

САМІКОВА НЕЛЛІ
ORCID iD 0000-0003-2858-5875
аспірантка кафедри теорії та історії культури
Національної музичної академії України імені П. І. Чайковського
(м. Київ, Україна)
nellisamikova@gmail.com

МАСОВА КУЛЬТУРА ТА СОЦІОКУЛЬТУРНІ ТЕНДЕНЦІЇ XXI СТОЛІТТЯ: ВЗАЄМОЗВ'ЯЗОК ТА РЕАЛІЗАЦІЯ (НА ПРИКЛАДІ ОКРЕМИХ ЗРАЗКІВ ПОП-МУЗИКИ)

Прослідковано трансформацію понять масової культури, поп-культури і тих мистецьких жанрів, які є їхніми складовими, у науковому дискурсі XIX-XXI ст. Досліджено шляхи і результати взаємовпливу сучасної культури та соціуму, який є кінцевим споживачем культурного продукту. Проаналізовано окремі приклади сучасного кінематографу та музичної індустрії та визначено, що ці дві найбільш вживані споживачем сфери мистецтва безпосередньо стають відображенням світових соціальних тенденцій. Розглянуто ключові соціальні процеси, які знайшли відображення у сучасній популярній музиці, що дозволило не лише конкретизувати та систематизувати опис шляхів взаємовпливу музичного мистецтва і його споживача, а й прослідкувати як саме масовий споживач формує функціонування та розвиток популярного та масового продукту. Найбільш поширеними ідеями, що транслюються виконавцями, визначені ідеї боротьби проти різноманітної дискримінації (гендерної, ідентифікаційною — як у випадку з LGBTQ+ суспільства, за статурою тощо) та створення єдиного полікультурного простору. У зв'язку з цим при аналізі вибраних творів поп-музики, було застосовано полікультурний підхід, який дозволяє розглядати їх у розрізі синтезу культур та формування глобального продукту, тобто такого, який буде зрозумілий і доступний кожному. До аналітичного розділу включені твори виконавців, написані останній кілька років, що робить цей аналіз актуальним та демонструє, що виокремлені тенденції відбуваються зараз і продовжують трансформуватися, змінюватися. Такий комплексний підхід до вивчення масової культури може бути корисним для уточнення визначення цього поняття, оскільки трактування й оцінка означеного явища науковців на сьогодні відрізняється, незважаючи на значну кількість досліджень масової культури та окремих її форм у різних галузях науки — філософії, культурології, соціології, психології.

Ключові слова: масова культура, популярна культура, соціокультурні тенденції, тенденції XXI століття, поп-музика.

Постановка проблеми... Феномен масовості починає розвиватися і досліджуватися одночасно з початком процесів індустріалізації та урбанізації, які набули активного розвитку на межі XIX-XX століть. Не зважаючи на те, що «масове» та «популярне» активно використовуються у науковому дискурсі, вони, як і інші актуальні поняття XXI століття, не мають чіткого визначення. Будучи в залежності від соціуму, ці феномени постійно видозмінюються,

«підлаштовуючись» під актуальні запити суспільства, а також стають свого роду соціальними майданчиками для пропагування та просування актуальних для суспільства тем, таких як гендерна рівність, полікультурні відносини та ін. Саме тому на сьогодні залишається актуальним питання визначення та дослідження цього феномену.

Аналіз останніх досліджень і публікацій... У проаналізованих далі наукових працях характеристика «масовий (-а)» включає в себе як кількісні, так і якісні параметри. Для визначення основних понять і дослідження термінологічного апарату статті були використані роботи науковців: Хосе Ортега-і-Гассет (1991), Деніс Мак-Квейл (2001), Вера Золберг (2013), Девід Інґліс, Джон Сторі (2005), Р. І. Безугла (2010), І. С. Бондаренко (2012), А. М. Карпова, І. В. Троцук (2010) та ін. Взаємодія всередині суспільства була досліджена на прикладі наступних тенденцій поп-музики XXI століття:

- феміністичні настрої, висловлення позиції щодо ідеї Women's / Girls Power через свою творчість;
- відображення у музичних творах боротьби ЛГБТК'ю-спільноти за свої права;
- руйнування традиційного стереотипу «ідеальної» жінки;
- збільшення популярності треків латино-американських та корейських виконавців, реп-культури афроамериканців;
- глобалізація, відсутність «кордонів» і як результат - полікультурність музичних творів.

Мета статті — провести ревізію понять «масова» і «популярна» культури та продемонструвати актуальність дослідження сучасних поп-треків як таких, що репрезентують настрої соціуму. Відповідно до поставленої мети було визначено завдання дослідження:

- 1) проаналізувати трансформацію поняття масової та популярної культури;
- 2) виявити особливості взаємовпливів культури та кінцевого реципієнта;
- 3) виокремити основні соціокультурні тенденції XXI століття;

4) продемонструвати прояв виокремлених тенденцій на прикладі сучасних хітів популярної музики.

Виклад основного матеріалу дослідження... Поняття «масове» та «популярне» з'явилися у науковому дискурсі ближче до середини ХХ століття. Класиками у дослідженні масової культури можна вважати Хосе Ортега-і-Гассета та представників Франкфуртської школи Теодора Адорно й Макса Хоркхаймера.

Хосе Ортега-і-Гассет у книзі «Бунт мас» (1929-1930) описує поняття маси й масовості через протиставлення її меншості, обранності: «Суспільство завжди було рухомою єдністю меншості й маси. Меншість — сукупність осіб, виділених особливо; маса — не виділених нічим. <...> Маса — всякий і кожен, хто ні в добрі, ні в злі не міряє себе особливою мірою, а відчуває таким самим, “як і всі”, і не тільки не засмучений, але задоволений своєю подібністю» (1991, сс. 309-310).

Таким чином, якщо слідувати роздумам Ортеги-і-Гассета, поява маси й масовості як певної ознаки суспільства, з одного боку, посилила взаємодію між різними культурами, а з іншого, на противагу обраному, особливому, призвела до зниження якості культурних продуктів.

Нове усвідомлення масова культура отримала у праці «Діалектика просвітництва» (1944), в якій німецькі соціологи Теодор Адорно та Макс Хоркхаймер ввели у науковий дискурс термін «індустрія культури», говорячи про комерціалізацію нових культурних форм, перетворення їх у прибутковий продукт (Троцук та Карпова, 2010), що в свою чергу досі вважається основною характеристикою масового культурного виробництва. Не зважаючи на нові складові, визначені Т. Адорно та М. Хоркхаймером, ці дослідники ще вбачали у масовому негативне явище. Це підтверджує у праці «Теорія естетичної та філософської істини Теодора Адорно: своєрідність та прояви» сучасний науковець Оуен Халетт: «Популярна культура — це не спонтанний прояв людини, а індустрія, що базується на прибутку, — вона позбавляє нас нашої свободи і зводить нас до своєї потреби отримання

прибутку. <...> Адорно не просто засуджував популярну культуру; він також не прагнув до панування високої культури. Він виявив серйозні проблеми в них обох <...>» (Warburton, 2018).

Між тим, на сьогодні поступово нівелюється негативне відношення до масової та популярної культури. Причиною може бути змінна сутність поняття масової культури (явище, яке описується за допомогою цього терміну, постійно змінюється) та його синтетичність. На думку Р. І. Безуглої «Як науково-філософська категорія дефініція “масова культура” синтезує два поняття — культура” та “маса/масовість”. Перша категорія “культура” виступає в двох іпостасях: з одного боку — культура як духовна цінність, а з іншого — як особливий характер продукту. Друга категорія “маса/масовість” — характеризується як ступінь розповсюдження продукту. Проте, кожна із зазначених категорій має по декілька тлумачень своєї сутності» (2010, с. 26). Саме завдяки другій складовій поняття — «культура», а також сенсам, які вкладають у свої твори сучасні митці та впливам, які вони мають на суспільство загалом, поняття «масове» та «популярне» сьогодні частково позбавляється негативних конотацій.

Не зважаючи те, що терміном «масова культура» у науковому дискурсі ХХ ст. найчастіше характеризували явище, що протистоїть елітарній (високій) культурі (Безугла, 2010), професійній культурі і фольклору, у ході трансформації, завдяки різнобічному тлумаченню значення культури, сучасним творцям масового продукту вдається органічно поєднати не лише комерційну успішність, але і користь продукту для суспільства.

Така трансформація масового культурного продукту стала можлива частково завдяки розширеним можливостям мас-медіа. Деніс Мак-Квейл у статті «Теорія масової комунікації» зазначає: «Мас-медіа у значній мірі відповідальні за розвиток того, що ми називаємо “масовою культурою” чи “популярною культурою”. В процесі свого розвитку медіа “колонізували” й інші культурні форми. Найбільш широко розповсюджувана та така, що приносить задоволення, символічна культура нашого часу (якщо взагалі є сенс

говорити про неї в однині) — це та, яка ллється у достатку за посередництвом таких медіа, як кіно, телебачення, газети, звукозапис, відео і т. д.» (2001, с. 15). Дослідник продовжує: «Можливості відділення елітарного та масового смаку невеликі. Майже кожного приваблює який-небудь з різноманітних елементів популярної культури медіа» (Маккуэйл, 2001, с. 16).

Визначивши, що не лише високе мистецтво сьогодні вважається мистецтвом та додавши, якого значення набуває масова культура у сучасному соціумі, важливо встановити, яку саме роль у створенні «популярного» та його трактуванні грає соціум. Вера Л. Золберг зазначила, що «соціологи, <...>, визнають, що світ мистецтв у конкретні історичні моменти заслуговує на дослідження не лише що до того, що він розкриває про естетику, але й що до того, що він розкриває про соціум» (2013, с. 5).

Розвиток міжнародних торгових зв'язків на транснаціональному рівні, технологічні прориви (такі як створення всесвітньої мережі Інтернет, штучного інтелекту, удосконалення обладнання – створення семпл-машин, планшетів для малювання, віртуальної реальності тощо), безумовно, вплинуло на світову культуру. «<...> світи культурної індустрії також відкрили шляхи пізнання нових музичних форм, таких як “Рок-н-ролл” та реп, які впливають із взаємодії розвитку бізнесу, технологічних інновацій <...>. <...> навіть твори на віддалених околицях комерційних форм можуть бути впроваджені за допомогою тих же механізмів і технологій, що й мейнстрім, комерційна, популярна музика, для яких ці структури індустрії культури були призначені» (Zolberg, 2013, с. 8). При цьому, у поняття індустрії культури можуть входити як політичні події, закони та настрої, релігійні уподобання, питання гендерної самоідентифікації, так і настрої соціальних мереж. Отримуючи безліч інформації, людина (люди, соціум) створюють настрої, які потім формують культуру та, власне, мистецтво. Дослідник Джон Сторі саме через зв'язок з індустрією культури визначав поняття масової культури як такої: «... це те, що люди створюють унаслідок активного споживання текстів і практик індустрії культури» (2005, с. 171).

Отже, узагальнюючі вище сказане, визначимо, що під поняттями «масова культура» і «поп-культура» розуміється сукупність культурних форм, які характеризуються:

- яскраво вираженою комерційною складовою (орієнтація на прибуток у грошовому еквіваленті);
- доступністю та популярністю серед максимально широкої аудиторії (за рахунок підняття актуальних проблем на кшталт гендерної рівноправності, body-позитивізму тощо);
- розважальною складовою;
- стандартизованістю художньої складової;
- космополітичністю, або більш конкретно – полікультурністю (яка проявляється органічному поєднанні декількох культурних традицій у межах одного треку – на візуальному, словесному рівнях тощо).

Розмитість межі між «елітарними» та «масовими» формами у тлумаченні їх науковою думкою минулого сторіччя, зменшення негативної конотації слова «популярна» – це ознака трансформації масової культури, що є відображенням сучасних світових соціокультурних процесів. На це звертає свою увагу Д. Інґліс: «Просте протиставлення між ‘високою культурою’ та ‘популярною культурою’ упускає те, що певні роботи, і навіть жанри, можуть змінювати культурне становище з плином часу. Наприклад, в залежності від соціального контексту, у якому вона виконувалася та спостерігалася, опера може вважатися популярною формою (як це було в Італії) або такою, що відводилася для особистої насолоди соціальних еліт (як історично склалося у Британії)» (2005, с. 58).

Тяжіння до трендовості, того, що цікавить якомога ширший загаль, увага культурного простору до гострих суспільних проблем, питань та тенденцій сучасності, що хвилюють широкий загаль населення, яскраво прослідковується у популярній музиці. Розглянемо деякі з них.

«Women’s Power» або виступи проти хибного уявлення, що жінка — це слабка стать. У ХХІ столітті фемінізм переріс у боротьбу зі стереотипним

уявленням, що жінки слабкі. На тлі політичних змін, цю ідею активно підхопили та пропагують кіно- та музичні концерни. Найбільш масштабними кампаніями щодо втілення популярної у суспільства ідеї «Women`s Power» стали фільми студії Marvel та DC, які не лише зняли окремі стрічки про супергероїнь, таких як Капітан Марвел та Диво Жінка. Marvel об'єднав у останній частині «Месники: Війна безкінечності» усіх жіночих персонажів на полі битви та супроводив це фразою «Вона не одна». У 2020 році DC випустив у прокат фільм про жіночу міць під назвою «Хижі пташки». Також, у 2019 році вийшов перезапуск фільму «Ангели Чарлі», що отримав не менш войовничий офіційний саундтрек від відомих співачок Miley Cyrus, Ariana Grande та Lana del Rey. У саундтреку можна почути таку фразу, як «Don't call me angel, you can't pay my price» («Не зви мене янголом, ти не можеш заплатити мою ціну»), що не тільки констатує можливість фінансової незалежності жінки, але й виступає проти catcalling-у — виду вуличного харасменту, що проявляється у непристойних коментарях, вигуках, жестах тощо.

Боротьба ЛГБТК'ю-спільноти за свободу самовираження та ідентифікації. Впродовж багатьох років ЛГБТК'ю-спільнота виборює рівні права та нормальне ставлення для усіх її членів. Наприклад, до «середньої» статі долучився син Вілла Сміта, Джейден, виступаючи таким чином проти гендерного розділення. Він став першою чоловічою моделлю бренду Louis Vuitton (Macatee, 2016), так само як у 2020 році співак Геррі Стайлз порушив 127-річну традицію VOGUE і став першим чоловіком за цей час, що позував для обкладинки журналу (Drohan, 2020). У 2019 році вийшов щонайменше один кліп, який став маніфестом ЛГБТК'ю-спільноти. Ним став трек Taylor Swift «You Need To Calm Down» («Вам потрібно заспокоїтися»), у зйомках якого взяли участь такі зірки, як телеведуча Ellen DeGeneres, співак Adam Lambert, співачки Ciara, Hailey Kiyoko та Katy Perry, дрег-квін RuPaul, актор Ryan Reynolds та інші. Він вразив не лише великою кількістю зірок, але й політичним підґрунтям, адже наприкінці кліпу співачка просить усіх підтримати її петицію до Сенату стосовно рівноправного ставлення до всіх громадян на

національному рівні, незалежно від їх поглядів та самовираження.

Руйнування традиційного стереотипу «ідеальної» жінки. У шоу-бізнесі давно існував стереотип, що для успіху у цій галузі жінка має відповідати необхідним параметрам. Вони не завжди можуть бути 90-60-90, але дівчина обов'язково має бути стрункою. Однак зараз все змінилося. На подіумах з'являються моделі XXL, одна з найвідоміших — Ashley Graham, кіноіндустрію завойовують Melissa McCarthy, Amy Schumer тощо. Не відстає від тенденції руйнування стереотипу «ідеальної» жінки та пропагування природної краси й музична індустрія. Завдяки цим тенденціям музичні чарти світу поповнилися творчими доробками виконавець Lizzo, Meghan Trainor, Alyona Alyona, солістки гурту Kazka.

Гобалізація, відсутність кордонів і як результат — полікультурність музичних творів. Левова частка втілення у популярній музиці припадає на ідеї глобального простору, національної рівності та полікультурних тенденцій суспільства. Ідеї національної рівності ширилися через мігруючі потоки людей з усього світу, зростання мобільності людства через «відкритість кордонів» та перетворення засобів пересування на масовий бізнес. Ідеї глобального простору масовим споживачем були прийняті як щось гармонійне, не дивлячись на те, що у науковому просторі досі існує негативне ставлення до глобального, оскільки в ньому вбачається небезпека для національного та ідентифікації. Все це витікає з трактування глобального як уніфікуючого. Однак С. Конрад зазначає, що «<...> в більшості випадків глобальна історія не прагне замінити усталену парадигму національної історії певною абстрактною сутністю під назвою “весь світ”. <...>. Частіше вона полягає в розповіді про обмежені (тобто “неглобальні”) простори, але з урахуванням глобальних зв'язків та загальних структурних умов. <...> Найбільш цікаві питання часто виникають на перетині глобальних процесів з їх локальними втіленнями» (2018, с. 30). Саме таке розуміння глобального призвело до появи полікультурних тенденцій у світовому просторі. Полікультурність, яка довго вважалася лише синонімом мультикультурності, або була неточним перекладом мультикультурності або інтеркультурності,

наразі набуває самостійного значення. Вперше полікультурність як окремий термін ввели Ліза Розенталь та Шері Леві (2010; 2012; 2014) у низьці робіт. Дослідниці визначають полікультурність як «уявлення, що культури постійно змінюються завдяки різним расовим та етнічним взаємодіям, впливам та обмінам між один одним, а також є більше динамічним та соціально вибудованим, ніж статичним» (Rosenthal, Levy & Militano, 2014). Їхню ідею розвинула інша група вчених, а саме Майкл В. Морріс, Чі Ю Чіу та Джі Ліу (2014) у статті «Полікультурна психологія». Там вони надали полікультуралізму наступне визначення: «Полікультуралізм: мережа концепцій культури, в якій культурний вплив на індивідів є частковим і множинним, а культурні традиції взаємодіють і змінюють одна одну» (Michael W. Morris, Chi-ue Chiu & Zhi Liu, 2014, с. 634). Такі самі взаємодії прослідковуються і в популярній музиці. Серед них можна назвати:

- збільшення та примноження популярності треків латино-американських та корейських виконавців, разом з реп-культурою афро-американців;
- постійне звернення до символів різноманітних культур у назвах музичних треків та кліпах;
- міксування двох та більше мов у межах одного треку;
- поєднання світової електронної музики з національними інтонаціями.

Згідно Global Music Report 2019 (IFPI, 2019) станом на кінець 2018 року музична індустрія Латинської Америки збільшила кількість своєї продукції на 16,8 відсотків, Азії та Австралоазійського регіону — на 11,7 відсотків, Кореї — на 17,9 відсотків при загальному збільшенні музичного продукту всього на 9,7 відсотків.

Прикладом набуття світової популярності латиноамериканської музики може свідчити довготривалі верхні позиції в американському Billboard Hot 100 у трека «Despacito» (Trust, 2017). Щодо корейських поп-гуртів, найбільшим світовим успіхом відзначаються гурти BTS та BLACKPINK. BTS стали першими, хто вийшов на світовий рівень і хіти яких досі посідають перші позиції світових чартів (Anifotos, 2020). Тим часом BLACKPINK стали першим

дівоchim поп-гуртом з Кореї, який виступив у 2019 на сцені музичного фестивалю Coachella (Ting, 2019).

Орієнтуючись на американську та європейську музичну поп-культуру, як найбільш масову, варто відзначити, що найчастіше вже у самому музичному матеріалі відбуваються звернення до символів так званих «екзотичних» культур, тобто таких, чия культура яскраво відрізняється від американської чи європейської. Таким чином часто зустрічаються звернення до індійської, китайської, японської культур тощо.

Для зображення індійської культури у своїх треках виконавці переважно роблять Індію локацією зйомок. Таким чином, у кадр потрапляють справжні пейзажі, архітектура, а не створений штучно антураж. Такий шлях обрав гурт Major Lazer (за участю MO) з піснею «Lean on». Крім «зовнішньої картинки» вони також додали до хореографічної постановки традиційні індійські танцювальні рухи, а танцівники і дехто з виконавців були вбрані в сарі — традиційний індійський одяг.

Китайська та японська культури вражають варіативністю підходів у музичних кліпах. Наприклад, Nicki Minaj демонструє китайську культуру з геймерської сторіни. У самій назві її пісні «Chun-Li» закладене звернення до комп'ютерної гри «Street Fighter 2». І хоча сама гра японського виробництва, персонаж Chun-Li у ній репрезентує китайські бойові мистецтва і, власне, китайську культуру (Street Fighter Wiki). У кліпі Nicki Minaj відтворює візуальний образ персонажу за допомогою характерної зачіски — двох пучків під назвою оданго (або «бичачі рога»). Згідно спостереження дослідниці Лізи Фуннелл це є своєрідним кліше: «У японській популярній культурі китайські жінки часто зображуються з зачісками в стилі оданго, що візуально відрізняє їх від японських жінок» (Funnell, 2014, с. 225).

Японська культура також відображається по-різному у виконавців. Наприклад, Jason Derulo у кліпі до треку «Tip Toe» протиставляє образи Японії (як «холодної» культури) образам джунглів та трайболістичної культури (як «гарячої» культури). Зі знакових образів виконавець використав традиційні

ворота Торії, двері або перегородки съодзі та відозмінений образ гейші, який можна впізнати завдяки хіба що побіленому обличчю танцівниць та схожою зачіскою.

До 2000-х років іншомовні треки лиш періодично вривалися до світових чартів популярної музики. Одним з них, як зазначено вище, був трек Makarena (1996 рік). У 1980-1990-х не менш популярними були Celine Dion, репертуар якої був як англomовним, так і франкомовним, або окремі двомовні твори рок-гурту Queen (наприклад, Las Palabras De Amor (іспанська та англійська), Тео Torriatte (японська та англійська). Згодом іншомовні або ж двомовні треки припинили бути чимось «екзотичним», перетворившись на відображення повсякденних реалій мультикультурного суспільства, адже, як зазначає Доріс Бахман-Медік «...дійсність структурується мовою, ...саму реальність, як і мову, можна розглядати як систему знаків, як систему репрезентацій та відмінностей» (2017).

Серед творців української поп-музики досить популярне поєднання світової електронної музики з національними інтонаціями, яке досить часто зустрічається у гуртів ТНМК та Go_A, у виконавиць Alina Pash та Mama Rika, виконавця КНАУАТ тощо.

Висновки.

1. Активно відбувається взаємний вплив масової культури і суспільства. Тобто, так само як суспільство формує своє світобачення, орієнтуючись на масовий продукт, на те, що транслюють автори цього продукту, так і масові культура та мистецтво орієнтуються на світові соціальні тенденції, оскільки суспільство є кінцевим споживачем продукту. Останній тип впливу, тобто «кінцевий споживач/суспільство — популярна культура/мистецтво» набуває все більшого значення та розповсюдження.

2. Проаналізувавши окремі приклади музичної індустрії можна побачити, що ця сфера мистецтва, як одна з найбільш впливових, безпосередньо стає відображенням світових соціальних тенденцій. Найбільш поширеними ідеями, що транслюються виконавцями, стали ідеї боротьби проти різноманітної

дискримінації (гендерної, ідентифікаційною — як у випадку з LGBTQ+ суспільства, за статуєю тощо) та створення єдиного полікультурного простору, що проявляється на різних рівнях – походження виконавця або гурту, мови виконання, залучення різноманітних образів та поєднання універсальної електронної музики з національними елементами.

Перспективи подальших розвідок... Викладена інформація статті може слугувати для розширення емпіричної бази, прослідковування зміни соціально важливих тем та їх відображення у масовому мистецтві, а також дослідження впливу цих тем на кінцевого споживача.

Список використаної літератури і джерел

1. Бахман-Медик, Д., 2017. *Культурные повороты. Новые ориентиры в науках о культуре*. Москва: Новое Литературное обозрение.
2. Безугла, Р. І., 2010. Масова культура: до проблеми визначення поняття. *Культура і мистецтво у сучасному світі*, 11, сс.25–34.
3. Бондаренко, І. С., 2012. Місце масової культури в детермінанті споживання. *Вісник Маріупольського державного університету. Сер.: Філософія, культурологія, соціологія*, 3, сс.108–114.
4. Конрад, С., 2018. *Что такое глобальная история?* Москва: Новое Литературное Обозрение.
5. Маккуэйл, Д., 2001. Теория массовой коммуникации. В кн.: С. Ерофеев, ред. *Контексты современности*. Казань: Издательство Казанского университета, сс.12–16.
6. Ортега-и-Гассет, Х., 1991. *Эстетика. Философия культуры*. Москва: Искусство.
7. Сторі, Дж., 2005. *Теорія культури та масова культура. Вступний курс*. Харків: Акта.
8. Троцук, І. В., Карпова, А. М., 2010. Поп-культура как фактор социализации: возможность эмпирического анализа. *Вестник РУДН. Серия: Социология*, 1, сс.96–107.
9. Aniftos, R., 2020. BTS' ARMY Are Celebrating 'Dynamite' at No. 1 on Billboard Hot 100: 'No Words Just Tears'. *Billboard*, [online]. Available at: <<https://www.billboard.com/amp/articles/news/bts/9442923/bts-army-dynamite-hot-100-fan-reactions>> [accessed: 10 February 2021].
10. Chun-Li. *Street Fighter Wiki*, [online]. Available at: <<https://streetfighter.fandom.com/wiki/Chun-Li>> [accessed: 10 February 2021].
11. Drohan, F., 2020. Harry Styles Becomes the First Man to Star on Vogue's Cover in 127 Years. *Fashion Week Daily*, [online]. Available at: <<https://fashionweekdaily.com/harry-styles-becomes-the-first-man-to-star-on-vogues-cover-in-127-years>> [accessed: 10 February 2021].
12. *IFPI Global Music Report 2019. April 2nd, 2019*, [online]. Available at: <<https://www.ifpi.org/ifpi-global-music-report-2019>> [accessed: 10 February 2021].
13. Funnell, L., 2014. *Warrior Women: Gender, Race, and the Transnational Chinese Action Star*. New York: State University of New York Press.
14. Inglis, D., 2005. *Culture and Everyday Life*. London; New York: Routledge, Taylor&Francis Group.
15. Macatee, R., 2016. Jaden Smith pose en jupe pour la campagne Louis Vuitton: pourquoi la marque l'a choisi. *E online*, [online]. Available at: <<https://www.eonline.com/fr/news/728182/jaden-smith-pose-en-jupe-pour-la-campagne-louis-vuitton-pourquoi-la-marque-l-a-choisi>> [accessed: 10 February 2021].

16. Morris, M. W., Chi-yue Chiu and Zhi Liu, 2014. Polycultural Psychology. *Annual Review of Psychology*, 66(1), pp.632–651.
17. Rosenthal, L., Levy, Sh. R., Militano, M., 2014. Polyculturalism and Sexist Attitudes: Believing Cultures are Dynamic Relates to Lower Sexism. *Psychol Women Q*, [online]. Available at: <<https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC4266561/>> [accessed: 10 February 2021].
18. Rosenthal, L., Levy, Sh. R., 2010. The Colorblind, Multicultural, and Polycultural Ideological Approaches to Improving Intergroup Attitudes and Relations. *Social Issues and Policy Review*, 4, 1, pp.215–246.
19. Rosenthal, L., Levy, Sh. R., 2012. The Relation Between Polyculturalism and Intergroup Attitudes Among Racially and Ethnically Diverse Adults. *Cultural Diversity and Ethnic Minority Psychology*, 18, 1, pp.1–16.
20. Ting, J., 2019. BLACKPINK's Coachella Performance Was a Major Moment. *PAPER Magazine*, [online]. Available at: <<https://www.papermag.com/blackpink-coachella-2019-2634547843.html?rebelltitem=9#rebelltitem9>> [accessed: 10 February 2021].
21. Trust, G., 2017. 'Despacito' Ties for Second-Longest-Leading Hot 100 No. 1 of All Time & Cardi B Hits Top 10. *Billboard*, [online]. Available at: <<https://www.billboard.com/articles/columns/chart-beat/7898293/despacito-number-one-14-weeks-hot-100-record>> [accessed: 10 February 2021].
22. Warburton, N, ed., 2018. Against popular culture. *Aeon*, [online]. Available at: <<https://aeon.co/essays/against-guilty-pleasures-adorno-on-the-crimes-of-pop-culture>> [accessed: 10 February 2021].
23. Zolberg, V. L., 2013. A cultural sociology of the arts. *Sociopedia.isa*, [online]. Available at: <<https://www.isaportal.org/resources/resource/a-cultural-sociology-of-the-arts/>> [accessed: 10 February 2021].

References

1. Bakhman-Medik, D., 2017. *Kul'turnye povoroty. Novye orientiry v naukakh o kul'ture* [Cultural turns. New landmarks in sciences about culture]. Moskva: Novoe Literaturnoe obozrenie.
2. Bezhuhla, P. I., 2010. Masova kultura: do problemy vyznachennia poniattia [Mass culture: the problem of defining the concept]. *Kultura i mystetstvo u suchasnomu sviti*, 11, pp.25–34.
3. Bondarenko, I. S., 2012. Mistse masovoi kultury v determinanti spozhyvannia [The place of mass culture in the determinant of consumption]. *Visnyk Mariupolskoho derzhavnoho universytetu. Ser.: Filosofiia, kulturolohiia, sotsiologiia*, 3, pp.108–114.
4. Konrad, S., 2018. *Chto takoe global'naya istoriya?* [What is global history?]. Moskva: Novoe Literaturnoe Obozrenie.
5. Makkueil, D., 2001. Teoriya massovoi kommunikatsii. In: S. Erofeev, ed. *Konteksty sovremennosti* [Contexts of modernity]. Kazan': Izdatel'stvo Kazanskogo universiteta, pp.12–16.
6. Ortega-i-Gasset, Kh., 1991. *Estetika. Filosofiia kul'tury* [Aesthetics. Philosophy of culture]. Moskva: Iskusstvo.
7. Stori, Dzh., 2005. *Teoriia kultury ta masova kultura. Vstupnyi kurs* [Theory of culture and mass culture. Introductory course]. Kharkiv: Akta.
8. Trotsuk, I. V., Karpova, A. M., 2010. Pop-kul'tura kak faktor sotsializatsii: vozmozhnost' empiricheskogo analiza [Pop culture as a factor of socialization: the possibility of empirical analysis]. *Vestnik RUDN. Seriya: Sotsiologiia*, 1, pp.96–107.
9. Aniftos, R., 2020. BTS' ARMY Are Celebrating 'Dynamite' at No. 1 on Billboard Hot 100: 'No Words Just Tears'. *Billboard*, [online]. Available at: <<https://www.billboard.com/amp/articles/news/bts/9442923/bts-army-dynamite-hot-100-fan-reactions>> [accessed: 10 February 2021].
10. Chun-Li. *Street Fighter Wiki*, [online]. Available at: <<https://streetfighter.fandom.com/wiki/Chun-Li>> [accessed: 10 February 2021].

11. Drohan, F., 2020. Harry Styles Becomes the First Man to Star on Vogue's Cover in 127 Years. *Fashion Week Daily*, [online]. Available at: <<https://fashionweekdaily.com/harry-styles-becomes-the-first-man-to-star-on-vogues-cover-in-127-years>> [accessed: 10 February 2021].
12. *IFPI Global Music Report 2019. April 2nd, 2019*, [online]. Available at: <<https://www.ifpi.org/ifpi-global-music-report-2019>> [accessed: 10 February 2021].
13. Funnell, L., 2014. *Warrior Women: Gender, Race, and the Transnational Chinese Action Star*. New York: State University of New York Press.
14. Inglis, D., 2005. *Culture and Everyday Life*. London; New York: Routledge, Taylor&Francis Group.
15. Macatee, R., 2016. Jaden Smith pose en jupe pour la campagne Louis Vuitton: pourquoi la marque l'a choisi. *E online*, [online]. Available at: <<https://www.eonline.com/fr/news/728182/jaden-smith-pose-en-jupe-pour-la-campagne-louis-vuitton-pourquoi-la-marque-l-a-choisi>> [accessed: 10 February 2021].
16. Morris, M. W., Chi-yue Chiu and Zhi Liu, 2014. Polycultural Psychology. *Annual Review of Psychology*, 66(1), pp.632–651.
17. Rosenthal, L., Levy, Sh. R., Militano, M., 2014. Polyculturalism and Sexist Attitudes: Believing Cultures are Dynamic Relates to Lower Sexism. *Psychol Women Q*, [online]. Available at: <<https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC4266561/>> [accessed: 10 February 2021].
18. Rosenthal, L., Levy, Sh. R., 2010. The Colorblind, Multicultural, and Polycultural Ideological Approaches to Improving Intergroup Attitudes and Relations. *Social Issues and Policy Review*, 4, 1, pp.215–246.
19. Rosenthal, L., Levy, Sh. R., 2012. The Relation Between Polyculturalism and Intergroup Attitudes Among Racially and Ethnically Diverse Adults. *Cultural Diversity and Ethnic Minority Psychology*, 18, 1, pp.1–16.
20. Ting, J., 2019. BLACKPINK's Coachella Performance Was a Major Moment. *PAPER Magazine*, [online]. Available at: <<https://www.papermag.com/blackpink-coachella-2019-2634547843.html?rebellitem=9#rebellitem9>> [accessed: 10 February 2021].
21. Trust, G., 2017. 'Despacito' Ties for Second-Longest-Leading Hot 100 No. 1 of All Time & Cardi B Hits Top 10. *Billboard*, [online]. Available at: <<https://www.billboard.com/articles/columns/chart-beat/7898293/despacito-number-one-14-weeks-hot-100-record>> [accessed: 10 February 2021].
22. Warburton, N, ed., 2018. Against popular culture. *Aeon*, [online]. Available at: <<https://aeon.co/essays/against-guilty-pleasures-adorno-on-the-crimes-of-pop-culture>> [accessed: 10 February 2021].
23. Zolberg, V. L., 2013. A cultural sociology of the arts. *Sociopedia.isa*, [online]. Available at: <https://www.isaportal.org/resources/resource/a-cultural-sociology-of-the-arts/> [accessed: 10 February 2021].

NELLI SAMIKOVA

ORCID iD: 0000-0003-2858-5875

Postgraduate Student at the Department of History and Theory of Culture
at the P. Tchaikovsky National Music Academy of Ukraine
(Kyiv, Ukraine)

nellisamikova@gmail.com

**MASS CULTURE AND SOCIOCULTURAL TRENDS IN THE 21ST CENTURY:
INTERRELATIONS AND REALIZATION
(on the example of certain pop music samples)**

The transformation of the concepts “mass culture”, “pop culture” and those artistic genres, which are their components, in the scientific discourse of the 19th-21st centuries is traced. The ways and results of the interaction of modern culture and society, which is the end-user of the

cultural product, are studied. Some examples of modern cinema and music industry are analyzed, and it is determined that these two components being the most used by the consumer spheres of art directly reflect the world social trends. After having considered the key social processes it is possible to conclude that they are brightly represented in the modern popular music and this fact allowed not only to specify and systematize the ways of interaction between the music art and its consumers, but also to trace the ways of how exactly a mass consumer shapes the functioning and development of a popular and mass product. The ideas of combating various discriminations (by gender, identification - as in the case of LGBTQ+ community, by physique, etc.) and the creation of unified polycultural space have been defined as the most common ideas, that are broadcasting by performers. Therefore, in the analysis of selected works of pop music, a polycultural approach was used, which allows to consider them in terms of the synthesis of cultures and the formation of a global product, i.e. the one that will be understood and accessible to everyone. The analytical section includes compositions written by performers over the past few years that makes this analysis relevant and demonstrates that isolated trends occur now and continue to transform and change. Such comprehensive approach to the study of the mass culture can be useful to clarify the definition of this concept, as the interpretation and evaluation of this phenomenon of scientists today differs, despite the significant number of the mass culture studies and its individual forms in various fields of science — philosophy, culturology, sociology, psychology

Keywords: *mass culture, popular culture, sociocultural trends, 21st century trends, pop music.*

Стаття надійшла до редакції 15.01.2021