

МІЖДИСЦИПЛІНАРНА СИНТЕЗИЯ КОНВЕНЦІЙ ТА ПАТЕРНІВ СУЧАСНОЇ ПОПУЛЯРНОЇ КУЛЬТУРИ США

Андрій Пількевич, Вікторія Пількевич

INTERDISCIPLINARY SYNTHESIS OF CONVENTIONS AND PATTERNS IN CONTEMPORARY U.S. POPULAR CULTURE

Andrii Pilkevych, Viktoriia Pilkevych

This article offers a comprehensive interdisciplinary analysis of contemporary popular culture in the United States, with a focus on its development over the past two decades. The research encompasses various theoretical approaches, including philosophical, economic, sociological, psychological, historical, and anthropological perspectives, aiming to provide a nuanced understanding of the complex and multifaceted phenomenon of popular culture within the context of globalization and digital transformation. Attention is given to the impact of recommendation algorithms on popular culture, particularly their role in fostering cultural homogenization, personalizing cultural experiences, and shaping new cultural trends. The issues of cultural hybridization, the ritualization of social practices, and the significance of collective memory in the context of popular culture are also explored. Historical analysis reveals the periodization and evolution of cultural institutions, while the socio-anthropological approach highlights the importance of symbolic structures in the formation of cultural narratives. The philosophical lens emphasizes the postmodern characteristics of contemporary popular culture, including the deconstruction of traditional cultural patterns, and analyzes the dynamics of metaphysical concepts, particularly the idea of presence within the conditions of hyper-reality. Sociological methodologies assist in addressing the structuration of cultural practices and adaptive processes of socialization through social networks and other digital platforms, which are emerging as new spaces for the construction of social identities. The psychological analysis focuses on the cognitive and emotional effects induced by popular culture, including cognitive disintegration caused by excessive media consumption, and the impact of social comparison on self-esteem and the psychological well-being of individuals. It is emphasized that popular culture products can be designed to appeal to unconscious desires and internalized norms, shaping motivational structures and social behavior patterns. The economic perspective highlights the processes of commodification of cultural products and the monetization of cultural industries. The article underscores the necessity of integrating these approaches to gain a deeper understanding of how contemporary popular culture in the United States influences global cultural processes and shapes the future directions of cultural practices and social structures. The conclusions emphasize the importance of an interdisciplinary approach that allows for a comprehensive consideration of the impact of popular culture on society, its cultural norms, identities, and social dynamics.

Keywords: popular culture, USA, cultural digitalization, interdisciplinary synthesis, globalization.

Феномен сучасної популярної культури Сполучених Штатів Америки найбільш вдало, на наш погляд, можна змалювати у вигляді динамічної системи перманентних технологічних інновацій, які дозволяють імплементувати та масштабувати плюралізм локальних суспільно-політичних конвенцій у світову глобалізаційну рамку. Сучасна популярна культура, особливо в контексті останніх двох десятиліть, являє собою складний, полісемантичний процес, що інтегрує множинні дискурсивні практики, та розширені можливості альтернативного соціокультурного представлення реальної чи віртуальної ідентичності. Подальші процеси глобалізації та цифрової трансформації продукують нові модули соціальної взаємодії, культурного виробництва і споживання. Сфера популярної культури вже досить стійко асоціюється з міждисциплінарними підходами у її дослідженні та бачиться умовною платформою для теоретичної інтерпретації

ідеологічних, естетичних та семіотичних парадигм, які формують сприйняття соціальної реальності та нарративів структур. Одним із ключових аспектів даного феномена є його постмодерний характер, що виражається у фрагментації, еkleктизмі та гібридизації культурних кодів. Ці риси сприяють деконструкції традиційних ієрархій і відкривають простір для множинності інтерпретацій (Heranova 2024, p. 519). Водночас, процеси глобалізації, що все більше актуалізуються, істотно вплинули на конституювання популярної культури США як домінуючої структури в глобальному масштабі (Crothers 2010, p. 184). Через поширення американських культурних продуктів, які стають «глобальними артефактами», відбувається гомогенізація культурного ландшафту, що, однак, супроводжується процесами культурної апропріації та локальної адаптації. Одночасно цифровізація, як ключовий фактор трансформації соціокультурного простору, спричинила радикальні зміни у способах продукування та споживання культурних продуктів. Соціальні медіа, стрімінгові платформи та інші цифрові інструменти ламають традиційні бар'єри між виробниками та споживачами «культурних текстів», що, в свою чергу, забезпечує демократизацію культурного процесу. Такі платформи як Facebook, Twitter, Instagram та TikTok, суттєво змінили спосіб споживання та виробництва популярної культури. Вони стали важливими засобом комунікації, просування та формування суспільних трендів, забезпечуючи безпосередній зв'язок між інфлюенсерами та їхніми шанувальниками. Тисячі блогерів, що презентують свій контент на різних платформах стали новими зірками популярної культури, здатними впливати на громадську думку та формувати тренди. Поява і розвиток стрімінгових сервісів, таких як Netflix, Hulu, та Disney+ тощо, революціонізували спосіб перегляду фільмів та телешоу. Ці платформи пропонують глядачам доступ до величезної бібліотеки контенту, адаптуючи свої пропозиції до індивідуальних уподобань користувачів завдяки алгоритмам рекомендацій. Ця технологія, що активно використовуються в стрімінгових сервісах та соціальних медіа, останнім часом зазнає критики через проблему «культурної гомогенізації», оскільки користувачам пропонують контент, схожий на той, який вони вже споживали. Це призводить до утворення так званих «інформаційних бульбашок» чи обмежених «еко середовищ», що знижує різноманітність у культурному споживанні. Мова іде про персоналізацію культурного досвіду, де алгоритми рекомендацій створюють унікальні шляхи споживання контенту для кожного користувача. Ця дійсно інколи «рятує» від емоційно небажаного інфо-потоків, але водночас може суттєво обмежувати реальну інфо-палітру, залежно від якості та об'єктивності алгоритмічних рішень, що впливають на доступ до різних жанрів, стилів, тем тощо. Звідси виникає нова проблема, що концептуалізується як «стандартизація смаків», коли популярність окремих культурних продуктів штучно підвищується за рахунок рекомендаційного показу, що впливає на рамку культурних уподобань. Алгоритми рекомендацій критикують за їх віральність і миттєвість, що покликані швидко залучати велику кількість користувачів, але мають короткостроковий вплив. Це зміщує акцент з довгострокової культурної цінності на негайний успіх, що може обумовлювати деградацію культурного виробництва. Також існує проблема «стартової нерівності» у культурному виробництві, коли перевага надається творцям контенту, які вже мають велику аудиторію. Це обмежує можливості нових і менш відомих творців досягти широкого визнання, що веде до концентрації культурного капіталу у невеликого кола популярних авторів і власників брендів. В цьому ключі виникає питання практичної відповідальності розробників алгоритмів, які повинні враховувати, як їхні системи впливають на різноманітність культурних виразників, рівний доступ до культурних ресурсів тощо. Варто відмітити і тенденцію до зменшення впливу традиційних культурних критиків, оскільки користувачі все більше покладаються на автоматичні системи для вибору культурних продуктів. Це змінює роль критики у суспільстві, переміщуючи акцент з експертного оцінювання на алгоритмічні рішення, які часто базуються на поведінкових даних користувачів. Водночас, серед позитивних тенденцій можна відмітити, що алгоритмічні рекомендації здатні впливати на формування нових культурних норм і трендів, швидко поширюючи певні нові ідеї, стилі або жанри серед великих аудиторій. Але цей процес може як підтримувати інновації, так і створювати ілюзію новизни, коли алгоритми просувають вже існуючі тенденції під новою обгорткою. На останок варто згадати, що разом із описаними вище тенденціями найбільш помітною проблемою залишається поглиблення віртуалізації культурного споживання. Контент, що адаптований для онлайн-платформ динамічно заміщує культуру з традиційних фізичних просторів (театри, кінотеатри, галереї, виставки тощо) до цифрових середовищ, змінюючи способи взаємодії людини з культурними продуктами і трансформуючи саму сутність культурного споживання.

Феномен сучасної популярної культури Сполучених Штатів Америки є багатограним, що обумовлює необхідність застосування різноманітних наукових перспектив у методології аналізу, кожна з яких формує свій унікальний внесок.

Історична перспектива дослідження, на наш погляд, має базуватися, перш за все, на класичному діахронічному методі аналізу культурних трансформацій. Цей підхід дозволяє простежити генезис культурних феноменів, від їх зародження до сучасного стану, а також виявити вплив історичних контекстів на формування домінуючих культурних наративів (Rigney 2010, p. 104). Діахронічний підхід допомагає виявити довготривалі тенденції, їх періодизацію, місце та роль в історії американської культури. Реконструкція історичних наративів у популярній культурі США передбачає ретроспективний аналіз того, як минулі події та постаті інтерпретуються і представляються у сучасних культурних продуктах. Цей процес часто супроводжується селективним відбором фактів, ідеологічними інтерпретаціями і анахронізмами, що впливають на історичну свідомість суспільства. Реконструкція історичних наративів через призму популярної культури створює нові міфи і легенди, що формують колективну пам'ять. Водночас історична контекстуалізація «культурних артефактів» є ключовим методом, що дозволяє зрозуміти значення та функції популярних культурних продуктів у конкретному історичному середовищі. Аналізуючи «культурні артефакти» через призму їхнього історичного контексту, історики можуть виявити зв'язок між культурними явищами та соціально-політичними процесами певного періоду, а також оцінити їх вплив на подальший розвиток культури. В цьому ключі актуалізуються поняття континуїтету та дисконтинуїтету. Історики, в ході проведених досліджень, виявляють елементи які зберігаються протягом тривалого часу, елементи які зазнають радикальних змін або зникають. Цей підхід допомагає краще описати довготривалі традиції, що продовжують своє існування, навіть під впливом соціальних і технологічних змін. Водночас аналізуються інші форми збереження в часі, наприклад історична рецепція. У контексті популярної культури США цей підхід дозволяє зрозуміти, як певні культурні продукти, такі як музика, кіно, література, змінювали своє значення в суспільстві залежно від соціально-політичних умов і оновлення домінуючих ідеологій. Це особливо актуалізується при побудові логічних моделей пояснення причинності, як культурні феномени, що спочатку мали маргінальний статус, згодом централізувались у певних історичних контекстах. Не менш важливим є дослідження історичної еволюції культурних інститутів, таких як кіностудії, музичні лейбли або видавництва. Цей підхід включає вивчення того, як економічні, політичні та соціальні зміни вплинули на функціонування та структуру цих інститутів, а також на їхню роль у формуванні та поширенні конструктів популярної культури. Історична еволюція інститутів дозволяє краще зрозуміти, які зміни вплинули на культурне виробництво та споживання. Ретроспективний аналіз технологічних інновацій у взаємозалежності з ключовими тенденціями популярної культури США, дозволяє дослідити, як технологічний прогрес змінював способи виробництва, розповсюдження та споживання культурних продуктів. Від виникнення радіо та телебачення до появи інтернету і стрімінгових сервісів, технології відігравали ключову роль у трансформації культурного ландшафту. Ретроспективний аналіз виявляє, як кожен новий технологічний етап впливав на зміни в культурному полі та формував нові соціальні практики. Нарешті одне з найважливіших понять з яким працює історик – колективна пам'ять. Мова йде про формування сталої ідентичності через популярну культуру (Boyer 2018, p. 74). Процеси меморіалізації історичних подій, які відображаються в літературних текстах, фільмах, музиці та інших формах масової культури, сприяють закріпленню певних історичних наративів у суспільній свідомості (Rigney 2008, p. 346). Колективна пам'ять виконує функцію соціального цементу, об'єднуючи різні групи суспільства навколо спільних історичних символів і подій, водночас формуючи національну ідентичність.

В свою чергу соціальна-антропологія та культурологія бачать популярну культуру як один з інструментів гегемонії, який домінуючі групи використовують для нав'язування своїх цінностей і норм. Цей процес реалізується через масмедіа та культурні індустрії, які формують умовний ландшафт і впливають на поведінкові патерни в суспільстві (Jenkins 2008, p. 84). У вимірі соціальної-антропології гегемонія відображається у щоденних практиках, ритуалах та символах, що відтворюють і підтримують домінуючі ідеології. Ритуалізація культурних практик в популярній культурі США є важливим полем досліджень. Ритуали, як формалізовані і повторювані дії, відіграють ключову роль у підтримці культурних традицій і соціальних норм. У популярній культурі ритуали можуть включати масові заходи, святкування, спортивні події та інші форми колективного вираження, які закріплюють соціальні ідентичності, об'єднуються у колективи на ґрунті спільного переживання аксіологічних символів. Не менш важливо звернути увагу на процес культурної гібридизації, що відображає інтеграцію та взаємодію різних культурних елементів у глобалізованому світі (Hall 2016, p. 44). Соціальна антропологія досліджує, як ці крос-культурні взаємодії створюють прогресивні форми, що поєднують традиційні та сучасні елементи. Гібридизація також демонструє, як локальні культури адаптуються до глобальних

впливів, створюючи нові ідентичності, які є результатом об'єднання різних практик. Культурна ідентичність є центральним об'єктом дослідження в культурології та соціальній антропології в контексті популярної культури США. Соціальні інститути, такі як сім'я, освіта, релігія впливають на формування ідентичності, визначаючи, які культурні норми та цінності сприймаються як легітимні культурні символи. Через цю парадигму пояснюється сприйняття чи не сприйняття субсимволів, таких як бренди, логотипи.

Через призму філософії сучасну популярну культуру США можна представити як онтологічно фрагментовану структуру, в якій відбувається постійна деконструкція класичних культурних парадигм. У цьому контексті культурні артефакти слід розглядати як феномени, що перебувають у постійному стані оновлення, як такі, що позбавлені есенційної стабільності. Ця онтологічна невизначеність стає основою для плюралістичних інтерпретацій, що відображають постмодерністський підхід до розуміння буття (Harman 2018, р. 82). В умовних межах сучасної популярної культури епістемологічна релятивність стає провідною ідеєю, яка ставить під сумнів існування єдиної, об'єктивної істини. Істина конститується через множинні дискурси, кожен з яких пропонує свою версію реальності (Žižek 2011, р. 89). Водночас екзистенційний вимір популярної культури відображається у прагненні до автентичності, втомі від імітацій, наслідком якої є екзистенційна тривога і відчуження (Han 2020, р. 56). Метафізика присутності, як класична філософська категорія, зазнає радикальної трансформації в умовах гіперреальності сучасної популярної культури (Hui 2021, р. 72). У світі, де симулякри замінили реальні події, присутність стає медіатизованою і контингентною, що підриває її традиційне розуміння і потребує перегляду фундаментальних метафізичних концептів.

В основі соціологічного погляду на сучасну популярну культуру США лежить теорія структуралізації, де культурні практики формуються і регулюються соціальними структурами. Ця структуралізація відображає функціональну взаємодію між агентами культури та соціальними інститутами, що контролюють виробництво, розповсюдження і споживання культурних продуктів (Reckwitz 2017, р. 62). Взаємозв'язок між соціальною структурою і культурною агенцією є центральним об'єктом соціологічного аналізу. Популярна культура розглядається як важливий елемент культурного капіталу, який впливає на соціальну мобільність індивідів і груп (Bourguignon 2019, р. 36). Це поняття включає в себе володіння культурними кодами і символами, які підвищують соціальний статус і відкривають доступ до сходинок ієрархії. Соціальні мережі, що вже стали невід'ємною складовою популярної культури, виступають як новий простір соціалізації, де відбувається конструювання ідентичностей і нових правил соціальних відносин (Castells 2010, р. 48). У цьому контексті соцмережі слід розглядати як середовище, де формуються «цифрові типи» соціальної взаємодії, які впливають на загальну конституцію соціальних норм. Варто звернути особливу увагу на те, що в рамках подібного аналізу популярна культура розглядається через призму габітусу, який визначає спосіб сприйняття, оцінки і споживання культурних продуктів.

Психологічна перспектива бачення сучасної популярної культури активно звертається до архетипічних образів, як універсальних психологічних моделей, що знаходять вираження в культурних наративах, впливають на поведінку, цінності і життєві орієнтири індивідів. Сучасна популярна культура США, перенасичена медіа-контентом, спричиняє когнітивну дезінтеграцію, коли індивіди стикаються з надмірною кількістю інформаційних стимулів, що перевантажують когнітивні процеси (Giles 2002, р. 13). Це веде до зниження здатності до критичного мислення, формування когнітивних спотворень та розмивання меж між реальністю і віртуальним світом. Популярна культура виступає як механізм інтерналізації культурних норм і цінностей через процеси імітації і соціального навчання. Індивіди, під впливом медіа, засвоюють і репродукують поведінкові моделі, що призводить до формування колективних ідентичностей і культурних стереотипів. Водночас, створені професійними психологами комерційні продукти апелюють до несвідомих бажань і потреб індивідів, що формують їх мотивацію до споживання (Sloterdijk, 2018, р. 86). Популярна культура виступає як канал для сублімації бажань, водночас підсилюючи споживацьку поведінку та залежність від культурних товарів. Також, вплив популярної культури на індивідуальну психіку виражається через механізм «соціального співставлення», коли індивіди порівнюють себе з культурними ідеалами, представленими в медіа. Це все частіше призводить до виникнення негативних емоційних станів, наприклад низька самооцінка, тривога і депресія, що виникають внаслідок невідповідності реального «Я» і умовного ідеалу (Nesi & Telzer, & Prinstein 2022, р. 104).

Погляд економістів на сучасну популярну культуру США багато в чому прив'язаний до концепту маркетингової сегментації, яка спрямована на оптимізацію економічної ефективності

шляхом таргетування окремих груп споживачів. Популярна культура створює диференційовані продукти для різних соціальних класів, що сприяє культурній стратифікації і формуванню мікро ринків (Towse 2010, р. 83). Це дозволяє максимізувати прибуток через адаптацію культурних пропозицій до потреб різних споживчих сегментів. Цифрові інструменти значно прискорюють процес створення та швидкої монетизації незліченої кількості тематичних франшиз, де культурні активи перетворюються на економічні ресурси через комодифікацію. Цей процес передбачає створення додаткової вартості культурних продуктів шляхом їх перетворення на товар, що підлягає продажу на ринку (Vogel 2011, р. 28). Важливу роль у цьому відіграють інтелектуальна власність, авторські права та брендинг, які захищають і збільшують економічну цінність культурних активів. Водночас, зростає роль фінансових ринків, інвестори і фінансові установи активно залучаються до капіталізації культурних проектів через акції, облигації та інші фінансові інструменти (Hesmondhalgh 2018, р. 45). Надмірна пропозиція актуалізує «економіку уваги». Сама увага споживачів стає цінним ресурсом, що зумовлює зростання конкуренції серед культурних агентів, які прагнуть залучити ширшу аудиторію. Це змінює традиційні економічні моделі, оскільки цінність культурного продукту залежить не лише від його якості, але й від здатності привернути увагу та підтримати цікавість споживачів.

Таким чином, кожен з підходів формує важливий сегмент у розумінні складної і багаторівневої парадигми сучасної популярної культури, пропонуючи різні методи аналізу та інтерпретації цього складного явища. Разом вони утворюють комплексний погляд на проблему формування, функціонування та впливу популярної культури на суспільство Сполучених Штатів Америки. Через призму інструментарію історичної науки ця проблематика бачиться, перш за все, як модус дослідження впливу минулого на формування сучасних культурних феноменів, як спосіб інтерпретації історичної пам'яті. Соціальна та культурна антропологія зосереджуються на вивченні локальних та глобальних «культурних гегемоній», культурній гібридизації, ритуалізації та формуванні культурної ідентичності. Сучасні дослідження дозволяють краще зрозуміти, як популярна культура відтворює соціальні норми, формує колективні ідентичності та інтерпретує конкретні культурні символи у глобалізованому світі. Підходи психологічної науки дають можливість зазирнути у когнітивну парадигму витоків популярної культури, проблему інтерналізації культурних норм, ефектів «культурних артефактів», що апелюють до несвідомих бажань індивідів. Соціологічні підходи підкреслюють взаємозв'язок між соціальними структурами та культурною агенцією, а також вплив популярної культури на соціальну стратифікацію. Економічні науки, в свою чергу, актуалізують проєкції комодифікації культурних продуктів, розширення можливостей монетизації, структури попиту і пропозиції, глобальних ланцюгів вартості. На особливу увагу заслуговують перспективні дослідження сфери «економіки уваги». Комплекс перерахованих патернів дослідницької уваги дозволяє краще зрозуміти, як популярна культура функціонує в локальних та глобальних економічних системах, де «культурні артефакти» стають товарами, а увага споживачів цінним ресурсом.

Список джерел та літератури **References**

- BOURGUIGNON, F., 2019, *The Globalization of Inequality*, Harvard University Press.
- BOYER, P., 2018, *Minds Make Societies: How Cognition Explains the World Humans Create*, Yale University Press.
- CASTELLS, M., 2010, *The Rise of the Network Society*, Wiley-Blackwell.
- CROTHERS, L., 2010, *Globalization and American Popular Culture*, Rowman & Littlefield.
- GILES, D. C., 2002, *Media Psychology*, Routledge.
- HALL, S., 2016, *Cultural Representations and Signifying Practices*, Sage Publications.
- HAN, B. C., 2020, *The Palliative Society: Pain Today*, Polity Press.
- HARMAN, G., 2018, *Object-Oriented Ontology: A New Theory of Everything*, Pelican Books.
- HERMANOVA, M., 2024, *Authentic Cult: Media Representations of Cultural Consumption and Legitimization of Cultural Hierarchies*, *Media, Culture & Society*, 46(3), 518–533.
- HESMONDHALGH, D., 2018, *The Cultural Industries*, Sage.
- HUI, Y., 2021, *Recursivity and Contingency*, Rowman & Littlefield International.
- JENKINS, H., 2008, *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*, New York University Press.

- NESI, J., TELZER, E. H., & PRINSTEIN, M. J., 2022, Handbook of Adolescent Digital Media Use and Mental Health, Cambridge University Press.
- RECKWITZ, A., 2017, The Society of Singularities, Polity Press.
- RIGNEY, A., 2008, The Dynamics of Remembrance: Texts Between Monumentality and Morphing, An International and Interdisciplinary Handbook, 345–353.
- RIGNEY, A., 2010, When the Monograph is no Longer the Medium: Historical Narrative in the Online Age, History and Theory, 49, 100–117.
- SLOTERDIJK, P., 2018, You Must Change Your Life, Polity Press.
- TOWSE, R., 2010, A Textbook of Cultural Economics, Cambridge University Press.
- VOGEL, H. L., 2011, Entertainment Industry Economics: A Guide for Financial Analysis, Cambridge University Press.
- ZIZEK, S., 2011, Living in the End Times, Verso Books.

Міждисциплінарна синтезія конвенцій та патернів сучасної популярної культури США

Стаття пропонує міждисциплінарний аналіз сучасної популярної культури Сполучених Штатів Америки, з акцентом на її розвиток протягом останніх двох десятиліть. Дослідження охоплює різноманітні теоретичні підходи, що включають філософські, економічні, соціологічні, психологічні, історичні та антропологічні перспективи, з метою забезпечити комплексне розуміння складного і багатогранного феномену популярної культури в контексті глобалізації та цифрової трансформації. Приділено увагу впливу алгоритмів рекомендацій на популярну культуру, зокрема їхній ролі у створенні культурної гомогенізації, персоналізації культурного досвіду та формуванні нових культурних трендів. Розглянуто питання культурної гібридизації, ритуалізації соціальних практик та значення колективної пам'яті в контексті популярної культури. Історичний аналіз виявляє періодизацію та еволюцію культурних інститутів, а соціально-антропологічний підхід підкреслює важливість символічних структур у формуванні культурних наративів. Інструментарій філософської призми підкреслює постмодерністські риси сучасної популярної культури, включаючи деконструкцію традиційних культурних патернів, аналізується динаміка метафізичних концептів, зокрема ідеї присутності в умовах гіперреальності. Методологічні моделі соціології допомагають у питаннях структуралізації культурних практик, адаптивних процесах соціалізації через соцмережі та інші цифрові платформи, що стають новими просторами для конструювання соціальних ідентичностей. Психологічний аналіз акцентує на когнітивних і емоційних ефектах, які викликає популярна культура, включаючи когнітивну дезінтеграцію, спричинену надмірним споживанням медіа-контенту, та вплив соціального порівняння на самооцінку і психологічний стан індивідів. Підкреслюється, що продукти популярної культури можуть бути сконструйовані таким чином щоб апелювати до несвідомих бажань та інтерналізованих норм, формуючи мотиваційні структури і соціальні поведінкові моделі. Підхід економістів акцентує увагу на процесах комодифікації культурних продуктів, монетизації культурних індустрій. Стаття підкреслює необхідність інтеграції цих підходів для глибшого розуміння того, як сучасна популярна культура Сполучених Штатів Америки впливає на глобальні культурні процеси та формує майбутні напрямки розвитку культурних практик і соціальних структур. Висновки роботи наголошують на важливості міждисциплінарного підходу, який дозволяє врахувати всі аспекти впливу популярної культури на суспільство, його культурні норми, ідентичності та соціальну динаміку.

Ключові слова: популярна культура, США, діджиталізація культури, міждисциплінарна синтезія, глобалізація.

Andrii Pilkevych, PhD, Associate Professor, Department of Ancient and Medieval History, Taras Shevchenko National University of Kyiv.

Андрій Пількевич, кандидат історичних наук, доцент кафедри історії стародавнього світу та середніх віків Київського національного університету імені Тараса Шевченка.

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-4154-064X>

Viktoriia Pilkevych, PhD, Associate Professor, Taras Shevchenko National University of Kyiv.

Вікторія Пількевич, кандидатка історичних наук, доцентка, Київський національний університет імені Тараса Шевченка.

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-8304-4567>

Received: 03.09.2024

Advance Access Published: October, 2024