

Розділ III. КУЛЬТУРА ТА СУСПІЛЬСТВО. КУЛЬТУРА ПРОФЕСІЙНИХ СФЕР ДІЯЛЬНОСТІ

Part III. CULTURE AND SOCIETY. CULTURE OF PROFESSIONAL SPHERE OF ACTIVITY

УДК 111.852:7.01(091)

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ФЕНОМЕНА НАСЛІДУВАННЯ В МОДУСІ ГУМАНІТАРНОГО ЗНАННЯ XVIII-XX СТОЛІТЬ

Безугла Руслана Іванівна – доктор мистецтвознавства, доцент, головний науковий співробітник, Інститут проблем сучасного мистецтва Національної академії мистецтв України, м. Київ

<http://orcid.org/0000-0003-1190-3646>

DOI <https://doi.org/10.35619/ucpmk.vi33.298>

r.bezuhla@gmail.com;

Автор статті аналізує теоретичний доробок науковців щодо проблеми наслідування в модусі гуманітарного знання XVIII-XX століть. З'ясовано, що феномен наслідування розглядається з різних методологічних позицій та у різноманітних дискурсах і саме в досліджуваній період були створені перші фундаментальні праці, в яких наслідування розглядалось як цілісний соціокультурний феномен. Виявлено, що наслідування є амбівалентним феноменом, дослідження якого потребує міждисциплінарного підходу. Доведено, що проблема наслідування залишається актуальною для сучасного суспільства.

Ключові слова: наслідування, феномен, гуманітарне знання, соціальні практики, культурні практики, дослідження.

Постановка проблеми. Рубіж XX–XXI ст. характеризується важливими суспільно-політичними, соціально-економічними та соціокультурними перетвореннями, перспективи яких поки що складно повністю усвідомити й оцінити. Експансія ідеалів і стандартів західної цивілізації неоднозначно впливає на національну культуру та мистецтво, а економічна, політична й культурна інтеграція трансформують і девальвують систему національних цінностей. Оскільки феномен наслідування є багатоаспектним і досить неоднозначним, а Україна, як учасник глобалізаційних та глокалізаційних процесів, активно взаємодіє з представниками різних культур, складність і суперечливість процесів, що відбуваються в усіх сферах життєдіяльності глобалізованого суспільства, актуалізують проблему наслідування з огляду на зростання його впливу на моделі соціальної поведінки, на культурні та мистецькі практики.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Наслідування – це один із механізмів соціалізації, дотримання певних культурних зразків, стандартів, а у суспільному житті за допомогою наслідування відбувається поширення модних новацій, популярних ідей. Вже Платон в «Державі» виділив три види наслідування: мімесис пізнавальний, мімесис виховний та мімесис образотворчий [5]. Для класичного мистецтва принцип мімесису є одним із провідних, його тлумачать як всеохоплююче наслідування дійсності, хоча традиційне уявлення про мімесис і пріоритетні функції мистецтва було зруйноване у XX ст. Феномен наслідування є предметом дослідження представників різних наукових галузей гуманітарного знання – соціології, мистецтвознавства, культурології, психології, антропології, етики, етнографії, літературознавства тощо. Проте, саме з XVIII ст. розпочинається активне дослідження наслідування як соціокультурного феномена, з'являються одні з перших робіт, присвячені так званім законам наслідування та теорії «розтікання зверху донизу». Особливої уваги в контексті концептуалізації наслідування в гуманітарному знанні XVIII-XX ст. заслуговують роботи таких авторів, як П. Бурдьє, Г. Блумер, Т. Веблен, Г. Зіммер, Л. Свендсен, А. Сміт, Г. Спенсер, Г. Тард.

Мета статті – систематизувати наявні теорії щодо концептуалізації наслідування в модусі гуманітарного знання XVIII-XX ст. Міждисциплінарне вивчення наслідування забезпечує розв'язання наукової проблеми визначення специфіки наслідування як багатоаспектного феномена.

Виклад основного матеріалу. Наслідування – природний стан людини: ще з дитинства діти переймають поведінку батьків, однолітків, учителів тощо. Наслідування полегшує вивчення мови, опанування культурними зразками, вивчення правил спілкування й етикет. Разом із тим, завдяки наслідуванню з покоління в покоління передаються традиції, звичаї, стереотипи поведінки. Наслідувати – означає відтворювати чийось поведінку, манери, зовнішність, уявляти себе в образі того, кого наслідуєш; або більш-менш вдало імітувати чийсь стиль тощо. Важливо відмітити, що це наслідування

не завжди чітко усвідомлене особою, групою, стратою. Людина досить часто обирає собі зразок (ідеал, кумира тощо) для наслідування саме тому, що він захопив, полонив її уяву і вона хоче внутрішньо ототожнити себе з ним, перейняти на себе його роль, звички та манери.

Один із перших, хто почав розробляти основні положення «теорії наслідування», був Адам Сміт (1723–1790 рр.), який у роботі «Теорія моральних почуттів» («The Theory of Moral Sentiments», 1759) зазначав, що через схильність людини до захоплення багатими й відомими, відповідно, виникає бажання наслідувати їх. Одяг, мова, манера поведінки, вираз обличчя, пози стають об'єктами для наслідування. Навіть їх безумства та вади обумовлюють моду і більшість людей з упевненістю копіюють їх і набувають тих самих рис, які ганьблять багатих і відомих [7; 64].

До подібних висновків приходить й І. Кант (1724-1804 рр.) у своїй «Антропології». Він зазначав, що людина у своїй поведінці керується природною схильністю до наслідування якоїсь важливої особистості (діти імітують поведінку дорослих, прості – знатних). Закономірність подібного наслідування, а точніше, єдине бажання не видаватися більш пересічним, ніж інші, у реальності, не задумуючись про користь такого наслідування, називають модою [4; 134]. Кант указує на наявність певної закономірності, що полягає в тому, що інновації з'являються і є більш популярними у вищих колах, а вже коли вони втрачають актуальність для вищого світу, починають поширюватися на нижчі прошарки населення.

Г. Спенсер (1820–1903 рр.) вважав, що наслідування є сутністю моди: «Початково імітуючи вади еліти, а потім поступово й інші притаманні їй риси, мода завжди певною мірою сприяла соціальному вирівнюванню. Розмиваючи й у кінцевому рахунку, стираючи ознаки класових відмінностей, вона сприяла розвитку індивідуальності» [11]. Дослідник виділяв два типи наслідування – шанобливе та змагальне. На його думку, в основі першого лежить почуття глибокої поваги до об'єкта копіювання. Наприклад, нововведення в костюмі короля починають імітувати придворні, а згодом це наслідування підхоплюють нижчі прошарки. Змагальне наслідування виникає з бажання продемонструвати щонайменше свою рівність з об'єктом наслідування, а як максимум – перевагу, вищість над ним.

Наслідування як соціальне явище ґрунтовно розглянув у своїй роботі «Закони наслідування» (1890 р.) французький науковець Г. Тард (1843–1904 рр.). На його думку, винаходи геніальних творців набувають поширення в усіх соціальних системах у ході процесу наслідування, який продовжується від центру до меж системи, до тих пір, поки не стикнеться з будь-якою перепорою. Учений вважав, що всі три процеси (винахід, наслідування та супротив) повністю взаємозалежні та впливають один на одного. Наприклад, представниці вищого світу винаходять нові фасони, а коли їхні ідеї починають копіювати інші люди, на знак супротиву починають носити щось нове. Тард стверджує, що соціальні відносини наслідувані за своєю суттю, адже всі – суспільство й індивіди – знаходяться під владою бажань та ідей. На думку дослідника, ідея й потреба, хоч раз пущені в обіг, самі по собі прагнуть поширитись усе більше та більше в геометричній прогресії. Водночас вони намагаються вкоренитися, і їхній поступальний прогрес прискорює їх просування в глибину. Автор стверджував, що й у сьогоденні, і в минулому відсутня така історична сила, яку не можна б було пояснити за допомогою цих наслідувань собі або іншому [8; 101]. Тард вважав, що бажання утворюються з суспільних відносин людей, які підкоряються певним «законам наслідування». Первинно це проявляється в тому, що більш низькі соціальні прошарки наслідують вищі. Згідно з Тардом, процес наслідування йде від внутрішнього до зовнішнього та зводиться до такого: спочатку наслідують ідеї, а потім їх вираження; мету, а лише потім засіб. Внутрішнє – це мета або ідея, зовнішнє – засоби або їх вираження. Водночас, на думку Тарда, у суспільстві існує поле для більш широкого прояву законів наслідування, і вищі класи також можуть наслідувати нижчі.

Мислити самостійно завжди значно складніше та більш виснажливо, ніж мислити за допомогою іншого. Тард зазначав, що процес цивілізації стимулює особистісний раціональний підхід до наслідування. «З'ясовується, що ми знаходимось у такому самому поневоленні в навколишніх прикладів, як і наші предки, проте краще засвоюємо їх, завдяки більшій логічності в їх виборі, більшій індивідуальності, більшій доцільності зі своїми особливими природними схильностями та з тими цілями, які переслідуюмо, роблячи це» [8; 73–74].

Важливо зазначити, що наслідування не завжди має негативний характер, адже можна наслідувати й щось гідне. Як вже зазначалося, завдяки наслідуванню людина (особливо в дитинстві) опановує культурні стереотипи та навички, мову тощо. Але потрібно враховувати й те, що примітивні стилі поведінки завжди легше відтворювати, вони швидше засвоюються. Г. Тард вважав, що прагнення людини до наслідування – одна з найхарактерніших рис її натури; це беззаперечна істина. Весь соціальний світ являє собою не що інше як низку подібностей, вироблених різноманітними видами наслідування: наслідуванням-модою чи наслідуванням-звичкою, наслідуванням-симпатією чи наслідуванням-покорою, наслідуванням-освітою або наслідуванням-вихованням, нарешті, добровільними рефлексивними наслідуваннями [8].

Георг Зіммель (1858–1918 рр.) не тільки виділяв соціальний статус, але й розглядав людські потреби та нахили, що конкурують між собою, такі як: індивідуальність і конформізм, свобода та залежність тощо. Для Зіммеля будь-яка мода класова та розвивається лише завдяки тому, що вищі класи втрачають інтерес до однієї моди та кидаються «в обійми» іншій, як тільки більш низькі класи починають їх наслідувати. Автор вважав, що, крім наслідування, важливою складовою моди є розмежування, оскільки імітація народжується з прагнення до демонстрації класових відмінностей. На його думку, мода слугує для об'єднання кожного конкретного класу та відокремлення його від інших. Мода несе загрозу для вищої капіталістичної страти, оскільки дає можливість представникам нижчого робітничого прошарку зруйнувати межу, яка існує між стратами [3; 546]. Еліта ініціює появу моди, але коли маси у своєму прагненні зруйнувати зовнішні відмінності між стратами починають імітувати цю моду, відмовляється від неї на користь нових модних тенденцій. Збільшення добробуту призводить до прискорення цього процесу.

Таким чином, класичне пояснення причин «теорії наслідування» полягає в тому, що зразок (ідеал) формується у верхах, а потім (за допомогою наслідування та створення копій) «спускається» в більш низькі соціальні прошарки. Зрозуміло, що частина дослідників не повністю погоджується з таким твердженням. Наприклад, Г. Тард вважав, що бажання людей формуються з суспільних відносин, які підкоряються «законам наслідування» (нижчі прошарки наслідують вищі), проте він стверджує, що існує й зворотний процес, коли вищі класи можуть наслідувати нижчі. Важливо відмітити, що така позиція має більш обґрунтований вигляд у контексті дослідження моди, оскільки протягом історії траплялися випадки, що повністю суперечили теорії «розтікання зверху донизу». Наприклад, «одяг із розрізами», який носили найманці в XVI ст., став популярним (зрозуміло, у більш вишуканому варіанті) серед представників вищих класів. Джинси, які спочатку були одягом робітничого класу, згодом стали носити верхні соціальні прошарки тощо. Проте зазначимо, що «еволюція» джинсів була більш складною. Спочатку їх, услід за робітниками, почали носити художники, потім активісти лівих політичних партій і мотоциклісти, демонструючи таким чином заперечення існуючого порядку та добиваючись популярності в молодіжній культурі. Пізніше, коли молодість стала естетичною нормою, джинси отримали визнання в середньому класі та поступово втратили своє «бунтівне» значення. Хоча з самого початку джинси були «егалітарним» одягом (одягом для всіх класів і вікових груп), поступово з'явилась необхідність наділити їх диференціюючою якістю, зокрема за допомогою дизайну, частково прикріплюючи до них «лейбли». Так, 1966 р. Ів Сен-Лоран був першим, хто включив до своєї колекції джинси. Дизайнерські джинси стали прикладом того, як можна вдягатися «бідно», проте витрачаючи на це значні кошти (між джинсами з Dressmann та джинсами від Versace існує значна не лише вартісна, але й символічна відмінність) – це лише один із прикладів упізнаваного споживання. Найбільш яскраво ці тенденції отримали свій розвиток у 90-х роках XX ст.

П'єр Бурдьє (1930–2002 рр.) стверджував, що первинною рушійною силою в символічному споживанні є спроба вищих прошарків відрізнити себе від більш низьких, а не імітація більш низькими соціальними прошарками вищих. Науковець описує, як придбання естетичного об'єкта (немає значення, йдеться про твір мистецтва чи предмети одягу) призводить до того, що «об'єкт» перетворюється в «уречевлене заперечення з боку всіх тих, хто не гідний володіти ним, оскільки вони позбавлені тих матеріальних або символічних засобів, що є необхідними для його привласнення» [1; 99].

Автор уводить таке поняття, як «габітус». «Габітуси є принципами, що породжують практики ...» [10; 23–24]. Бурдьє описує габітус як «соціальне вміння орієнтуватися на місцевості» [2; 218]. Це відчуття направляє нас у соціальному просторі, проте воно ж ставить нас у цьому просторі на певне місце. Тобто соціальні структури обумовлюють практики й уявлення агентів, але й агенти виробляють практики і тим самим відтворюють чи перетворюють структури. У цьому контексті відмітимо, що для Бурдьє ці моменти генезису соціальної дійсності не є різнозначними та рядопокладеними, адже він не обмежується констатацією того, що вони перебувають у «діалектичному зв'язку», але підкреслює наявність ієрархії. Бурдьє розглядає габітус як продукт та індикатор класової приналежності: Соціально визнаній ієрархії видів мистецтва (а в середині цих видів ієрархія жанрів, шкіл та епох) відповідає соціальна ієрархія споживачів [2; 45]. Автор відмічав, що агенти можуть діяти тільки «всередині» вже існуючих соціальних відносин і тим самим лише репродукувати або трансформувати їх. За Бурдьє, габітус призводить до «систематичного вибору у сфері діяльності (де вибір звично розглядають як естетичний і він являє собою певну величину)» [1; 73]. Ця закономірність проявляється в таких соціальних відмінностях, як класова, статеві, різниця між містом та околицею, ступенем освіченості тощо. Габітус – це частина тієї конструкції, яку формує сам суб'єкт і його оточення.

Зауважимо, що в подібних підходах основною проблемою є те, що вони ґрунтуються на понятті «клас» (що сьогодні вважається застарілим), яке стає основною категорією та може містити в собі всі

інші відмінності, такі як: вік, стать, раса, етнос тощо. Сумнівно, що поняття класу може витримати таке змістове «навантаження».

Соціолог Г. Блумер (1900–1987 рр.) був одним із перших критиків теорії пояснення розвитку моди відповідно до класової диференціації. Для Блумера поясненням «наслідування» стала не класова диференціація, а певний вид колективного смаку, який змінюється і якому прагнуть відповідати люди, що розбираються в моді. Якщо для Веблена, Зіммеля і Бурдьє класова диференціація була основоположною в розвитку моди і вони вважали, що остання лише репродукується на моду, то, на думку Блумера, еліта сама змінюється в процесі розвитку моди. Еліта формується з тих, хто здатний встигати за цим процесом скоріше, ніж інші, і таким чином створювати свій власний статус і відповідати своєму часу. Ідея колективної селекції має перевагу, оскільки вона відкриває можливість для збалансованого погляду на розсіювання моди.

Блумер виділяв два види взаємодії – несимволічну і символічну. Несимволічна взаємодія характерна для живої природи, а символічна – притаманна лише людському суспільству та визначається наявністю комунікації між учасниками інтеграції за допомогою використання символів. Автор (спираючись на прагматизм) керується тим, що значення об'єкта визначають не властивими для нього якостями, а його роллю в поведінці. Об'єкт – це те, що він означає в очікуванні і реальній взаємодії. На думку Блумера, значення виникають у процесах соціальної взаємодії. Їх дослідник визначає виключно як мікропроцеси, а самі значення – як спосіб нерозривного зв'язку і між індивідами, і між явищами (об'єктами) у межах символічної взаємодії. Люди надають значення символам, тобто інтерпретують їх, унаслідок чого об'єкти, з якими вони взаємодіють, наділяються смислом. Науковець приділяв значну увагу аналізу інтерпретації, адже лише завдяки їй стає зрозумілим, як індивід прагне взаємодіяти з об'єктом і саме на основі інтерпретації може бути визначена по-новому ситуація дії. Блумер зазначав, що цей процес (саме процес, а не будь-який статичний стан) стосується не окремого індивіда, а щонайменше двох людей, які взаємодіють між собою. Отже, йдеться про процес взаємної інтерпретації, на основі якої й народжується взаєморозуміння. Відповідно, у процесі сумісної, взаємної інтерпретації символів відбувається своєрідне «конструювання соціальної реальності», прийняття та приписування значень, які й утворюють символічне середовище життя, стосунків, взаємодій, комунікації і спілкування індивідів.

Блумер, розглядаючи символічну взаємодію як процес інтеракції, підкреслював можливість використання цього поняття до характеристики діяльності (дій) окремого індивіда, що може бути досягнуте за допомогою звичайного емпіричного спостереження. Дослідник зауважував: «Кожному з нас знайомі такого роду дії, коли людина сердиться сама на себе, протиставляє себе собі, пишається сама собою, сперечається сама з собою, намагається зберегти свою мужність, говорить сама собі, що вона повинна зробити ту чи іншу справу, ставить перед собою цілі, вступає з собою в компроміси та планує, що вона повинна для цього зробити. Те, що людина діє відносно самої себе такими чи сотнями інших способів, підтверджує звичайне емпіричне спостереження» [9; 70].

Символи завжди посідають центральне місце при формуванні індивідуальності (і немає значення чи то череп, розп'яття, англійська шпилька, використана як прикраса для пірсингу, чи національний костюм). Основною вимогою до символів стає те, що вони повинні мати певне значення та повідомляти інформацію про їх власника. Наприклад, у попередніх суспільних формаціях, зокрема у феодальному суспільстві, коди, що містилися в одязі, мали більш стабільний характер і водночас указували на соціальну ідентичність. Поступово ця стабільність практично зникла, й одяг став менш точним показником суспільної ієрархії. З кінця XVIII ст. люди почали значно менше прикрашати одяг специфічними декоративними елементами, а замість цього надавали велике значення фасонам і текстурі. Це призвело до того, що одяг меншою мірою демонстрував ідентичність його власника [6; 93]. І хоча вбрання несе в собі однозначну інформацію (принаймні для певних груп, які можуть прочитати коди, що в ньому містяться) мабуть, неможливо стверджувати, що весь одяг передає потрібну інформацію таким чином. Навпаки, у сучасному суспільстві за його допомогою можна створити будь-який бажаний образ, ілюзію того, що насправді не існує та не є притаманним цій особі.

Вагомими для наслідування стають ті цінності, що панують у суспільстві, кого й що наслідують у ньому люди і хто для них є «героєм свого часу». Загальновідомо, що в значної частини людей самооцінка залежить від ступеня їх схожості зі значимим для них зразком: якщо схожий, значить людина «вдбулася», якщо ні – то «зазнала фіаско». У більшості випадків, це зауваження стосується того типу людей, для яких є характерною особиста «незрілість», оскільки вони цілком залежать від зовнішніх впливів, часто не мають власної думки тощо. Відтворюючи запозичені штампи (стилю життя, поведінки, манери одягатися тощо), багато хто опиняється в жорсткій залежності від зазначених штампів. «Верховним законом наслідування є його прагнення до безкінечного поширення. Це свого роду вроджене та безмірне владолюбство, що складає душу всесвіту та фізично виражається

переможним завоюванням простору, а біологічно прагненням кожного, навіть найскромнішого виду, наповнити всесвіт своїми особами, спонукає всяке відкриття або винахід, навіть нікчемне індивідуальне нововведення, поширитися в усій нескінченно-розширеній сфері соціальних відносин» [8; 284].

Зазначимо, що протягом історії провідну роль у створенні зразків для наслідування відігравали не лише вищі страти (у сучасному суспільстві роль аристократії – ініціаторів нововведень – виконують засоби масової інформації та комунікації), але й лансери (lanceur). Лансери – лідери певної спільноти, субкультури, зірки (театру, кіно, телебачення тощо), які не тільки вміють створювати відповідний візуальний образ, але й надають йому теплоту й особистий блиск. Їх харизматичний шарм містить важливий механізм наслідування, що викликає зачарованість створеним образом і пробуджує інтерес та споживацьке бажання.

Існує декілька досить вагомих чинників, чому дорослі люди імітують лансерів. По-перше, як уже зазначалося, наслідування є природним станом людини. По-друге, людина прагне «знайти» себе, швидше за інших переймає стиль життя та різноманітні атрибути, які полюбляє її кумир. По-третє, це стан абсолютної чи відносної депривації¹. Наслідувач хоче стати схожим на кумира, оскільки підсвідомо асоціює його зі стабільним добробутом, популярністю й успіхом. По-четверте, у людини досить низька самооцінка й за допомогою наслідування чужого стилю життя, поведінки, стилю в одязі тощо вона прагне її підвищити. Наступними чинниками можуть бути й проблеми в особистому житті, бідний внутрішній світ, відчуття власної пересічності або недосконалості тощо. За допомогою наслідування людина прагне заповнити душевну пустоту, розширити коло знайомств і нові почуття. Тобто наслідування стає своєрідним способом змінити власне життя. Водночас надмірне захоплення деталями особистого життя лансера призводить і до негативних наслідків. Сюди можна віднести анорексію, депресію, звернення до пластичної хірургії, відмову від відповідальності за власне життя, втрату індивідуальності й інші проблеми.

Ще одним спонукальним моментом для наслідування є бажання людини бути не гіршою за інших, не осоромитися. Зрозуміло, що така позиція викликає напруження розумових, емоційних і фізичних сил людини. Добре, якщо це «змагання» стає стимулом для розвитку, гірше, якщо воно перетворюється на суперництво (хто краще вдягнутий, у кого більші статки, хто має кращий вигляд чи хто є більш популярним тощо).

Висновки. XVIII-XX ст. стали періодом, коли в гуманітарній науці було закладене теоретичне підґрунтя дослідження наслідування як амбівалентного феномену. З'ясовано, що наслідування може мати як ситуаційний, так і поза ситуаційний характер і в цьому випадку стає способом засвоєння чужого життєвого досвіду. Може бути умовою об'єктивації при реалізації будь-якої установки: індивід «запозичує» в оточення більш вигідний спосіб дії або здійснює заздалегідь заплановану дію, на яку раніше не зважувався. При цьому збільшена схильність до наслідування призводить не тільки до конформізму, але й до «народження» кітчу. Розуміння законів наслідування, його позитивних і негативних властивостей та впливів на розвиток сучасного суспільства, дозволить запобігти негативному впливу глобалізаційних процесів на національну культуру та мистецтво.

Примітки:

1. Абсолютна депривація – неможливість для індивіда або соціальної групи задовольняти свої базові потреби через відсутність доступу до основних матеріальних благ і соціальних ресурсів тощо.

2. Відносна депривація – розбіжність «ціннісних очікувань» (блага й умови життя, на які люди, як вони вважають, справедливо заслуговують), що сприймається суб'єктивно й болісно переживається, і «ціннісних можливостей» (блага й умови життя, які люди, знову ж таки за їх уявленням, можуть отримати насправді).

Список використаної літератури

1. Бурдьє П. Социальное пространство: поля и практики / пер. с фр., сост., общ. ред., пер. и послесл. Н. А. Шматко. Санкт-Петербург : Алетея; Москва : Ин-т экспериментальной социологии, 2005. 576 с. (Gallicinium).
2. Бурдьє П. Социология политики. Москва : Socio-Logos, 1993. 336 с.
3. Зиммель Г. Избранные работы. Київ : Ніка-Центр, 2006. 360 с. (Сдвиг парадигмы).
4. Кант И. Антропология с прагматической точки зрения. Санкт-Петербург : Наука, 1999. 471 с. (Слово о сущем).
5. Платон. Государство. Соч. в 3 т. Т. 3. Ч. 1. Москва : Мысль, 1971. С. 89-454.
6. Свендсен Л. Философия моды / пер. с норв. А. Шипунова. Москва : Прогресс-Традиция, 2007. 256 с.
7. Смит А. Теория нравственных чувств / вст. ст. Б. В. Мееровского; подгот. текста, коммент. А. Ф. Грязнова. Москва : Республика, 1997. 351 с.
8. Тард Г. Законы подражания. Москва : Академ. проект, 2011. 304 с. (Психологические технологии).
9. Blumer H. Symbolic Interactionism. Perspective and Method. New Jersey, 1969. P. 70.
10. Bourdieu P. Raison pratiques. Sur la théorie de l'action. Paris: Ed. de Seuil, 1994. P. 23–24.
11. Spencer H. The Principles of Sociology. London : Read Books, 2013. 908 p.

References

1. Burde P. Sotsialnoe prostranstvo: polya i praktiki / per. s fr., sost., obsch. red. per. i poslesl. N. A. SHmatko. Sankt-Peterburg : Aleteyya; Moskva : Institut eksperimentalnoy sotsiologii, 2005. 576 s. (Gallicinium).
2. Burde P. Sotsiologiya politiki. Moskva : Socio-Logos, 1993. 336 s.
3. Zimmel G. Izbrannyye raboty. Kii'v : Nika-TSentr, 2006. 360 s. (Sdvig paradigmy).
4. Kant I. Antropologiya s pragmaticheskoy tochki zreniya. Sankt-Peterburg : Nauka, 1999. 471 s. (Slovo o suschem).
5. Platon. Gosudarstvo. Sochineniya v 3 t. T. 3. CH. 1. Moskva : Myisl, 1971. S. 89–454.
6. Svendsen L. Filosofiya modyi / per. s norv. A. SHipunova. Moskva : Progress-Traditsiya, 2007. 256 s.
7. Smit A. Teoriya npravstvennyih chuvstv / vst. st. B. V. Meerovskogo ; podgot. teksta, komment. A. F. Gryaznova. Moskva : Respublika, 1997. 351 s.
8. Tard G. Zakonyi podrajaniya. Moskva : Akadem. Proekt, 2011. 304 s. (Psihologicheskie tehnologii).
9. Blumer H. Symbolic Interactionism. Perspective and Method. New Jersey, 1969. P. 70.
10. Bourdieu P. Raison pratiques. Sur la théorie de l'action. Paris: Ed. de Seuil, 1994. P. 23–24.
11. Spencer H. The Principles of Sociology. London : Read Books, 2013. 908 p.

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИССЛЕДОВАНИЯ ФЕНОМЕНА ПОДРАЖАНИЯ В МОДУСЕ ГУМАНИТАРНОГО ЗНАНИЯ XVIII-XX ВЕКОВ

Безуглая Руслана Ивановна – доктор искусствоведения, доцент, главный научный сотрудник, Институт проблем современного искусства Национальной академии искусств Украины, г. Киев

Статья посвящена исследованию феномена подражания в модусе гуманитарного знания XVIII-XX веков. Выяснено, что феномен подражания рассматривается учеными с разных методологических позиций и в различных дискурсах. Утверждается, что именно в данный исторический период были созданы первые фундаментальные работы, в которых подражание исследуется как целостный социокультурный феномен. Выявлено, что подражание является амбивалентным феноменом, исследование которого требует междисциплинарного подхода. Доказано, что проблема подражания остается актуальной для современного общества.

Ключевые слова: подражание, феномен, гуманитарное знание, социальные практики, культурные практики, исследования.

THEORETICAL AND METHODOLOGICAL BASES OF STUDYING THE PHENOMENON OF IMITATION IN THE MODUS OF HUMANITARIAN KNOWLEDGE OF THE XVIII-XX CENTURIES

Bezuhla Ruslana – Doctor of Study of Art, Associate Professor, Chief Researcher, Institute of Contemporary Art Problems National Academy of Arts of Ukraine, Kyiv

The article is devoted to the study of the imitation phenomenon in the modus of humanitarian knowledge of the XVIII-XX centuries. It turned out that the phenomenon of imitation is considered by scientists from different methodological positions and in various discourses. It is argued that it was during this historical period that the first fundamental works were created in which imitation is studied as an integral sociocultural phenomenon. It was revealed that imitation is an ambivalent phenomenon, the study of which requires an interdisciplinary approach. It is proved that the problem of imitation remains relevant for modern society.

Key words: imitation, phenomenon, humanitarian knowledge, social practices, cultural practices, research.

UDC 111.852:7.01(091)

THEORETICAL AND METHODOLOGICAL BASES OF STUDYING THE PHENOMENON OF IMITATION IN THE MODUS OF HUMANITARIAN KNOWLEDGE OF THE XVIII-XX CENTURIES

Bezuhla Ruslana – Doctor of Study of Art, Associate Professor, Chief Researcher, Institute of Contemporary Art Problems National Academy of Arts of Ukraine, Kyiv

The aim of the article is to investigate and systematize existing theories regarding the conceptualization of imitation in the modus of humanitarian knowledge of the XVIII-XX centuries. An interdisciplinary approach provides a solution to the scientific problem of determining the specifics of imitation as a multidimensional phenomenon.

Research methodology. The theoretical and methodological basis for the study were such general scientific approaches as: systemic, which made it possible to study imitation as an ambivalent multi-aspect sociocultural phenomenon; the axiological approach made it possible to clarify the role and importance of imitation in social and cultural practices; an interdisciplinary approach ensured the use in the analysis of the phenomenon of imitation of the theoretical achievements of the social and humanitarian sciences.

Results. The research results have theoretical significance, which consists in expanding the subject field of cultural studies, in particular, imitation is considered as a sociocultural phenomenon that directly affects the cultural practices of our time.

Scientific novelty. In the article, imitation is considered as an ambivalent sociocultural phenomenon aimed at the unification of society. Based on the analysis of scientific works of the 18th-20th centuries in the social and humanitarian sphere, the positive and negative features of imitation were revealed, its role in social communication was clarified.

The practical significance. The results contribute to a deeper understanding of imitation as a sociocultural phenomenon, including a further study of the essential specifics of imitation from different perspectives. Understanding the laws of imitation, its positive and negative properties and impacts on the development of modern society will prevent the negative impact of globalization processes on national culture and art.

Key words: imitation, phenomenon, humanitarian knowledge, social practices, cultural practices, research.

Надійшла до редакції 22.10.2019 р.

УДК 791.9

ВИДОВИЩЕ ТА ВИДОВИЩНІСТЬ В СУЧАСНІЙ КУЛЬТУРІ УКРАЇНИ

Гайдукевич Катерина – кандидат культурології,

доцент кафедри івент-менеджменту та індустрії дозвілля,

Київський національний університет культури і мистецтв, м. Київ

<https://orcid.org/0000-0001-5972-4693>,

DOI <https://doi.org/10.35619/ucpmk.vi33.299>

gajdykevich@ukr.net

Обґрунтовано, що видовища характеризуються специфічними ознаками, серед яких варто наголосити на культурній цінності, що виявляється у використанні видовищем різних складових культури. Доведено, що видовища є показниками суспільних зрушень у системі цінностей, ідеологій, наявних і латентних проблем, устремлінь та бажань громадськості. Показано, що в сучасній культурі України пріоритетною є функція соціальної регуляції й формування суспільної думки, яка реалізується у форматі імітативних практик та множинних культурних інтерпретацій. Проаналізовано напрями, за якими розвиватимуться видовища й видовищність в Україні: зміцнення й популяризація традиційних видовищних заходів; усталення нових видовищних практик; збагачення видовищної культури інноваційними формами та практиками.

Ключові слова: видовище, видовищність, видовищна культура, культурні практики, культурні цінності.

Постановка проблеми. Історія розвитку людства свідчить, що видовище, як соціальний інститут та форма регуляції людської діяльності, є потужним засобом впливу на духовний розвиток людини. Проте, в сучасній культурі України спостерігається динамічне зростання проявів видовищної культури у неприбуткових для неї галузях суспільного життя: політиці та релігії, спорті й освіті, економіці і медицині. Видовищністю просякнуті діяльність державних та громадських інституцій, культурно-просвітницьких й рекреаційно-спортивних заходів, повсякдення окремої людини, її цінності, устремління та мрії. Світ видовищ, як зазначають Л. Наумова та М. Хренов, вийшовши далеко за межі традиційних видів мистецтва (театру, цирку, кіно та телебачення), детермінує видовищні ознаки в універсальні риси сучасної культури.

Водночас, тенденції розвитку видовищної культури є доволі складними для системного ґрунтового дослідження, оскільки вивчаються за допомогою методик, що застосовуються у різних наукових галузях: соціології, філософії, політології, етнографії, культурології тощо. На цьому тлі окреслюється термінологічна розпорошеність, концептуальна неузгодженість й не глибинна дослідженість видовищної культури загалом та видовищ зокрема.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичні засади видовищ, їхні основоположні принципи, класифікаційні ознаки та структурно-функціональне навантаження досліджуються у працях, що вже стали класичними – А. Банфі, А. Беніфанда, К. Жигульського, В. Кісіна, Л. Наумової, М. Хренова. На естетизації видовищ та його використанні з метою впливу на масову свідомість акцентують увагу М. Пашкевич, Я. Ратнер, Р. Ширман, І. Шубіна. Серед досліджень і публікацій науковців окремим аспектам видовища (взаємозв'язкам із працею, спілкуванням, економікою, владою, соціальними цінностями), присвячено статті О. Жуковіна, Я. Крижанівської, Т. Лютого. Чи не єдиним вітчизняним дисертаційним дослідженням у царині видовищної культури є праця О. Лачко, яка у розділах «Сутнісні характеристики театрального постмодернізму в контексті видовищної культури ХХ ст.» та «Мистецькі аспекти втілення постмодерністських театральних практик у контексті видовищної культури України» досліджує інноваційні форми видовищ (перформанс, гепенінг та інвайронменту), проте системного обґрунтування поняття «видовища», як власне, і аналізу тенденцій його розвитку, в роботі бракує. Окремі статті мистецтвознавців – Г. Вишеславського, Т. Грідяєва, В. Склярова – присвячені гепенінгу, перформативним практикам, мистецькому акціонізму в цілому, розкривають історичний розвиток та соціальне призначення цих видовищних практик.

Не можна оминути увагою й монографічні дослідження К. Станіславської та Л. Саєнкової, що містять аналіз різноманітних видовищних форм й висвітлюють тенденції трансформації видовищної культури в умовах переходу суспільства від масового до інформаційного.

Підкреслюючи важливість набутих знань щодо видовищної культури в цілому та видовищ зокрема