрії.

Розділ 2.1 Поняття впливу, соціальної значимості і музичної індустрії в соціогуманітарних науках.

У цьому підрозділі ми розглянемо та проаналізуємо підходи різних авторів, а також наведемо різні погляди на поняття впливу, соціальної значимості і музичної індустрії в соціогуманітарному дискурсі. Кожне з цих понять заслуговує на окрему увагу і детальне вивчення. Але також варто зазначити, що об'єднавши їх ми зможемо пролити більше світла на кожную частину цієї трійці, адже вони по повному обсязі взаємодоповнюючі і будуть вживатись в дослідженні в суміжному контексті.

Почнемо по порядку. Поняття впливу. Людина це частина навколишнього світу, тому цілком логічно, що вона чинить вплив на своє оточення. Але оскільки в людстві з часом розширюється спектр вивчення різних сторін і аспектів тих чи інших сфер, то відповідно і вплив набирає найрізноманітніші форми. Його зміну, форми і динаміку можна простежити в політиці, релігії, економіці, соціальному житті, буденних практиках. Також його можна прослідкувати на різних рівнях взаємовідносин, виробництва і на різних рівнях соціальних груп. Різні форми впливу можна спостерігати на макро-, мезо- і мікрорівні всіх раніше зазначених сфер, складових і аспектів, які є явним або скритим "водоворотом" сьогодення, для людини, як частини суспільства.

Автор Гурієвська В. М. подає такі українські тлумачення слова "вплинути - означає подіяти, тобто спрямувати дію на об'єкт з метою зміни чи утримання його стану (якості, характеристики) у напрямі, бажаному для суб'єкта цієї дії. Замість слова "подіяти" можуть використовуватись слова "застосувати", "уживати" (наприклад ужити грубу силу, застосувати грубу

силу) крім того, слово "вплив" відповідає російському слову "влияние". [7]

Тобто ми бачимо спрямування впливу для вчинення чогось, тобто на об'єкт впливу надходить безпосередньо прямий, усвідомлений вплив.

Зімбардо і Ляйппе вивчають іншу форму впливу - соціальний - "як таку поведінку, що має своєю метою зміну того, як інша людина поводить себе, або що вона думає стосовно якогось стимулу." [7]

Доволі цікавий перелік мовленнєвих видів впливів Ф.Еемерена та Р. Гроотендорста наводять українська науковиця "асертиви - стверджувальні впливи; директиви - впливи з метою примусу (прохання, запитання, наказ, рекомендація, тощо); комісиви - впливи-зобов'язання (обіцянка, схвалення, згода тощо); експресиви - впливи як виявлення своїх почуттів (поздоровлення, співчуття, радість, розчарування, гнів тощо); декларативи - впливи-констатації стану справ та подій і сприяння розумінню інших впливів (дефініції, доповнення, пояснення, тлумачення тощо)" [7]

Також авторка наводять приклад тлумачення "впливу" із Великого тлумачного словника - "дія яку, певна особа чи предмет або явище виявляє стосовно іншої особи чи предмета" та як "сила влади,авторитету" і "державне, або інше ділове й політичне керівництво" [7].

Також варто взяти до уваги роботу О. Кузьміна і Н.Колінко - де вони подають вибірку авторів та їх характеристику методів впливу.

Б. Паригін виділяв такі способи соціально-психологічного впливу:

-зараження ;

-завівання ;

-переконання ;

Автор А.А. Ольшанський виділив такі види впливу:

-інформування;

-переконання;

-стимулювання;

В.Куліков виділив три види психологічного впливу та взаємовпливу:

-переконання;

-навіювання;

-конформізм;

Г.Андрєєва виділила 4 впливи індивіда один на одного :

-зараження;

-навіювання;

-переконання;

-наслідування;

А. Панасюк виділяє такі види впливу:

-примушування;

-маніпуляція;

-навіювання;

-переконання;

Г.Ковальов виділив інші види впливу:

-чутки;

-рекет;

-захоплення людей;

-публічні терористичні акти;

-аварії ;

-епідемії;

-мітинги;

-демонстрації;

-релігія;

-голодування;

-акти самоспалення;

-засоби масової інформації;

-модифікація поведінки;

-мода, психотропна зброя;

Зімбардо і Ляйппе досліджували психологію соціального впливу, розглядаючи його крізь призму ситуаційних форм, які не ведуть до глибоко-особистісних результатів для адресата:

- переконання;
- поступливість;
- конформність;
- підпорядкування авторитету;
- диссонанс;
- самоатрибуція;
- соціальне навчання;
- обумовлення;
- заборони;
- невербальна комунікація;
- підпорогове навіювання;

Їх науковці в дослідженні, внесли до способів, технік та ефектів впливу. П. Мельник виділяє:

- навіювання;
- переконання;
- прохання;
- погроза;
- підкуп;
- наказ.

А.Пилипенко вивчаючи керівництво і підприємство дає такі види:

- господарсько-економічний вплив;
- організаційно-розпорядничий;
- соціально-психологічний вплив. [16]

Дуже цікавим тут є наявність майже у всіх наведених вище характеристик рис - переконання, а також - навіювання. Це наштовхнуло нас на цікаве міркування стосовно того, що по суті більшість вищезазначених науковців відзначали його "переконливо-навіювальний" характер. А масове навіювання переконань часто простежується в формах впливу представників музичної індустрії, про яку в подальшому буде йти мова в дослідженні. Можна спостерігати, як деякі з запропонованих характеристик

переплітаються між собою, отримуючи нові змісти та визначення. Що дає нам змогу детальніше дослідити який вплив масова культура спричиняла/чинить/буде чинити у відповідному соціокультурному просторі, у відповідному часовому інтервалі історії.

В цій роботі, вплив буде розумітися у контексті насадження культури, видозміни відповідного соціокультурного простору тощо, але може проявлятися в різних формах, мати різні методи, стратегії, характери, інформативність, спрямованість, ступенем стимуляції і мотивом. Це основне розуміння даного поняття в цьому дослідженні. Нас також найбільше цікавить соціальний вплив, який музична індустрія може здійснювати на індивіда або групу людей.

Перейдемо до соціальної значимості, в якомусь сенсі вона також уособлює в собі вплив, але в більш вузкому соціальному векторі. В цій роботі соціальна значимість буде розумітися в контексті впливу, важливості для соціуму (економічній, етичній, політичній, соціальній тощо) та її ролі в тому суспільстві і в тому часовому просторі, про який буде йти мова. Адже при вивченні поняття соціальної значимості, перш за все необхідно окреслити історичні рамки, а також групу, на яку буде скерована наша увага. Адже в різні часи - різні процеси, документи, практики і різні події змінювали людство. Поступово крок за кроком, суспільство ставало потужніше і потужніше, пропорційно самоаналізу і самостереженню, вже також призвело нас в подальшому до необхідності розуміння і саморефлексії самих себе як єдиної системи. Причини тому були також різні: поділ на чужих і своїх, потреба у більшому рівні достатку, жага до пошуку шляхів розвитку/нового тощо. Але як наслідок, людство в цілому/окремі групи починають замислюватись, над пошуком більш ефективних, зручних, надійних засобів і починають думати не на рівні - "я", як окрема одиниця, а на рівні - "ми", як приналежність до чогось спільного/більшого. Виникають правила, закони, а з ними і потреба самовивчення суспільства, як цілісної, живої системи, із своїми потребами і векторами розвитку. І кожна нова

ступінь розвитку, все більше стимулює його жагу до знань, самопізнання та часткової гуманізації суспільства.

Насадження дійсно високих цінностей, високої культури, передового способу мислення. Та все ж людина видозмінює будь-які ідеї і з часом їх метаморфози набирають найрізноманітніші форми. Але маємо що маємо, а навіть на сьогодні (ми не кажемо про середньовіччя, для цього треба окремий розділ) це дуже неоднозначний гравець на всіх рівнях суспільного розвитку (макро-, мезо-, мікрорівнях), у своїх формах, намірах, значимостях на різні групи, класи, верстви. Як на нам здається, в тому чи іншому розумінні - це така ж індустрія. Але чому такі індустрії існують? Відповідь проста - попит/необхідність. Відтепер, додамо це розуміння в контекст сенсу "соціальної значимості" - як необхідність для соціуму, попит серед населення.

В тій чи іншій формі соціальне значення вивчалось в різних науках, для різних потреб, зокрема в менеджменті, задля збільшення продуктивності на виробництві. В психології, при виникненні потреби досягнути психологію мас (по суті соціальну психологію) ми знову натикаємося на цей "живий" характер соціуму, як явища створеного людиною, ним не контрольованого в повному обсязі, але дуже важливого для людини, бо є сферою її існування. - "Головне явище масової психології - несвобода в масі окремої людини" - Зауважував Фройд. [15]

Тож соціальна значимість дуже цікавий аспект в різних контекстах, але окремо, вивчається рідко. Виходячи зі сказаного вище, далі в дослідженні буде йти мова в зазначеному контексті, про соціальну значимість саме музичної індустрії і відповідно її похідних.

Що до поняття музичної індустрії то його слід розглядати у порівнянні із андеграундною музикою, для більш чіткого розуміння її особливостей. Влучне визначення андеграундної музики надає І. Г. Піленко - "Андеграундна музика (андеграунд від англ. underground – підпілля), – сучасний термін на визначення альтернативної культури, яка суперечить усталеним філософським, етичним, естетичним кодам соціуму й скеровується на

самовираження. Це поняття уособлює певну контркультуру, що виникла як реакція на повне її ігнорування з боку офіційних фірм звукозапису, преси тощо. Також термін «андеграундний» передбачає, що мистецький продукт виробляється незалежно, та не орієнтується на культурно-мистецькі уподобання мас." [14] В подальшому дослідженні розуміння цього аспекту(і його трактування), для більшого розуміння особливостей музичної індустрії і можливого її зіставлення або взаємодії із "андеграундом", що подалі може знайти своє відображення у відповідях респондентів в інтерв'ю. Адже багато із андеграундної музикальної виконавчої частини інтегрувалося в безпосередньо індустрію музики, тому цілком логічно було би зазначити цей "резерв" талантів і "свіжої крові", яка так добре продається.

Музична індустрія - це багатофункціональна, впливова, багатоповерхова структура, яка діє в суспільстві і заслуговує окремої уваги. І мова не лише про виконавців, продюсерів, навпаки варто зазначити її величезний вплив на всі сфери людського буття. Вона є частиною економіки, адже виробляє бренди щодня, які до речі не тільки гарно продаються, але також і впливають на міжнародний фон та статус держави. Варто також зазначити культурну складову музики, адже вона є невід'ємною складовою розподілу та зближення, самоідентифікації та розваг, освіченості та невігластва. Саме на цей аспект буде робитись більший акцент в дослідженні. Адже вплив музики на культуру є очевидним, як і є очевидним те, що музика відображає культуру того чи іншого соціокультурного простору і звідки вона лунає.

Шлепакова Т. Л. у одній із свої публікацій наводить у своєму висновку дуже фантасичне визначення музичної індустрії у всьому тому широкому розумінні, крізь призму якого буде розглядатись музична індустрія у даному дослідженні: "музична індустрія – це не лише артисти та їхні менеджери. Мова й про звукорежисерів та саунд продюсерів, організаторів концертів та прокатні компанії, телеканали та радіо, піарників та рекламників. А ще – об'єкти інфраструктури, заклади освіти, квиткових операторів та виробників

музичного обладнання і софту. Це індустрія, яка створює навколо себе сотні тисяч робочих місць – від топ-менеджерів до охоронців та прибиральниць. Водночас йдеться не лише про економічну складову та частку в загальному ВВП країни, а про її культурну цінність. Музика не лише транслює національну ідентичність крізь покоління та є найточнішим віддзеркаленням сьогодення, але й часто робить для популяризації країни більше, ніж дипломатія. Історія перемоги українського артиста за кордоном – це історія перемоги України". [22] Тому це явище має бути вивчене як багатогранне.

Отже основним розумінням поняття “вплив” буде його визначення авторки Гурієвської В.М. , яка подає такі українські тлумачення слова "вплинути - означає подіяти, тобто спрямувати дію на об'єкт з метою зміни чи утримання його стану (якості, характеристики) у напрямі, бажаному для суб'єкта цієї дії.”

В цій роботі соціальна значимість будет розумітись в контексті впливу, важливості для соціуму (економічній, етичній, політичній, соціальній тощо) та її ролі в тому суспільстві і в тому часовому просторі, про який буде йти мова. Адже при вивченні поняття соціальної значимості, перш за все необхідно окреслити історичні рамки, а також групу, на яку буде скеровано нашу увагу.

Наведені вище два вектори бачення/розуміння музичної індустрії, допоможуть нам дослідити та зрозуміти місце індустрії в суспільстві. Адже вплив і соціальна значимість, це найбільш відчутні аспекти музики, як культурної так і економічної хвилі розвитку людства.

Розділ 2.2 Теорії та підходи до дослідження соціальної значимості і впливу музичної індустрії.

Музику як правило не потрібно перекладати, ми її відчуваємо. Відчуваємо такти і ритми, розуміємо настрій, не важливо якого походження виконавець, ми розуміємо його емоцію незалежно від мови. Як звуковому мистецтву музиці притаманна абстрактна форма передачі понятійного змісту, що й породжує всезагальність музичних образів. Музика, яка лунає в суспільстві кожного дня, або яка прокручується у плейлисті кожного - може не впливати на його призму світосприйняття. Самоідентифікація, мотивація, приналежність до певної спільноти, рівень освіченості - все це, і таке інше, так чи інакше може бути призмою розгляду музичної індустрії. Без сумнівів вона не обходить навмисне або неусвідомлене формування світогляду тих чи інших соціальних груп, того чи іншого суспільства в конкретну епоху.

У ХХ столітті теоретики Франкфуртської школи в Німеччині, - зокрема Теодор Адорно, обстоював ідею тотальності мистецького твору та його дещо ізольованої позиції відносно суспільства, в якому воно було створене; відповідно, будь-який витвір художньої культури, незалежно від того, чи це образотворче мистецтво, чи звукове, чи літературний твір, протестує проти організаційного принципу, що пригноблює зовнішню та внутрішню природу." Зазначає Басова А.Г. [2] Нам здається, вони виступали за високу культуру, а також по суті андеграундну культуру, адже "організаційний принцип" притаманний індустрії заважає виражати притаманну андеграунду або високій культурі "внутрішню природу". В сучасному суспільстві все набирає огляду швидше, і коли за окрему "незалежну" одиницю береться ціла структура, вона видозмінює формат. Франкфуртська критична школа підходить ще через їх критику капіталізму, адже як ми знаємо із попередніх розділів, поняття індустрія (тобто "машина заробітку на...") найбільш потужно отримало змогу розповсюдитись безпосередньо при налагодженні капіталістичних відносин. Тому цілком

справедливо розглядати капіталізм, як основний фактор підтримки музичної індустрії, адже розуміння його процесів і сутності дасть нам більше розуміння, безпосередньо внутрішніх і зовнішніх процесів, які відбуваються в музичній індустрії.

Дуже цікаво, що представники франкфуртського напрямку вбачають саме в капіталізмі - "відгуки авторитарних режимів, проти яких боролася більшість країн земної кулі під час Другої світової війни.", а "Головним аргументом став той факт, що на етапі пізнього капіталізму, який перетворив принцип кількості, утилітарності та вартості у всезагальний, склалося «організоване» суспільство, що відтворює інертну масу;" В цьому вони вбачали "тріумф буржуазної раціоналізації, відчуження та пригноблення вільної особистості". [2] Вони неодноразово відзначали його вплив на духовну складову суспільства, на культуру. Це цілком справедливо, адже монетизація змінює і духовне насичення тієї чи іншої практики, і відповідно її змісти, мотивацію до взаємодії з нею, її форми, наповненість та інформативність. Існуючий порядок насаджує вигідні шаблони завдяки різним інструментам (в нашому випадку музичної індустрії) впливу, але ці інструменти можуть бути як синтезом так і дестабілізатором відповідних соціокультурних середовищ на різних масштабах. Франкфуртські науковці зазначають, що "Така тенденція зачіпає всі пласти матеріального та духовного життя індивідів, зокрема й мистецтва: "індустрія культури та інформації створює ілюзію свободи, аби примусити людину інтерналізувати норми, цінності та потреби чинного суспільного порядку". [2]

Музика, як елемент впливу, все ж більше колективний аспект, неначе інструмент. Вона дійсно ефективна як інструмент масової культури, коли вона має максимально велику площину активності і спектр діяльності. Але так само вона може бути інструментом вивчення вподобань, намірів, скритних бажань, дозвілля, або соціалізації і т.д.

Адорно розуміє музику в соціальному "шифрі" лише "коли окремі музичні прийоми вже не є породженням індивідуальної волі, але коли за

маніфестацією індивідуального начала стоїть колективна єдність" [2] Колективна єдність породжує колективні смаки, референтні групи тощо. Саме в цей момент індустрія бере шевство, аналізуючи смаки аудиторії, стимулює тих самих продюсерів задавати вектор розвитку музичної індустрії для збільшення прибутку, як основного важеля капіталістичного суспільства.

Також простежується цікавість науковців до різних процесів у які відображала музика певного періоду, зокрема "процес інтернаціоналізації мистецтва звуку відбувався синхронно з розвінчанням політичного принципу національної держави". [2] В яких трансливались загальнолюдські емоції або цінності, які надавали нібито то рішення, прості за своїм сприйняттям, за для великого охоплення мас. Треба відзначити цікавість конструктивістів і до їх розуміння проблем соціалізації, пов'язаних з музикою - "проблема первинної соціалізації в контексті музичних традицій сім'ї, процес розгортання символічних ритуалів, а також форми організації музичних субкультур у дискурсі повсякденної взаємодії її членів" [2]

Але також пасувало б зазначити і критиків Адорно, зокрема: "Кінг займає позицію «рецептивної перспективи», тобто дотримується думки, що музичні структури виробляються крізь сприйняття музики людьми, в процесі їхньої оцінки та подальших дій". [2] Що далі підкреслює вплив конкретної епохи, або конкретного соціокультурного простору та умов існування, для вивчення питання соціальної значимості, особливо в контексті музичної індустрії. Важливо розуміти, що сприйняття людини вже давно є об'єктом досліджень, саме тому до нього були підібрані влучні інструменти, адже розкривши питання "бажаного сприйняття", ми знаємо яка буде реакція на наш товар, якщо ми виробник музичної індустрії, що в подальшому веде нас до прибутків. А якщо розуміти це - крізь призму капіталізму, то "прибуток" сьогодні основний вектор руху більшості світових структур, а вже тим більше індустрій.

"Етнологи наприклад - досліджують дрібні культури та роль, яку музика відіграє у створенні згуртованості та співпраці, тоді як соціологи

(особливо ті, хто вивчає популярну музику) аналізують великі індустріальні суспільства та роль, яку музика відіграє у визначенні соціальні розбіжності серед класів, субкультур та груп інтересів." [9] Що свідчить про батовекторність музичної індустрії і спектрів її вивчення. Важливим є відмітити, цікавість різних галузей соціогуманітарних та економічно-політичних до вивчення питання музики, її впливу, а також її соціальної значимості. Адже музика стає не тільки елементом високої культури, вона стає знаком, стає символом, стає розвагою, стає товаром і таке інше. Вона насаджує і транслює, це завжди двосторонній процес, просто в різні часові рамки, в різних соціокультурних просторах, по різному виглядав баланс сил того чи іншого поняття.

Варто розуміти індустрію і в ній залучених не лише як музиканти, варто розуміти економічну - "відмінність між "виробниками" та "споживачами". Адже індустрія перш за все має намір - заробляння капіталу, тому це і реклама продукту, і різноманітні його форми, і успіх продукту на всесвітній арені, бази фанатів, тощо. Наприклад ми маємо успішного виконавця, який як правило робить бренд із свого імені, починає продавати свій мерч, навчальні курси тощо. І ми беремо звичайного музиканта, який не заробляє на музиці, але також робить музик(наприклад грає з друзями). Їх відмінність в тому, що перший робить продукт для безпосередньо масового споживання широкою аудиторією, а другий із своїми друзями є споживачами результатів своєї діяльності, адже не монетизують і не поширюють залучаючи різні маркетингові стратегії свій товар. Якщо ти зробив собі вдома морозиво, це ще не означає що ти фабрика. Саме так, я порівняв би музичну індустрію із фабрикою по виробництву різноманітно-музичного контенту, у сукупності із відділом реклами, матеріальними речами (плакати, постери, журнали, статуетки, картки тощо), а також потенційно прибутковими напрямками, навіть такими, як криптовалюта посередництвом виробництва монет власних компаній, об'єднань, лейблів, брендів дуже відомих виконавців тощо.

І якщо розуміти, що це частина всесвітнього ринку, слід розуміти і її положення, адже вона "часто знаходиться під суворим контролем ринкових сил, що призвело до створення "галузей музичної індустрії" [9] В.М. Хлопкова запропонувала свою функціональну теорію. На її основі можливо дослідити - які соціальні функції, а також певні тенденції розвитку масової культури. "Холопова перш за все розглядає таку очевидну соціальну функцію музичного мистецтва як забезпечення людського спілкування (власне комунікативна функція)." [11]

Також І. С. Лященко підмічає, що: "Функція «віддзеркалення дійсності», що вміщує декілька підвидів — віддзеркалення ідей, відображення емоцій та предметного світу — досить актуальна для масової музики." [11] Адже музика дійсно віддзеркалює і транслює те, що відбувається в суспільстві, так ми можемо завдяки етнологічному методу ідентифікувати людей з тих чи інших країн, різних історичних часів, завдяки вивченню відповідного уривка їх історії - музики. Тобто цілком логічно, що масова музична культура відображає як правило "усі найбільш прикметні моральні, етичні, емоційні та речові ознаки свого часу". [11] В музиці транслюється побут, мрії, цілі, спонукання, прагнення, бажання, можливості, образи, взаємовідносини, життєві моделі та ситуації, ностальгія і найголовніше емоції. При капіталістичному суспільстві, коли всі ці аспекти доволі непогано вивчені, а стратегії можуть (як правило) бути націлені на здобуття прибутку індустрія конвертує емоції споживачів в різного роду капітали.

Також цікавий підхід до вивчення індустрії можна роздивитись крізь призму вивчення зірки. Зірки стають ідолами і шаблонами, зразками і антигероями, вони можуть як отримувати фейм, так і хейт розділяючи людей на фанатів і хейтерів, а так само на споживачів їх музичної (а в подальшому потенційно і іншої мерчевої) або байдужих до артиста. Слушно підмітила К. Тутеріна: " З розвитком індустрії виробляється традиція шанування артистів як видатних професіоналів свого діла, що є ґрунтом в створенні іміджу зірки.

Зірка стає персоналізованим відображенням культурних та соціальних смислів. " [19] Такі собі герої та злодії сучасності в обличчі нашої всесвітньої медійки.

Тут до речі, на нашу думку, варто навести думку Дж. Міда, адже в свою чергу Мід не тільки акцентував - "значення людської свідомості як засобу пристосування індивіда до середовища" але ще й намагався довести - " що вона є від початково міжособовою;" підмічав - " що внутрішній світ особистості зароджується в процесі соціальної взаємодії, під час якої дитина оволодіває системою символів (соціально значущих тілесних актів), навчається приймати ролі інших людей, уявляти, як її сприймає партнер по спілкуванню або група ("генералізований інший"), і, як наслідок, набуває навичок інтерпретувати ситуацію та конструювати власні дії." [16]

Що проливає певне світло на взаємозв'язок між формуваннями свідомості людини і взаємодії її із навколишнім середовищем, реагуючи на навколишні стимули та збудники. Адже в нинішніх умовах людина постійно знаходиться під латентним або явним впливом музики чи індустрії в цілому. Давайте швиденько пройдемося по прикладу дня. Ми прокидаємось - більшість під будильник (вони різні - мелодії, пристрої тощо), далі сніданок за телевізором або ноутбуком/мобільним (переглядаючи підбірки, новини тощо), дорога на роботу або в навчальний заклад також супроводжується музикою (радіо в таксі, навушники, з магазинів на шляху до необхідного вам місця тощо), різноманіття професій і форм працевлаштування настільки велике, що і умови в яких знаходиться людина також різні (працівник супермаркету, в яких як правило грає музика, або ж працівник таксі), але так чи інакше в умовах соціуму музика лунає майже всюди. Якщо ви після роботи підете на побачення з дівчиною, наприклад в ресторан, на вечерю, там ви також будете більш комфортно себе відчувати при відповідному музикальному супроводі, які як правило, завжди були нормою будь-якого відповідного закладу. Навіть перед сном нам в дитинстві співають колискову. Та ми не завжди помічаємо на скільки вона є багатшаровою а її вплив

вагомим.

Хотілося б додати про представника критичної теорії Ч. Р. Мілса який - "розглядав мас-медіа як інститут, який слугує панівним елітам. При цьому через вплив мас-медіа люди виявляються не в змозі пов'язати свої проблеми з проблемами суспільства. Формування у людей відчуття жертв підриває демократичні засади суспільства"[8]

ЗМІ це також важлива сторона з якої треба розглянути соціалізацію як культурну чи соціальну, а також проаналізувати музичну індустрію. Вони, зокрема телебачення, дуже сильно впливають не тільки на музичні вподобання, а і на бажання і потреби людей. А от музичні твори та кліпи які там лунають, на мою думку вже більше відображають не тільки світові тренди, але також і національну ідентичність тієї країни де ЗМІ транслюють свою музику і розвивають свій музичний ринок, а також нав'язує свої установки, які були б вигідні панівним групам/верствам.

До речі Дж. Гербнер розробив теорію культивуації, яка слушно виражає раніше зазначене. "Тобто аудиторія з медіа дізнається про зразки поведінки, норми реагування на конкретні явища, в цілому отримує уявлення про суспільство як середовище власного побутування. Кожний з цих представників аудиторії отримує, таким чином, рольовий зразок, відповідно до якого він діє." він розглядав "зміст новинних і розважальних передач як одне ціле, тобто вони мають однаковий ефект впливу на аудиторію. Звичайно, такий вплив зростає зі збільшенням інтенсивності звернень аудиторії до мас-медіа і насамперед телебачення." [8]

Д. МакКеул розглядав процес "проходження інформації від події до отримання інформації аудиторією як метафору того, що медіа перебувають між дійсністю і аудиторією. При цьому можлива різна поведінка комунікатора: від нейтрального висвітлення до спроб маніпулювання. Відповідно до цієї поведінки виділяють такі види мас-медіа (метафори медіації): вікно (події проникають через нього вільно, комунікатор не бере участі); дзеркало подій (правдиве відображення подій, але крізь рамку уваги

комунікатора); фільтр чи гейткіпер (події та ракурс їх висвітлення обирається залежно від досвіду комунікатора, його уявлень про аудиторію); вказівник, гід чи перекладач (пояснює події, пропонує шляхи їх інтерпретації); екран чи бар'єр (фальшива презентація подій задля отримання економічної чи політичної користі)."[8] Тобто ми можемо побачити і відстежити шляхи походження інформації, і кількість "фільтрів яку вона проходить до кінцевого споживача, так само буває і в музичній індустрії. Кінцевий продукт, який подається індустрією завжди буде перероблений і задіяний в контексті перш за все нагромадження капіталу, а вже потім соціальної значимості. Але це не заважає отримувати економічну, політичну, культурну користь (хоча в більшому перші 2).

Отже на основі описаних вище підходів, на наш погляд ідеї Чиказької школи будуть найбільш актуальними для даного дослідження. А обраний підхід до дослідження - структуралізм, в якому визначальним елементом сприйняття дійсності є - мова, вона визначає і структурує наше сприйняття реальності. Із чого можна дійти висновку, що мова - це призма/образ дійсності і відповідно вона надягає на носія різні "окуляри світобачення чи світосприйняття".

Значення також є підсумком з'єднання та добору. Відповідно комбінуючи різні слова (змісти) ми маємо на виході інший зміст. Тобто при зміні певних різних частин змістової конструкції (речення) сам зміст може бути змінений. Мова надає нам величезну кількість понять, наділяючи те, що ми бачимо і відчуваємо, якоюсь впорядкованістю. Це означає, що вона відіграє величезну роль, у створенні чіткої форми тому, із чого і складається реальність. Саме тому для аналізу музичної індустрії крізь призму впливу і соціальної значимості був обраний відповідний підхід. Адже завдяки цьому ми можемо зрозуміти як мовні особливості можуть в подальшому впливати на вподобання, особливості тощо.

Висновки до розділу 2

У даному розділі було розглянуто та проаналізовано підходи різних авторів і наведено різні погляди на поняття впливу, соціальної значимості і музичної індустрії в соціогуманітарному дискурсі. Кожне з цих понять заслуговує на окрему увагу і детальне вивчення. Але також варто зазначити, що об'єднавши їх ми зможемо пролити більше світла на кожну частину цієї трійці, адже вони по повному обсязі взаємодоповнюють і будуть вживатись в дослідженні в суміжному контексті.

Як звуковому мистецтву музиці притаманна абстрактна форма передачі понятійного змісту, що й породжує всезагальність музичних образів. Музика, яка лунає в суспільстві кожного дня, або яка прокручується у плейлисті кожного - може не впливати на його призму світосприйняття. Самоідентифікація, мотивація, приналежність до певної спільноти, рівень освіченості - все це, і таке інше, так чи інакше може бути призмою розгляду музичної індустрії. Без сумнівів вона не обходить навмисне або неусвідомлене формування світогляду тих чи інших соціальних груп, того чи іншого суспільства в конкретну епоху.

Серед великої кількості підходів до вивчення, відповідних понять слід розглядати крізь декілька світоглядів/ призм світосприйняття. Адже для розуміння елемента впливу та соціальної значимості, пасувало б більше уваги приділити багатовекторні можливості вивчення масової культури та музичної індустрії.

Отже основним розумінням поняття "вплив" буде його визначення авторки Гурієвської В.М., яка подає такі українські тлумачення слова "вплинути - означає подіяти, тобто спрямувати дію на об'єкт з метою зміни чи утримання його стану (якості, характеристики) у напрямі, бажаному для суб'єкта цієї дії."

В цій роботі соціальна значимість буде розумітись в контексті впливу, важливості для соціуму (економічній, етичній, політичній, соціальній тощо) та її ролі в тому суспільстві і в тому часовому просторі, про який буде йти

мова. Адже при вивченні поняття соціальної значимості, перш за все необхідно окреслити історичні рамки, а також групу, на яку буде скеровано нашу увагу.

Наведені вище два вектори бачення/розуміння музичної індустрії, допоможуть нам дослідити та зрозуміти місце індустрії в суспільстві. Адже вплив і соціальна значимість, це найбільш відчутні аспекти музики, як культурної так і економічної хвилі розвитку людства.

На наш погляд ідеї Чиказької школи будуть найбільш актуальними для даного дослідження. А обраний підхід до дослідження - структуралізм, в якому визначальним елементом сприйняття дійсності є - мова, вона визначає і структурує наше сприйняття реальності. Із чого можна дійти висновку, що мова - це призма/образ дійсності і відповідно вона надягає на носія різні "окуляри світобачення чи світосприйняття".

Значення також є підсумком з'єднання та добору. Відповідно комбінуючи різні слова (змісти) ми маємо на виході інший зміст. Тобто при зміні певних різних частин змістової конструкції (речення) сам зміст може бути змінений. А музикальна індустрія заробляє на формі і змісті. Мова надає нам величезну кількість понять, наділяючи те, що ми бачимо і відчуваємо, якоюсь впорядкованістю. Це означає, що вона відіграє величезну роль, у створенні чіткої форми тому, із чого і складається реальність. Саме тому для аналізу музичної індустрії крізь призму впливу і соціальної значимості був обраний відповідний підхід. Адже завдяки цьому ми можемо зрозуміти як мовні особливості можуть в подальшому впливати на вподобання, формування світосприйняття, індивідуальні особливості тощо.

Розділ 3 Специфіка впливу та соціальної значимості музичної індустрії на масову культуру в країнах пострадянського простору

3.1 Програма авторського соціологічного дослідження "Впливу та соціальної значимості музичної індустрії на масову культуру в країнах пострадянського простору."

Програма соціологічного дослідження до кваліфікаційної бакалаврської роботи Лаврова К. на тему "Вплив та соціальна значимість музичної індустрії на масову культуру в країнах пострадянського простору"

I. Методологічна частина

I.1. Проблемна ситуація

Проблемна ситуація полягає в тому, що майже кожна людина, більшою або меншою мірою є споживачем продуктів музичної індустрії. Люди вбачають певні успішні моделі та свідомо або підсвідомо намагаються їм відповідати. Тому ми можемо спостерігати нав'язування способу мислення, шаблонів поведінки, та інших факторів впливу, що відображається на дозвіллі, масовій культурі і інших сферах життєдіяльності людей. Сьогодні, продукти музичної індустрії лунають майже всюди, що свідчить про масштаб її соціальної значимості для суспільства. Також хотілося би додати, що багато сучасних виконавців пропагують - нездоровий образ життя, зловживання алкоголем та наркотиками, насилля, вандалізм тощо, що в свою чергу призводить до змін в суспільстві.

Музика на сьогодні є важливим компонентом, який формує ціннісно-орієнтаційну систему, вона стала частиною життя майже кожної людини. Найрізноманітніша як за формою, так і у змістовно-ціннісному сенсі. В музиці зосереджений багатовіковий духовно-моральний і соціально-культурний досвід, який впливає на внутрішній світ соціальних суб'єктів різного ступеня спільності - від індивіду да населення країни в цілому.

Через велику кількість напрямків в музиці на сьогоднішній день, вона виконує як функцію диференціювання так і об'єднує людей, реалізуючи їх комунікативну функцію, та набуває найрізноманітніші соціальні функції.

На сьогоднішній день музика є невід'ємною частиною нашого життя, а музична індустрія в цілому - розвивається шаленими темпами, змінюючи суспільство. Зростає як грошовий капітал і його оберти на всесвітній арені, так і вплив музики на весь соціокультурний простір. Тема є актуальною, оскільки вивчення впливу музичної індустрії в країнах пострадянського простору допоможе досягнути соціальну значимість музичної індустрії, та пролити більше світла на розуміння соціальних процесів які відбуваються всередині масової культури обраних соціокультурних регіонів.

1.2. Тема дослідження

Вплив та соціальна значимість музичної індустрії на масову культуру в країнах пострадянського простору

1.3. Цілі і завдання дослідження

Цілі авторського емпіричного дослідження

1. Виявлення чинників впливу музичної індустрії на масову культуру в країнах пострадянського простору.
2. З'ясувати рівень соціальної значимості музичної індустрії на масову культуру в країнах пострадянського простору.

Завдання до цілі №1

- 1.1. Дослідити особливості впливу музичної індустрії на масову культуру в країнах пострадянського простору.
- 1.2. Виявити рівень факторів впливу музичної індустрії на масову культуру в країнах пострадянського простору

Завдання до цілі №2

- 2.1. З'ясувати соціально важливі особливості музичної індустрії на масову культуру в країнах пострадянського простору
- 2.2. З'ясувати соціальну значимість музичної індустрії на масову культуру в країнах пострадянського простору

I.4. *Об'єкт* дослідження

Об'єкт дослідження : Музична індустрія країн пострадянського простору.

I.5. *Предмет* дослідження

Вплив та соціальна значимість музичної індустрії.

I.6. *Теоретична інтерпретація базових понять*

Вплив - це дія, спрямована подіяти на об'єкт з метою зміни чи утримання його стану (якості характеристики) у напрямі бажаному для суб'єкта цієї дії.

Музична культура - система державних або суспільних інститутів і практик, яка забезпечує обмін і споживання в суспільстві музичних цінностей, благ, продукції і відповідно виконаних композицій.

Соціальна значимість - в цій роботі соціальна значимість буде розумітись в контексті впливу, важливості для соціуму (економічній, етичній, політичній, соціальній тощо) та її ролі в тому суспільстві і в тому часовому просторі, про який буде йти мова.

Музична індустрія - музична індустрія – це не лише артисти та їхні менеджери. Мова й про звукорежисерів та саунд продюсерів, організаторів концертів та прокатні компанії, телеканали та радіо, піарників та рекламників. А ще – об'єкти інфраструктури, заклади освіти, квиткових операторів та виробників музичного обладнання і софту. Це індустрія, яка створює навколо себе сотні тисяч робочих місць – від топ-менеджерів до охоронців та прибиральниць. Водночас йдеться не лише про економічну складову та частку в загальному ВВП країни, а про її культурну цінність.

I.7. *Гіпотези* дослідження

Гіпотези до цілі №1

1.1 Музична індустрія має чіткі фактори впливу на свідомість споживачів її продукту.

1.2 Музична індустрія представляє споживацькі інтереси.

1.3 Музична індустрія окремих соціокультурних реальностей відображає їх спосіб мислення і життєдіяльності.

1.4 Музичні вподобання відображають рівень духовного розвитку індивіда або групи індивідів.

Гіпотези до цілі №2

2.1. Музична індустрія має велику соціальну значимість, що відображається на соціалізації.

2.2. Музична індустрія має низку економічних чинників, що впливають і на її соціальну значимість

2.3. Музична індустрія виступає елементом єднання або протистояння різних індивідів або груп.

2.4. Музична індустрія не визнає в повному обсязі своєї значимості для суспільства, та більшою мірою є просто формою заробітку.

II. Методична частина

2.1. Опис методів й технік отримання інформації

В якості соціологічних методів дослідження в даній роботі використовувалися методи інтерв'ю та якісного дискурс-аналізу.

Такий вибір зумовлений тим, що ці методи дозволять більш ширше дослідити поставлені завдання. За допомогою експертних інтерв'ю я зможу більш глибоко дослідити особливості впливу із середини, за допомогою, безпосередньо представників індустрії, також використовуючи метод дискурс-аналізу вивчити та проаналізувати, вже існуючі матеріали з даної теми, що мало доповнити картину в цілому і пролити більше світла на соціальну значимість індустрії та її вплив.

2.2. Принципи відбору учасників дослідження або текстових та відео матеріалів.

Респондент - особа, яка безпосередньо є представником музичної індустрії, а саме виробником музичної продукції, кількість респондентів для цього дослідження - 6-8 осіб.

Форма проведення інтерв'ю – онлайн-конференція по відеозв'язку за допомогою програми ZOOM або Discord.

Застосовано дискурс-аналіз вже існуючих в медіапросторі інтерв'ю успішних представників індустрії.

2.3. Часові рамки дослідження.

Аналіз буде здійснюватись протягом 12-15 годин.

Тривалість проведення одного інтерв'ю орієнтовно - 35-60 хвилин.

Дати проведення інтерв'ю: з 14.02.2022 до 19.02.2022 року.

2.4. Обґрунтування логіки й методів аналізу даних, що будуть отримані з використанням розробленого інструментарію, зокрема, визначення методів емпіричної апробації робочих гіпотез дослідження.

Етапи аналізу даних: отримання даних, обробка, аналіз та інтерпретація результатів обробки.

2.5. Обґрунтування етичних засад проведення дослідження.

Для інтерв'ю застосовується процедура підписання або усного підтвердження на запис інформаційної згоди із зазначенням того, що дослідження не нанесе шкоди учасникам, досліднику та інституції, яку представляє дослідник, а також пункт про політику захисту інформації від розголошення, задля забезпечення обох сторін від непорозумінь.

Перелік питань.

1. Привіт, представся, розкажи щось про себе.

Чи маєш спеціальну музикальну освіту?

(Назва лейблу або/та виконавця)

2. Скільки приблизно часу в день ти витрачаєш на створення музики?

3. Як думаєш, які основні фактори чинять вплив на формування музичного смаку?

4. Як думаєш, музичний смак може впливати на формування не музичних інтересів індивіда?

5. А як ти думаєш, чи насаджує індустрія споживацькі шаблони поведінки?

6. Яке місце займає музикальна індустрія в масовій культурі?

8. Музика сьогодні це більше трансляція чи насадження цінностей?

9. Можливо ти відслідковував, як позитивно, або негативно, впливає на тебе музика яка прокручується у твоєму плейлисті?
10. Які важелі впливу індустрія використовує для розширення аудиторії і на що, як ти вважаєш, можуть піти лейбли або окремі виконавці?
11. А що ти можеш сказати про різні країни пострадянського простору, чи сильно відрізняються вподобання слухачів різних регіонів?
12. А відображають вони(вподобання)спосіб мислення і життєдіяльності, а також соціокультурну реальність, яка їх оточує?
13. Музика як елемент соціалізації, що можеш сказати з цього приводу?
14. А стосовно економічної сторони індустрії, як думаєш, яке соціальне значення для того чи іншого суспільства?
15. Також мені цікаво, що ти думаєш стосовно зловживання пар (наркотиками) серед переважної більшості артистів та представників індустрії?
16. І як тобі здається це відображається на підростаючому поколінні?
17. Ще один момент, який мене цікавить - це соціально відповідальна музика, як думаєш чи існує така і чи повинна індустрія на це орієнтуватись?
18. Як тобі здається світ змінює музику, чи музика змінює світ?
19. Що дає тобі музика, а що віднімає?
20. Що ти хотів би дати культурі звуку і що хотів би від неї отримати?
21. Музика під настрій або настрої під музику?
22. А що ти скажеш стосовно взаємовідносин людей і різних соціальних груп. Музика це те, що об'єднує чи навпаки, виступає каталізатором протиріч і конфліктів?
23. Як думаєш, чи є музика відображенням суспільства у якому крутиться?
24. А що ти можеш сказати про самосвідомість представників індустрії, які безпосередньо є виробниками муз продукту, чи усвідомлюють вони свій вплив на соціум у повному обсязі?
25. А може усвідомлення - це лише ефективний інструмент для заробітку?

26. Як думаєш, як в майбутньому індустрія буде розвиватися і який вплив буде здійснювати на людських істот?

27. Ну і наостанок, хотів би поцікавитись, що музика означає саме для тебе?

3.2 Особливості впливу та соціальної значимості музичної індустрії на масову культуру в країнах пострадянського простору

Проаналізувавши численну літературу з даної теми, а також шість інтерв'ю із респондентами, які проживають (або проживали) на різних територіях/регіонах пострадянського простору і тим чи іншим способом залучені у виробництві музичного продукту, тобто є частиною або культури, або представниками андеграунду, або представниками масової культури.

За деякими респондентами залишилось право залишатись анонімним, тому, в особистому діалозі із всіма були узгоджені лише особливості їх проживання і переміщення. Двоє із респондентів — українці, проживають на території України, Волинська (Андрій) та Львівська (Віталій) область, один респондент проживає на території Грузії(Лука), хоча проживав в росії, а ще один зараз проживає в Англії (Даніель) вже тривалий термін, але народився і проживав більшу частину життя він в росії, ще двоє респондентів проживають в Санкт-Петербурзі (Дмитро) і Москві (Євген), а останній до і має українське коріння і багато часу в дитинстві він також проводив в Україні.

Тому ми бачимо доволі цікавий колорит респондентів, які займаються різними частинами одного і того самого — музичний продакшн/виробництво, або інші форми відтворення музики і приналежність до якоїсь субкультури, чи частини індустрії. У кожного свій погляд на речі, але слід зазначити, що були і спільні погляди стосовно загальних аспектів.

Отже, перейдемо до аналізу інтерв'ю. Перше, що хочеться відмітити, це велику різницю між тим, скільки респонденти витрачають на створення музики. Найбільше із всіх витрачає часу на створення Євген, від десяти до дванадцяти годин на добу, та Дмитро від 2-4х до 24, та працюють переважно 6 діб в тиждень. А от менше всіх на виробництво музики витрачає Віталій в районі 7-10 годин на тиждень.

Респонденти також зазначали, що вплив на формування музичного смаку може бути дуже різний. Хтось (більшість) в першу чергу звертає увагу на оточення, та на різні його форми такі як: друзі, коло спілкування, телевізор, кіно тощо. Хтось говорить про мас медіа, а хтось про свідомий вибір індивіда, хтось і зовсім користується нею неначе інструментом отримання необхідної емоції. “Ну, я думаю, це в першу чергу оточення, бо ти - як губка - все впитуєш і чуєш навколо себе різні думки, різні звуки, і все це перетворюється в субстанцію того, що ти хочеш чути не лише в повсякденному житті, але й у себе знаєш там в “хед фонс” ну навушниках” - зазначає Андрій.

Всі респонденти зазначили, що музичний смак може впливати на формування не музикальних інтересів індивіда. Адже може стимулювати, соціалізувати, окультурювати тощо. “Людина може послухати музику і стати несвідомо, там приналежним до певної субкультури, цінності ж транслуються в музиці, і людина може сприймати артиста як авторитет, і брати з нього приклад” - зазначає Євген.

Також всі респонденти зазначили, що індустрія насаджує споживацькі шаблони поведінки. Ділить людей на групи по вподобанням, є прямою комерцією, та зазначають що це прямі наслідки реклами, адже “популяризується спеціально” і є “пропагандою гедоністичного образу життя”.

Всіма респондентами були відзначене різне місце музичної індустрії в масовій культурі Деякі респонденти відмічають, що доволі “високе”, “величезне” або “одне із ключових” , Лука каже , що перш за все це треба розглядати локально, через особливості соціокультурного регіону і його попиту на жанри.

Стосовно того, чи виступає музика трансляцією чи більше насадженням цінностей більшість респондентів зазначили, що це двосторонній процес але Даніель наголосив, що вона все ж більше насадження цінностей. Тут і образ “зірки” описаний раніше в другому розділі, і вплив споживання (і на

споживання). Але як правило респонденти зазначають, що музика транслює особливості середовища, і відповідно вподобання тих чи інших груп, та є інструментом.

Музика, яку ми слухаємо однозначно впливає на нас, для когось це атмосфера, в якій музичні твори розкриваються, для когось це засіб покращити або примножити настрій, або виступає спогадами і емоціями. Для когось його “музика - це транс” як для Андрія. Одним словом, зі слів респондентів, вона частіше несе за собою позитивні наслідки. До прикладу наведу цитату Луки “ Так звісно, музика впливає на твій настрій, ти можеш ... хтось захоче відсторонитись від усього, а можеш слухати просто в тачці музику по радіо... фонову музику, і в принципі ... це покращує твій настрій” .

Провокації, витівки артистів. Радикальна поведінка, або продукт є найбільш резонуючим в людях на сьогоднішній день. Популярність через скандали. Їх ресурс медіа розуміє, що може зацікавити і викликати реакцію. "В залежності від артисту і лейблу, при бажанні заробити гроші, вони готові піти багато на що, але не готові втрачати свою репутацію". Зазначає Євген. "Лейбли змушують робити не то, що ти хочеш, а то, що ти маєш" Каже Андрій.

На думку Данієля все залежить від "культури", яку представляє виконавець, і цілей артисту. А Лука вважає, що різноманітні стратегії у виконанні задач. “ Я думаю кожен виконавець представляє певну культуру і думаю все залежить від ... того, на що націлений артист, він може читати про наркотики, а може читати про хороше життя.”

В цілому не сильно, по національним, етнічним признакам, звісно, адже є своя етнічна музика. Але як комерційний продукт, різниця не буде радикальною, адже статистики на стримінгових сервісах та соціальних мережах, в пострадянських країнах особливо з великою частиною російськомовного населення свідчить про домінацію російськомовної музики. В деяких регіонах, зокрема “в Грузії на відміну від росії , якій притаманна змістова складова музики,” або України, якій притаманна

мелодійність, “все ж більшим попитом користується танцювальна та електронна музика” - відзначає Лука.

Російська мова має потужний вплив в СНД регіоні. У більшості країн пострадянського простору топ чартів як правило однаковий (але з різною послідовністю і своїми особливостями), якщо це країни із великою кількістю російськомовного населення(Білорусь, Україна, Росія, Казахстан).

Більшість респондентів зазначили, що музика відображає спосіб мислення і життєдіяльності, а також формують їх, насичують натхненням. Але Віталій зазначив,що залежить це від інтенсивності приналежності до певної соціальної групи. “Вона відображається на поведінці людини, але в залежності від інтенсивності того наскільки вона є прихильником того чи іншого жанру чи гурту” . Також варто додати , що географія і природні умови існування також є вирішальним фактором для формування уподобань і натхнень.

А на думку одного респондента, Андрія - "напевно ні, музика спосіб відчуження від реальності, відпочинку".

Респонденти вважають, що музика дуже об'єднує, але іноді може бути катализатором конфліктів, через поділ людей на субкультури, насадження певного образу мислення тощо. Наприклад Євген відзначає - “Музика дуже об'єднує,може об'єднувати, в нульових була ще історія, що музика могла викликати ворожнечу в людей, тому-що тоді люди ділились на “зграї” по суб культурам, жорстке було ділення. Там все, якщо ти репер, це означало що з панками ти вештатися не можеш.”

Багато чого відіграє в цьому процесі. Через музику можна знайти однодумців і акумулювати свої інтереси навколо чогось з іншими людьми. Однак Лука зазначив, що музика може виступати елементом соціалізації скоріш на ранньому етапі, в юному/підлітковому віці, адже на його думку на наступних етапах життя, музики для соціалізації недостатньо. Андрій зазначає, що "Музика зближує людей, допомагає знайти спільну мову", що вказує на її комунікативну функцію.

Економічна сторона індустрії соціального значення має для соціуму, адже "це потужна економічна галузь" (Віталій) (кейпоп бізнес). Економічний потенціал і можливості, які надає індустрія, соціальна одиниця вже сама обирає, як себе позиціонувати, чи на що орієнтуватись. Також Дмитро зауважує, що це залежить від того, на яку соціальну прослойку орієнтоване джерело. «Сучасна індустрія музики може консолідувати в собі дуже великий капітал» зазначає Віталій.

Вживання ПАВ (наркотичних речовин) - це частина мистецтва, де з однієї сторони вони виступають як допінг і натхнення, а з іншої платять власним здоров'ям. "я наркотики засуджую, але можу сказати точно, що завдяки ним ми отримали багато витворів мистецтва, але багатьох артистів ми втратили через це" - підкреслює Євген. Розширюючи свідомості, це неоднозначний інструмент, який потрібно правильно використати. І цілком логічно, що всі респонденти зазначили, що це погано впливає на підростаюче покоління.

Але можна припустити, що трансляція наслідків їх вживання може надати реальне бачення речей, і підліток може зробити правильні висновки.

Однак Лука зазначає, що фундаментальним елементом взаємодії із відповідним впливом є "достойне виховання". Але на думку Дмитра "кінцевий вибір лежить за слухачем".

Соціально-відповідальна музика на думку респондентів має місце в суспільстві. Наприклад протестний дух золотої ери хіп-хопу, але зараз порівнянню з 90-ми такий вектор в музиці, все ж втрачає свої оберти. Як зазначає Євген. Або як каже Андрій "це залежить від жанру". Але все ж музика може, та мала б бути соціально відповідальною.

Хоча Віталій зазначає, що повинна, проте "мистецтво, на мою думку, його регулювання є таким чинником, що викривляє думку, яку хотів донести автор."

Але Лука зазначає, що “вона буде, якщо індустрії це буде вигідно”, проте вона вже є і саме вона відрізняє просто музиканта від громадського діяча музичного виконавця/продюсера тощо.

На питання “Чи світ змінює музику, чи музика змінює світ?” Респонденти зазначаються, що в першу чергу вона - взаємодоповнює, а також надихає, надає інформацію, виступає культурним елементом, та є тісно пов'язані. Двосторонній процес адже час і розвиток дарують нам нові музичні інструменти. І світ і музика "ніби дві ноги однієї людини" зазначає Андрій.

Але все ж більшість тримаються думки, що це 50 на 50 , адже світ дає нам тих, хто в подальшому на нього впливає. Це є безкінечний процес .

Віталій цікаво відзначив "Музика зміню світ тому, що світ достатньо змінював музику для того, аби зараз вона вийшла у відкрите плавання". Доволі цікаве бачення, також заслуговує уваги.

Респонденти зазначили, що музика дає їм емоції, задоволення, може змусити замислитись, може мотивувати, спокій, засіб розваги, насолоду, настроїв, ейфорію, натхнення, можливість самовираження і віднімає - трохи їх коштів на підписки на стрімінгові сервіси, вільний час, іноді нерви .

На питання стосовно взаємовідносин людей і різних соціальних груп. "Музика це те, що об'єднує чи навпаки, виступає каталізатором протиріч і

конфліктів?" Респонденти по більшій мірі вважають її об'єднуючою , бо вона об'єднує спільні жанри, спільні уподобання, спільні артисти, як наслідок - нові круги спілкування об'єднують. По більшій частині об'єднує, але як інструмент впливу може виступати для роз'єднання. Проте, об'єднує на окремі ком'юніті, по вподобанням. Конфлікти на її фоні можуть відбуватися лише через "невежество" конфліктуючих сторін. “Це через жадібність можливо, або... неосвідченості , жадібності... через те що артисти хочуть повернути більше аудиторії, своєю епатажною поведінкою, намагаються повернути увагу, щоб збирати більші зали і заробляти на прослуховуванні” - відзначає Даніель.

З іншого боку люди діляться на групи та субкультури відповідно іноді конфліктують і сперечаються. В побуті можуть бути конфлікти на фоні музики, вона може виступати як фактор боротьби груп. Хоча музика об'єднує в різні групи, але в більшості не стимулює виникнення конфліктів.

Респонденти вважають, що музика безпосередньо є відображенням суспільства в якому крутиться. Адже люди поглинали ментальність середи, в якій зростали, та в подальшому частково транслюють це в мистецтві. “Музика може як і підтримувати те, що відбувається в суспільстві, так і бути проти цього” - зазначає Андрій. Що робить її, таким собі - звуковим відображенням часів.

Також варто зазначити слова Євгена про те, що він проводив аналітику в 2022 му році де він дивився “ Топ 50 кожних радянських країн, топ 50 популярних пісень за цю неділю. І у росії і у Україні перші топ 10 завжди одні й ті самі, ну майже завжди”

В інтерв'ю на питання свідомого впливу представників індустрії, були отримані не однакові відповіді. Кожен повинен це усвідомлювати, і усвідомлювати відповідальність, що наявність аудиторії може призвести до певних наслідків.

Топові артисти часто це усвідомлюють, а багато хто заради цього, йде в індустрію. Але не завжди усвідомлюють молоді артисти свій вплив на аудиторію . Однак усвідомлення впливу, безперечно інструмент для заробітку. Адже маркетинг займає пріоритетне місце в мас продакшені. “яскравий приклад це Ріана, вона вже 6-7 років не випускає музику, але при цьому вона постійно знаходиться в полі зору, тобто, її обговорюють ЗМІ постійно, вона не втратила свій фейм по суті, всі люди чекають її повернення, хочу відчуття складається, що вона і взагалі не уходила. Чому це відбувається? тому, що вона створила свій бренд ...і він дає ґрунт для обговорення і тд. По суті це грамотне використання свого впливу” - підкреслив Лука.

Висновки до розділу 3

Проаналізувавши літературу з даної теми, а також шість інтерв'ю із респондентами які проживають (або проживали) на різних територіях/регіонах пострадянського простору і тим чи іншим способом залучені в виробництві музичного продукту, тобто є частиною або культури, або представниками андеграунду, або представниками масової культури. Можна дійти цілком логічних висновків, що на масову культуру в країнах пострадянського простору впливає низка факторів.

Перш за все хочеться відмітити, що на територіях країн колишнього радянського союзу, де залишився великий відсоток російськомовного населення, спостерігається приблизно однакове вподобання в “топах чартів”, можливо місцями з різною ієрархією, але переважно однакові.

Також варто зазначити, що музика формує спосіб мислення, але пропорційно “включеності” у відповідну субкультуру, звідси впливає наступне.

Ділення людей на велику кількість груп по вподобанням, жанрів, фан баз артистів, тих чи інших рухів. Відповідно сприяє здебільшого об'єднанню людей. Хоча існують окремі випадки маніпуляції і стихійних конфліктів на відповідному ґрунті.

Музика безпосередньо відображає суспільство, в якому крутиться і впливає нього і на міжнародному рівні піднімаючи статус держави, через перемоги на різного рода конкурсах тощо. Також вона відображає етнічні особливості звуків і інструментів відповідної місцевості.

В масовій культурі вона займає не аби яку роль. Адже виступає як реклама, як продукт, як цінність, як мистецтво, як вплив, як комунікація, як інформація тощо. Окрему увагу слід звернути на її економічну складову. Не тільки засновники і виробники музики, а також робочі місця, охоронців і гардеробниць, виробників обладнання і виробників звуку. Вона впливає на економіку набагато більше ніж здається на перший погляд, тому не варто недооцінювати цю сторону її впливу.

Також варто підкреслити, що в умовах капіталістичного суспільства індустрія йде на соціально відповідальний поштовх, здебільшого, лише якщо вбачає в цьому подальшу вигоду.

Основний вплив музика здійснює на індивіда безпосередньо пропорційно його залученості до тієї чи іншої музичної групи чи субкультури і ділить людей за групами по вподобанням.

Основними факторами впливу є самоідентифікація, мотивація, бажання належати до певної спільноти, рівень освіченості, комерційний характер і зв'язно соціалізація.

ВИСНОВКИ

Сьогодні, коли суспільство стрімко змінюється, важливо розуміти, що впливає на ці зміни, яка саме динаміка розвитку культурного простору, та яке місце займає в ньому музична індустрія і як вона впливає на зміни. Також важливо в першу чергу досягнути важелі, які знаходяться в музикальній індустрії, що впливають на метаморфози суспільства.

З кожним роком тема стає актуальнішою, адже музика лунає всюди, продовжує ділити людей на різні групи за вподобаннями та стає невід'ємною частиною нашого життя.

Отже, на основі описаних вище підходів, на наш погляд ідеї Чиказької школи будуть найбільш актуальними для даного дослідження. А обраний підхід до дослідження - структуралізм. Тобто для розуміння певного соціокультурного простору із яким людина хоче "укласти умову", вона має володіти певними інтелектуальними навичками. Тобто повинна виконати певні умови (наприклад знання мови) і слідувати відповідним правилам/змістам/ того суспільства, щоб мати змогу взаємодіяти із бажаною структурою.

Основною в нашій роботі залишатиметься визначення масової культури українського соціолога Л.І. Верховода: "Масова культура – це культура більшості. Вона, як правило, має меншу художню цінність, ніж висока культура. Її відмінні риси – доступність широким верствам населення, тиражованість за допомогою різних засобів масової інформації, які зіграли вирішальну роль у поширенні масової культури. Використовується для позначення специфічного різновиду духовного виробництва, орієнтованого на «середнього» споживача та можливість широкого тиражування оригінального продукту. ". Яке було обрано через найбільш широке пояснення особливостей даного феномену.

Проаналізувавши численну літературу з даної теми, а також шість інтерв'ю із респондентами які проживають (або проживали) на різних територіях/регіонах пострадянського простору і тим чи іншим способом

здіяні в виробництві музичного продукту, тобто є частиною або культури, або представниками андеграунду, або представниками маскультури — яких в принципі можна вважати експертами у даній царині.

Отже основним розумінням поняття “вплив” є його визначення авторки Гурієвської В.М. , яка подає такі українські тлумачення слова "вплинути - означає подіяти, тобто спрямувати дію на об'єкт з метою зміни чи утримання його стану (якості, характеристики) у напрямі, бажаному для суб'єкта цієї дії.”

В цій роботі соціальна значимість розуміється в контексті впливу, важливості для соціуму (економічній, етичній, політичній, соціальній тощо) та її ролі в тому суспільстві і в тому часовому просторі, про який буде йти мова. Адже при вивченні поняття соціальної значимості, перш за все необхідно окреслити історичні рамки, а також групу, на яку буде скеровано нашу увагу.

Наведені вище два вектори бачення/розуміння музичної індустрії, допомогли нам дослідити та зрозуміти місце індустрії в суспільстві. Адже вплив і соціальна значимість, це найбільш відчутні аспекти музики, як культурної так і економічної хвилі розвитку людства. І ми можемо сміливо зауважити, що соціальна значимість впливу музичної індустрії в пострадянських країнах є доволі високою, а також часто виступає інструментом досягнення цілей.

Також була розроблена програма авторського дослідження, з подальшим його проведенням та аналізом матеріалів.

Основний вплив музика здійснює на індивіда безпосередньо пропорційно його залученості до тієї чи іншої музичної групи чи субкультури і ділить людей за групами по вподобанням.

Основними факторами впливу є самоідентифікація, мотивація, бажання належати до певної спільноти, рівень освіченості, вид дозвілля, комерційний характер і звісно соціалізація.

Варто зазначити що вплив та соціальна значимість музичної індустрії на масову культуру в країнах пострадянського простору є доволі високим, але рівень впливу відповідного вектора музичної індустрії, варто розглядати крізь призму різних концепцій , часових а також соціокультурних особливостей.

В дослідженні були висвітлені поняття масової культури, та вивчене поняття впливу крізь призму її соціальної значимості для масової культури. Також були проаналізовані соціологічні дослідження на тему розвитку музичної індустрії і її впливу на пострадянські країни зокрема Україну.

Також була розроблена програма соціологічного дослідження на тему "вплив і соціальна значимість музичної індустрії в країнах пострадянського простору." По якій було опрошено шість респондентів.

Об'єктом дослідження виступала - масова культура пострадянського простору, а предметом — вплив та соціальна значимість музичної індустрії.

Представлені у курсовій роботі матеріали і міркування нашою хують на необхідність подальшого вивчення цієї проблеми. Адже шоу-бізнес, а саме музична складова індустрії чинять дуже вагомий вплив на формування цінностей споживачів продукту культури. А також мають дуже сильний потенціал для економічного розвитку країни.

У роботі виявлено фактори впливу музичної індустрії пострадянських країн на їх масову культуру, та з'ясовано її соціальну значимість. А також проаналізований потенціалу музичної індустрії в країнах пострадянського простору.

Списки використаної літератури:

1. Актуальне велике дослідження стану музичної індустрії і ринку в Україні.
URL: https://issuu.com/soundbuzz/docs/_____1_
2. Басова А.Г. Концепт музики в соціологічній теорії ХХ століття.
URL: http://ekmair.ukma.edu.ua/bitstream/handle/123456789/7798/Basova_Kontsept_muzyky_v_sotsiolohichnii.pdf
3. Бежнар Г.П. Теорія масової культури: Курс лекцій. Навчальний посібник. Київ. 2020.
4. Бесараб О. Масова культура (масове мистецтво) у сучасних наукових розвідках. Дніпро. URL: <file:///C:/Users/HOME/Downloads/13289-Article%20Text-23370-1-10-20210617.pdf>
5. Бондаренко І. С. Вплив масової культури на сучасні споживчі практики. Маріуполь. 2014.
URL: https://msn.khnu.km.ua/pluginfile.php/246488/mod_resource/content/2/%D0%9B%208.%20%D0%9A%D1%83%D0%BB%D1%8C%D1%82%D1%83%D1%80%D0%B0.pdf
6. Верховод. Л.І. Соціологія культури та міжкультурна комунікація . Навчально-методичний посібник для студентів денної та заочної форм навчання спеціальності «Соціологія». Старобільськ. 2018
7. Гурієвська В.М. Соціально-психологічні механізми реалізації політичного впливу. URL: [http://www.dridu.dp.ua/zbirnik/2011-01\(5\)/11gvmrpv.pdf](http://www.dridu.dp.ua/zbirnik/2011-01(5)/11gvmrpv.pdf)
8. Іванов. В. Основні теорії масової комунікації і журналістики. Київ. 2010.
URL: <https://www.aup.com.ua/uploads/TMbook.pdf>
9. Кузьменко .І. Д. Соціологія музики як окрема галузь соціологічного знання. Київ. 2018. URL: https://ela.kpi.ua/jspui/bitstream/123456789/27440/1/Kuzmenko_magistr.pdf
10. Кузьмин О.Колінко Н. Методи впливу як ефективний інструмент керівної інноваційної діяльності. Тернопіль. 2013.

11. Лященко І.С. Соціальні функції масової музичної культури. Кривий Ріг. 2012. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/268530724.pdf>
12. Олійник О. Еволюція уявлень про масову культуру. URL: https://www.culturology.academy/wp-content/uploads/KD6_Oliinyk.pdf
13. Ортега-и-Гассет Х. Естетика. Философия культуры. М.: Искусство. 1991
14. Піленко І. Г. Музична індустрія в сучасній Україні. 2016 URL: https://nlu.org.ua/storage/files/Infocentr/Tematch_ogliadi/2016/MusAnd.pdf
15. Рахманов. О. А. Бульбенюк. С. С. Манелюк М. Ю. Історія соціології. Навчальний посібник. Київ. 2017
16. Слюсаревський М. М. Основи соціальної психології відручник для ЗВО. Київ. 2018.
17. Сорокин П. Человек. Цивилизация. Общество . П.Сорокин. (А.Ю.Согомонов: пер. с .англ). - М.: Политиздат 1992.
18. Сторі Д. Теорія культури та масова культура. Переклад з англійської Сергія Савченка. Київ. 2005.
URL: https://uu.edu.ua/upload/Osvita/Navch_metod_d_t/Navch_metod_materiali/Zhurnalistika/Teoriya_culturi.txt
19. Тутерова К.В. Створення образів в перформативних практиках поп-музики. Київ. 2018 URL: http://ekmair.ukma.edu.ua/bitstream/handle/123456789/17715/Tutierova_Stvorennia_obraziv_v_performatyvnykh_praktykakh_pop-muzyky.pdf?sequence=1&isAllowed=y
20. Соціологія культури. Тема 8. Хмельницьк. URL: https://msn.khnu.km.ua/pluginfile.php/246488/mod_resource/content/2/%D0%9B%208.%20%D0%9A%D1%83%D0%BB%D1%8C%D1%82%D1%83%D1%80%D0%B0.pdf
21. Шапко В. Феномен актуальной культуры. Социс. 1997.
22. Шлепакова Т. Л. Трансформація музичного ринку України поточний стан неакадемічного сектору індустрії в цифрах і коментарях. URL: https://nlu.org.ua/storage/files/Infocentr/Tematch_ogliadi/2021/MzInd.pdf

23. Dwight Macdonald. A theory of mass culture. Cultural Theory and Popular Culture: A Reader. Ed. John Storey. - 2nd ed. - Hemel Hempstead: Prentice Hall. 1998.
24. Postmodernism and Society. Ed. Roy Boyne & Ali Rattansi. — London: Macmillan, 1990.
25. Raymond Williams. The analysis of culture. Cultural Theory and Popular Culture: A Reader. Ed. John Storey. - 2nd ed. - Hemel Hempstead: Prentice Hall. 1998.
26. Terry Eagleton. Literary Theory: An introduction. - Oxford: Basil Blackwell. 1983.