

В художественном тексте автор декодирует собственное мировоззрение: систему обобщенных взглядов человека на мир и свое место в нем, а также обусловленные этими взглядами его основные убеждения, жизненные позиции и ценностные ориентации. Прямо / косвенно, эксплицитно / имплицитно любая языковая номинация художественного дискурса является авторской картиной мира, поэтому актуализирует его интенцию. Вместе с тем все, что мы можем представить или узнать об авторе, оказывается только в пределах восприятия того или иного адресата, а отсюда предполагает множественность интерпретаций. Взаимодействие между автором и читателем происходит при помощи внедрения в когнитивную систему читателя. Авторский, «чужой» мир становится для читателя «своим», иными словами, адаптируется в его сознании, превращается в эффективный способ познания себя и окружающей действительности. Для эффективной коммуникации автора и читателя последнему нужно обладать достаточным тезаурусом, определенными умственными способностями, определенной концептуальной системой, что составляет основу его знаний о мире.

Большинство дискурсов имеют высокую степень интертекстуальности и интердискурсивности. Собственно литературные дискурсы по своей природе гетерогенные и полиморфные.

Таким образом, в теории дискурса художественный дискурс – одна из самых неоднозначных дефиниций, это воплощение вербального сообщения, передающего предметно-логическую, образную, эстетическую, оценочную и эмоциональную информацию, объединенную в идейно-художественном содержании текста в единое целое.

Література

1. Белова А. Д. Поняття «стиль», «жанр», «дискурс», «текст» у сучасній лінгвістиці. *Іноземна філологія*. Київ: Вища школа, 2002. Вип. 32–33. С. 7–14.
2. Боротько В. Г. Элементы теории дискурса. Грозный: Изд-во Чечено-Ингуш. государственного ун-та, 1981. 133 с.
3. Почепцов Г. Г. Прагматические особенности текста. *Прагматическая интерпретация и планирование дискурса*: тезисы. Пятигорск: Изд-во Пятигорского пед. ин-та ин. языков, 1991. С. 12–33.

Куртова О. С.,

викладач,

КЗ «Бердянський медичний фаховий коледж» ЗОР

ФЕНОМЕН ПОПУЛЯРНОЇ КУЛЬТУРИ

Поняття «популярна культура» доволі широке, бо досі немає одного сталого визначення цього словосполучення. Навколо цього терміну точаться безперервні дискусії, в результаті яких виникають все нові й нові дефініції. Щоб зрозуміти

сутність цього поняття, необхідно насамперед віднайти смисл терміну «культура», який є одним з двох складників. Так, Джон Сторі у праці «Теорія культури та масова культура», спираючись на наукові здобутки видатного англійського соціолога Раймонда Уїльямса, твердить, що **культура** – це, по-перше, «загальний процес інтелектуального, духовного та естетичного розвитку», по-друге, «конкретний спосіб життя людей, епохи чи групи» і, по-третє, «практика й наслідки інтелектуальної, особливо творчої діяльності» [3, 14].

Існують також інші дефініції терміну «культура», а саме: *«культура – це специфічний спосіб організації і розвитку людської життєдіяльності, представлений у продуктах матеріальної та духовної праці, у системі норм та закладів, у духовних цінностях, у сукупностях ставлень людей до природи, між собою і до самих себе»* [2]; *«культура – це процес і результат виокремлення людини з природи, створення нової реальності та способу свого існування, так званої «другої природи»; у цьому плані змістом культури стає історична зміна природних і соціальних умов життя людини, розвиток людських сил та здібностей, тобто становлення і розкриття сутності людини як у ній самій, так і в усьому багатстві та різноманітті створеної нею дійсності»* [2].

Неоднозначність поняття «культура», що є багатоаспектним та багатовимірним, спричиняє ускладнення в трактуванні поняття «популярна культура».

Щоб окреслити поняття «популярна культура», слід проаналізувати другу складову словосполучення – термін «популярний». Раймонд Вільямс у книзі «Ключові слова. Словник культури і суспільства» (1983) окреслив шість значень поняття «популярний»:

- 1) належний людям, народу;
- 2) низький чи простий (ниций);
- 3) уподобаний багатьма людьми;
- 4) такий, що продумано (навмисно, свідомо) прагне прихильності чи широкого схвалення (що асоціюється із «комерційним»);
- 5) маловартісний (як протилежність до «якісний»);
- 6) минула та сучасна література / культура / мистецтво, створені народом [5, 184–186].

Залежно від вибору одного зі значень буде характеризуватися саме явище популярної культури. Їй присвячені дослідження в різних колах знань: філософії, соціології, естетиці, мистецтвознавстві, психології, культурології тощо. Цей різновид культури становить складну систему, яка вимагає низки ґрунтовних досліджень. Багато вчених підкреслюють її безпосередній зв'язок зі споживачами, тобто з окремими прошарками суспільства (Т. Веблен, Б. Розенберг, Д. Рісмен, Д. Макдональд, Д. Бенсман).

Теорія масового суспільства, за словами К. Шапінської, розглядає популярну культуру як масову, тобто таку, що належить цьому товариству. Основним моментом у її становленні є процес індустріалізації та урбанізації, який мав руйнівні наслідки для культури. Виникнення великомасштабного та

механізованого промислового виробництва, зростання густонаселених міст призвели до дестабілізації попередніх ціннісних структур, які об'єднували людей. Руйнування пов'язаної із землею сільської праці, сільської тісної спільноти, занепад релігії, секуляризація, пов'язана з вірою в науку, поширення механічного і відчуженої заводської праці, встановлення моделей життя у великому місті, відсутність моральної основи – усе це лежить в основі масового суспільства і масової культури [4].

«Масове суспільство», «масова людина» – ці поняття стають визначальними для досліджень масової культури першої половини ХХ століття, схильних бачити її особливості у специфіці соціальних структур і змінюється під впливом нових технологій загального характеру культури.

Слушним буде зауважити, що Х. Ортега-і-Гассет робить акцент на соціальній природі масової культури, натомість О. Гакслі аналізує специфіку масової культури як естетичного явища, хоча також пов'язує її зі зростанням значущості маси в суспільстві. У статті «Мистецтво і банальність» (1923) О. Гакслі розкриває причини успіху масової культури – це, насамперед, впізнаваність і доступність. Крім того, суспільство потребує постійного підтвердження великих істин, хоча досягається це масовою культурою на низькому рівні і без смаку. Справа в тому, що попит на масову культуру зростає дуже швидко, а добрих художників ніколи не може бути достатньо, тому цей попит задовольняється поганими художниками [4, 23].

Т. Гундорова наголошує, що «форми масової культури знаходимо ще у ХVІІІ ст., коли особливою популярністю користуються жанри пригодницької літератури, подорожі, мандри. Прототипом масової літератури кінця ХVІІІ ст. можна вважати і лубки, які з'явилися у ХVІІ ст. в Росії і спочатку мали релігійний характер, а згодом секуляризувалися і стали популярним комерційним товаром» [1, 80–81]. Незважаючи на суперечливість оцінок популярної культури в цілому та її окремих аспектів, цілком вирогідним є той факт, що вона стала невід'ємною частиною життя людини ХХ століття, сформувала своєрідне середовище буття, органічно поєдналася з повсякденним життям та предметно-побутовою сферою.

Дж. Сторі зауважував: “Відправною точкою для кожного визначення масової культури є те очевидне зауваження, що **масова культура** – це просто культура, яка подобається значній кількості людей <...>. Зрозуміло, що будь-яке визначення терміна «масова культура» мусить включати в себе кількісний вимір: цього, здається, вимагає саме слово «масова». З іншого боку, так само очевидно, що самого лише кількісного показника недостатньо для адекватної дефініції масової культури. Такі підрахунки майже напевно включатимуть у себе офіційно санкціоновану «високу культуру»” [3, 21].

Соціолог Д. Чейні у дослідженні «Культурні зміни і повсякденне життя» виділяє чотири види популярної культури, які спростовують думки про ідентичність популярної й масової культури, а саме: доіндустріальна, урбаністична, масова і фрагментарна, які базуються на історичному принципі, взаємодоповнюючи одне одного.

Отже, аналіз наукової літератури з питань масової й популярної культури засвідчує, що на сьогодні відсутнє єдине розуміння їх співвідношення і значення. Визначення К. Шапінської, яка не накладає на популярну культуру жорстких часових рамок і характеризує її за критеріями зрозумілості, доступності і привабливості для більшої частини населення, є, на нашу думку, найбільш прийнятною. Важливою є думка вченої про складні форми взаємодії популярної культури із елітарною та народною.

Література

1. Гундорова Т. Популярна культура versus висока культура. *Кітч і література. Травестії*. Київ: Факт, 2008. С. 68–91.
2. Понятие культуры / Культура и искусство [Электронный ресурс]. URL: http://otherreferats.allbest.ru/culture/00006874_0.html.
3. Сторі Дж. Теорія культури та масова культура. Вступний курс; [перекл. з англ. Сергія Савченка]. Київ: Акта, 2005. 357 с.
4. Шапинская Е. Н. Очерки популярной культуры. Москва: Академический Проект, 2008. 191 с.
5. Williams, R. *Keywords, a Vocabulary of Culture and Society*. New York: Oxford University Press, 1983.

Кушнікова Н. О.,

студент,

Миколаївський національний університет імені В. О. Сухомлинського,
науковий керівник – канд. філол. наук, доцент **В. М. Баденкова**

ЕТНОЛІНГВІСТИЧНА МАРКОВАНІСТЬ КОЛЬОРОНАЗВ У ПОЕТИЧНІЙ МОВІ ЗБІРКИ «ЗАМУРОВАНА МУЗИКА» Д. КРЕМЕНЯ

Колір є одним із компонентів національного світосприйняття й світовіддзеркалення, належить до числа понять, які характеризують і духовні процеси, які відбуваються в суспільстві. Одним із важливих аспектів вивчення кольоративів є всебічний аналіз їх функційних властивостей у мові фольклору та художньої літератури. Численні спостереження в галузі лінгвопоетики переконують, що в поетичній мові назви кольорів є естетично проакцентованими, відзначаються багатством семантичних наповнень і виконуваних функцій. Колірна гама як важливе мовноестетичне явище є одним із показників індивідуального стилю автора, а її аналіз має принципове значення для розуміння специфіки поетичномовних картин світу. Універсальна категорія кольору – одна із центральних у поетичній мові Д. Кременя, тому є тлом для представлення семантики інших образів та їх осмислення, вербалізації образно-чуттєвих вражень, уявлень.