

УДК 008:379.8

ПОПУЛЯРНА КУЛЬТУРА Й ДОЗВІЛЛЯ В ЄВРОПІ НОВОГО ЧАСУ

Петрова І.В.

Київський національний університет культури і мистецтв, Київ, Україна
E-mail: petrovai@voliacable.com

У статті здійснено аналіз популярної культури й дозвілля в Європі Нового часу. Охарактеризовано традиційні форми дозвілля простолюду, виявлено й обґрунтовано чинники, що вплинули на становлення нових форм культурних практик. Проаналізовано передумови зародження комерціалізації культури й дозвілля.

Ключові слова: популярна культура, культурні практики, дозвілля, Новий час, видовище.

АКТУАЛЬНІСТЬ. У XVII ст. відбулися радикальні зрушення у «картині світу», зумовлені суспільно-історичними процесами, релігійним розколом цілісного західного християнського світу на католицизм і протестантизм, науковим розвитком. На суспільну свідомість цього часу впливали, з одного боку, процеси секуляризації, постійні політичні, військові і конфесійні конфлікти з їх непередбачуваними наслідками, а з іншого, – захоплення інтелектуальними видами знань, сприйняття людської життєдіяльності як найважливішої цінності: Ф. Бекон (1561–1626), Р. Декарт (1596–1650), Б. Паскаль (1623–1662). Визнання провідної ролі науки серед інших видів пізнавальної діяльності зумовлювало ставлення до природи як до невичерпного джерела ресурсів задоволення зростаючих потреб людини. Головним вважали не Бога, а розум, як джерело пізнання, сподіваючись на «введення удосконаленого застосування розуму» (Ф. Бекон).

Економічно-соціальні, політичні й ідеологічні зрушення, які характеризують розвиток Європи у ранній новий час, зумовили зародження та поступове становлення професійної сфери дозвілля, пов'язаної із проблемами повсякдення, популярними культурними практиками більшості.

СТАН НАУКОВОЇ РОЗРОБКИ ПРОБЛЕМИ. Про зацікавлення вчених повсякденним життям не лише знаті, а й простих людей, свідчать роботи П. Берка («Популярна культура в ранньомодерній Європі»), Ф. Броделя («Матеріальна цивілізація, економіка і капіталізм, XV–XVIII ст.»), Є. Дукова («Концерт в истории западноевропейской культуры»), В. Євсєєва («Английский город в Тюдоровскую эпоху: регионы и города»), Р. Малколмсона («Popular recreations in English society. 1700–1880»), О. Мельника («Становление основных направлений сферы досуга в Англии в раннее новое время (XVI – начало XVIII)»), Е. Фукса («Иллюстрированная история нравов: Галантный век»), інших. Окремо варто відзначити книги науково-популярного характеру з питань популярної культури та культури повсякденності, створені такими сучасними дослідниками, як Ф. Декрузетт («Повседневная жизнь Венеции во времена Гольдони»), Ф. Ерланже («Эпоха дворов и королей: Этикет и нравы в 1558–1715 гг. »), Е. Мань («Повседневная жизнь в эпоху Людовика XIII») та ін.

ПРОБЛЕМА. У наукових дослідженнях стверджується думка про залежність культурних і дозвіллевих практик від кланових та корпоративно-династичних відносин. Однак досі не досліджено питання взаємовпливу популярної культури й дозвілля та соціального складу суспільства. Погоджуючись із вченими в тому, що на становлення й розвиток культурних практик суттєво вплинув середній клас, сформований наприкінці XVII – на початку XVIII ст., критеріями, за якими відносять його представників до окремої соціальної групи, називаються наявність власності як умови економічної стабільності й незалежності, та відповідний рівень освіти й культурного розвитку [6, 10]. Проте кількість представників середнього класу (серед них – лікарі, художники, юристи, банківські клерки, дрібні й середні землевласники, а також власники готелів, клубів, курортів, кав'ярень) у цей період була настільки незначною (за окремими дослідженнями щодо британського суспільства – від 5 до 30% від усього населення) [7, С. 145–146], що в аналізі культурних змін переважають два діаметрально протилежні визначення: «аристократія – простолюди», «вільнонароджений – раб», «знать – плебеї».

Водночас, вченими наголошується на діалектиці «сутності» й «існування» культури, яка, виявляючи себе у дозвіллі, характеризується суперечливою взаємодією побуту й буття, матеріального і духовного, природного і штучного, нормативності і свободи, впливаючи на динаміку самого життя. Доводиться, що її сутність визначають не лише духовно-культурні ідеали, ідеї, абсолюти, принципи, а й зміст, якого сповнена буденна діяльність людини.

Тому **МЕТОЮ НАШОГО ДОСЛІДЖЕННЯ** є аналіз популярної культури й дозвілля в Європі Нового часу – часу, що характеризується радикальними зрушеннями у «картині світу», зумовленими відповідними суспільно-історичними процесами.

Передусім, необхідно акцентувати увагу на тому, що життя селянина, як і дрібного буржуа цієї епохи, було настільки економічно й соціально залежним, подібним до рабства, що про вільно обране дозвілля говорити не доводилося. Адже простому населенню, яке мало чітко визначений час для роботи і відпочинку, зобов'язане було відвідувати церкву, а у вихідні дні не мало права вийти за межі міста під страхом суворого покарання, «справжнім героїчним вчинком видавалася можливість випити зайвий келих пива» [11, С. 455]. Не дивно, що села і приміські околиці рясніли шинками, у яких, на радість питушого, що у стані сп'яніння забував про сумну дійсність, поєднувалися вино, тютюн, доступні дівчата і музика. Про найвідоміші французькі шинки Ф. Бродель напише: «Коли «Вожирад» повен, (недільна) публіка перебирається до «Пті-Жантії», до «Поршерона» або до «Куртія» – і наступного дня ви бачите перед шинками виноторговців дюжинами порожні бочки. Цей народ напивається на тиждень...» [2, С.196–197]. Про еволюцію такого «культурного» проведення свого вільного часу свідчить і показова зміна назв цих закладів, які не раз змінювали своє значення: «корчма» у XVII ст. перетворилася на «ресторан», а «народний шинок» – на «курильню».

Улюбленими місцями відпочинку простих людей були також заїжджі двори, таверни, пивні погрібки, у яких час спливав за грою в карти, нарди, кості, кеглі, бійками півнів, цькуванням ведмедів, змаганнями фехтувальників і виставами комедіантів. «Господар закладу та його завсідники поширювали новини і плітки, лаяли владу, ... дискутували про релігійні таїнства та інновації» [1, С. 115]. Загалом,

такі заклади, яких у різних країнах було відкрито незліченну кількість (у Франції – cabaret, в Іспанії – ventas, у Польщі – gospody та karczmy, у Німеччині – Wirthhäuser, у Англії – pub), відігравали й роль інформаційного та розважального центру, і культурного та громадсько-політичного закладу.

Традиційними формами публічного дозвілля простолюду були церковні свята: Різдво, страсна п'ятниця, Паска, Вознесіння, Трійця, Тіла Господня, Успіня Богородиці, день Усіх Святих, Богоявлення та ін. До них додавалися дні вшанування покровителів міста чи селища (у Парижі, наприклад, гучно відзначали день святої Женев'єви), святого цеху чи гільдії тощо. Окрім сталих свят, дозвілля простолюду збагачувалося розвагами, організованими на честь державних урочистостей (військових перемог, народження спадкоємців, весіль високопосадовців) та родинними святами (весілля, народження, хрестини).

У XVII ст. популярними місцями публічних розваг, як і в епоху Середньовіччя, були ярмарки. Серед ярмаркових яток організовувалися народні звеселення: виступи акробатів, жонглерів, линвоходців, великанів, карликів, мандрівних співаків і музикантів, виставки воскових фігур, ляльок, екзотичних тварин, катання на гойдалках, феєрверки, нічні процесії, ілюмінації. Ярмарки відвідували й короновані особи. І лише у другій половині XVIII ст., у зв'язку з розвитком капіталістичних відносин, ярмарки почали занепадати, а ярмаркові театри «переселятися» на бульвари, де й зароджувалися нові театральні жанри (водевілі, пантоміми).

На розвиток культурних практик простолюду значно вплинула урбанізація. Французький вчений Ж. Делюмо припускає, що на початку XVII ст. населення найбільших європейських міст становило: у Константинополі – 600 тисяч осіб, у Парижі – від 300 до 415 тисяч, у Неаполі – 280 тисяч, у Лондоні – 225 тисяч, у Венеції – 140 тисяч, у Лісабоні – 125 тисяч, у Римі – 100 тисяч [4, С. 300]. З розвитком міст розпалися традиційні спільноти (сільські, ремісничі, соціальні) з їх усталеним способом життя і традиційними формами культури. Ця обставина, як і повільне зростання освітнього рівня населення, вплинули на традиційно-міфологічну народну свідомість, внаслідок чого віру в магію, релігійні міфи поступово заступає розсудливість і буржуазний прагматизм.

Традиційне народне свято, як соціально-художня самодіяльність населення, змінюється у місті на його «емоційний сурогат» (за визначенням російського вченого М. Максютіна) – індустрію видовищ. Це, передусім, позначилося на головній формі народного дозвілля – карнавалі, який, як час «занурення у світ навпаки», час вседозволеності, нестримних розваг та веселощів, втрачає свій глибинний зміст. Як і раніше, влаштовуються поховання Карнавалу, організовуються офіційні полювання, вуличні процесії, святкується «масний четвер», обирається пародійний «Король Безладдя». Водночас, посилюється видовищний аспект свята і його формалізація: розважальні дієства супроводжуються театралізованими ефектами і феєрверками, гастрономічним різноманіттям і технічними новинами, костюми організаторів свят різьомі відрізняються від зовнішнього вигляду глядачів. Карнавал набуває ознак формальності, втрачаючи об'єднувальну й комунікативну функції, перетворюючись на демонстрацію розбещеності. Загальною стає думка про те, що народні свята, зокрема карнавал, не гідні знати: «Усі ці витівки свідчать про таке безглуздя й

грубість, що лише смак, подібний до свинячого, знаходить у них втіху» [цит. за: 1, С. 293]. Правила «гарного» тону поширюються й на мову, яка має відрізнятися від мови простолюду, або, принаймні, не повинна рясніти вживаними серед селян діалектизмами.

Натомість карнавального характеру набувають особливі події – від урочистих в'їздів відомих осіб у місто, парламентських виборів, коронації до шаріварі та публічних страт. Останні являли собою «драматичну виставу, старанно керовану владою, щоб показати народу, що злочин не минає безкарно» [1, С. 212]. Під час страт організовувалися урочиста вечерея у міському шинку чи трактирі, молодіжні пікніки. Усе це змушувало сприймати покарання як найбільш видовищну розвагу: «Вікна навколишніх будинків здаються за неабиякі гроші, зводяться естради, влаштовуються ятки з їжею і напоями, пиво й горілка розкупувються в лічені секунди; здалеку люди прибігають, приїзять в колясках або верхи, щоб отримати насолоду від видовища, яке ганьбить людство...» [11, С. 450–451]. За своєю формою такі розваги нагадують стихійне масове гуляння з обов'язковим споживанням алкогольних напоїв, незалежно від соціального статусу жителя міста. Та загалом, народні розваги, як і народні свята, призначені тепер тільки для «ярмаркової» публіки, з її «грубим духовним харчем», «простацькою поезією» і «грубим стилем». П. Берк, цитуючи «Поетичне мистецтво» Т. Реєнберга, наводить такі рядки: «Все, що тепер полишене кухням і пивним, колись радо слухалося й читалося дамами в князівських залах» [1, С. 299].

На популярну культуру населення та його дозвілєві практики суттєво вплинула комунікаційна революція. Йдеться, передусім, про зростання освіченості простолюду. У тогочасних Англії, Франції, Італії обсяг друкованої продукції сягав не бачених досі масштабів. П. Берк наводить такі дані: якщо у Франції у XVI ст. щороку видавалося близько тисячі назв (майже мільйон примірників), в XVI ст. кількість назв видань становила більше тисячі, то у XVIII ст. – чотири тисячі назв видань за рік [1, С. 267].

Хоча даних про кількість письменних серед простолюду протягом XVII–XVIII ст. не існує, дослідження істориків дають підстави стверджувати, що наприкінці XVIII ст. вміли читати й писати лише 25 відсотків чоловічого населення. Зростання грамотності пов'язується з розвитком шкільництва. Письменність простого населення сприймається неоднозначно: навіть кардинал Рішельє, який впевнений у тому, що освіченість є найдорогоціннішою прикрасою будь-якої держави, у «Політичному заповіті» (1637–1642) переконує: захоплення науками шкодитиме торговцям, землеробам, військовим, яким корисно зростати «більше у суворості невігластва, ніж у м'якості вчення книжного», адже останнє здатне «збурити спокій всенародний, а не принести якусь користь державі» [9, С. 156]. Простолюду Бог дарував руки не для того, щоб захищати своє життя, а для здобуття засобів для існування – натомість народ, який житиме завдяки власному розуму і в матеріальних статках, «неможливо буде утримати у межах його обов'язків» [там само, С. 157].

Розвиток книгодрукування, писемності та шкільництва, супроводжуваний популяризацією друкованих листівок, лубочних брошур, памфлетів, літографій, політичних карикатур, газет, значна частина яких була не залежна від уряду, зумовив те, що «навіть перукарі і темні селяни обговорювали державні справи у

своїх перукарнях і пивницях» [1, С. 281]. Цінність друкованої продукції визначалася її попитом серед простого населення, яке гуртувалося в кав'ярнях, пабах або просто на вулиці навколо тих, хто вміє читати. Серед сільського населення книжкова продукція поширювалася мандрівними лоточниками («торбоносами»), співцями балад, книготорговцями на ярмарках і була досить доступною. У Швеції її називали «шилінговою літературою».

К. Гольдони у своїх «Мемуарах» згадував про таку кількість газет і журналів, видрукованих у Парижі, яку не зможе прочитати навіть «найдопитливіша і найвільніша особа у світі». Серед газетно-журнальних видань були: періодика загальнополітичного і державного спрямування («Французька газета», «Європейський кур'єр»), спеціалізована (для любителів літератури – «Французький Меркурій», «Літературний журнал» та «Літературний рік», «Журнал для вчених», «Сільськогосподарський журнал»), видання рекламного і суто інформативного характеру («Провінційні афіші», «Маленькі афіші», «Паризький журнал») [3, С. 632–633].

«Блакитна література», розрахована на смаки й потреби простолюду, сприяла народному просвітництву, адже вона містила медичні, сільськогосподарські поради, кулінарні рецепти, правила поведінки, казки, рицарські романи, описи астрономічних чудес, пародійні проповіді й «містерії». Застосовуючи ідеї, викладені у друкованих виданнях, до своїх потреб і життєвого досвіду, прості люди, хоч і повільно, але змінювали свої політичні погляди. У Нідерландах, Франції, Німеччині політичні брошури й листівки, «жебрацькі пісні», памфлети, лубочні гравюри, політичні «пророцтва», у яких висміювалися королі, церковники, генерали, князі, а з усім цим і політичне життя, стали невід'ємним елементом повсякденності.

Політизація свідомості простого населення призвела до популярності унікального явища в культурному, соціальному і політичному житті XVII ст. – кав'ярень, цих «місць інтелектуального відпочинку й розваг» [13, С. 12]. Вони справили значний вплив на дозвілєві практики тогочасного населення (хоча шоколад, чай та кава відомі Європі ще у XVI ст., їхнє споживання стає помітним тільки з XVII ст.). Лише в Парижі, згідно з дослідженням Ф. Броделя, їх було у XVIII ст. близько восьмисот [2, С. 214]. Перші кав'ярні майже не відрізнялися від пабів і таверн: «Кав'ярня-крамничка, у якій продавався новий напій, стала місцем зустрічі фертів і гультіпак, а також пристанищем для бідарів», які приходили до кав'ярні о десятій ранку і йшли звідти об одинадцятій вечора (за часом зачинення стежила поліція). Поступово заборона споживати міцні напої і використовувати ненормативну лексику [13, С. 6.] призвела до соціальної селекції відвідувачів кав'ярень, а дотримання їх господарями правил і порядків у кав'ярнях, запроваджених спочатку в Англії (1663), у яких йшлося про рівність відвідувачів, заборону суперечок у межах закладу, розмов на антирелігійну тематику, критики державних справ, організацію азартних ігор, перетворило кав'ярні на місце зустрічей інтелектуальної еліти суспільства. Такі ж тенденції характерні і для Німеччини, Італії, Португалії та інших країни.

У кав'ярнях поширювалися новини, відбувалися політичні дискусії, обговорювалися комерційні проекти та літературні ідеї. Так, у Парижі кав'ярня «Прокоп» була місцем зустрічей нероб, базік, красномовців, інтелектуалів; англійські кав'ярні «Ллойд», «Джонатан», «Гаррвей» були місцем зустрічі

представників ділових кіл Лондона, «Іерусалим» – діячів торгівлі, у кав'ярні «Томас Кінг» зустрічалися студенти коледжу, а відвідувачами кав'ярні «Уїлліс» були любителі літератури. Англійський клубознавець Дж. Тімбс додає: «Місцем зустрічі лондонських інтелектуалів і священників були кав'ярні, розташовані навколо собору Святого Павла... Усі Гідність, Задоволення і Веселощі сконцентровано у кав'ярні Віта; Поезія знайшла прихисток у кав'ярні «Уїлліса»; наукові дискусії відбувалися у «Грецькій»; новини із усього світу збиралися у кав'ярні «Джеймса» [13, С. 91]. Для любителів романтичного настрою і екзотичних відчуттів у Венеції було відкрито кав'ярні «У королеви амазонок», «У султана», «У імператриці Московії», «У великого Тамерлана». Спільні дозвілля і відпочинок, єдність інтересів, поглядів і уподобань відвідувачів кав'ярні, зумовили перетворення значної кількості кав'ярень на клуби.

На початку історії клубу відмінність між політичним і неполітичним аспектами дозвіллевої діяльності майже непомітна, оскільки в комунікативному плані будь-яка інформація мала ознаки соціальності, а отже, політизованості. Перші клуби у Великобританії, як заклади закритого типу (на межі XVII–XVIII ст.) залучали людей до компаній, у яких вони могли просто насолоджуватись розмовами. Часом такі розмови за змістом і відвертістю були настільки вільними, що уряди різних країн здійснювали спроби заборонити клуби як притулки для «гультьїв і невдоволених». Водночас, членство в клубі мотивувалося не лише політичними інтересами. Не останню роль відіграла можливість самоідентифікації особи, а також самопрезентації відповідно до особистих критеріїв. Клуби стали «місцем зіткнення, навіть більше, – місцем, де поволі зводилися до спільного знаменника інтереси різних кіл» [8, С. 344].

Оскільки і гуртки, і клуби, і кав'ярні сприяли об'єднанню людей, і досить часто перетворювалися із суто дозвіллевої на суспільно-політичну форму громадськості, дозвіллеві утворення, як і сфера культури загалом, перебували під жорстким контролем влади. Значна частина звинувачень були спрямовані проти людей, які розважалися під час богослужінь, а також нехтували своїми релігійними обов'язками, відволікаючи й інших від їх виконання. Так, під час церковних свят і богослужінь заборонялися розваги, а «суди розглядали справи про правопорушення, здійснені вуличними танцюристами, гравцями в кості, організаторами ведмежих боїв, гравцями в боулінг та футбол» [12, С. 5–6]. Особливо увагу влади привертало святкове дозвілля, зокрема карнавальні дні, під час яких кількість правопорушень зростала. Під час відомого Венеціанського карнавалу 1789 р. були заборонені кулачні бої та інші розваги, які привертали увагу величезної маси людей. Покарання поширювалося і на осіб, які порушили заборону на носіння зброї та залізних палиць, обмежувалося носіння масок, заохочувалися доноси і таємні наглядачі. Водночас, не заборонялися розваги для аристократичних кіл, навіть під час посту: «Усі займаються музикою, грають у карти. Серед комерційних ігор найпопулярнішою була гра в муху, яку тут називають грою в дурня» [3, С. 349].

Влада впливала на сферу дозвілля не лише заборонами, а й спонуканням. Зокрема, йдеться про комерціалізацію дозвіллевих практик, коли організація вільного часу населення ставала джерелом фінансових надходжень і для муніципальних органів влади, і для приватних осіб. Особливо перспективними були спортивні і видовищні заклади, садово-паркові зони. Так, наприкінці XVII ст.

спочатку в Англії, а потім і в інших європейських країнах, відкрито комерційні парки, на території яких діяли сувенірні ятки й різноманітні розважальні заклади, заохочувані владою з метою поповнення міського бюджету. У приміських парках, садах, на прогулянкових алеях і міських бульварах, які стали улюбленими публічними місцями для відпочинку городян, діяли «кав'ярні, лазні, ресторани, шинки, готелі, різноманітні громадські заклади: театри, картинні галереї, бібліотеки... Тут постійно натовп... І кожен знаходить собі корисне заняття або приємну розвагу...» [3, С. 620].

Здійснювалися спроби відкрити розважальні комплекси для масового відвідування. Так, 1730 р. французький підприємець Во (Vaux) у передмісті Лондона відкрив вокзал (від Воксхолл – Vauxhall) – замський сад з концертними й танцювальними залами, розрахований на щоденне відвідування чотирьох – шести тисяч осіб. За його зразком 1767 р. в Парижі італійський піротехнік Торре спорудив замський сад. У 1771 р. в Парижі було відкрито торговельно-розважальний заклад «Колізей», у якому містилися галереї, магазини, відбувалися концерти, балети, бали-маскаради, спортивні змагання. Не витримавши непомірних витрат, і Колізей, і Вокзал припинили свою діяльність 1778 р.

Починаючи з другої половини XVIII ст., де-не-де відроджуються купальні, наприклад, «Китайські лазні» біля острова Сен-Луї (Франція), хоча репутація таких закладів залишалася досить сумнівною. Ф. Бродель, посилаючись на Ретифа де Ла Бретонна (1788), пише, що в Парижі майже ніхто не купається, «а ті, хто це робить, обмежуються одним-двома купаннями за літо, цебто за рік». А в Лондоні на початку XIX ст. ще не було жодного купального закладу [2, С. 279].

Важливою складовою комерційного дозвілля став спорт, зокрема кінні змагання, які з кінця XVII ст. відбувалися під патронатом влади. Так, в Англії головний приз Йорка здобув назву Золотого Королівського кубка, ставши запорукою економічної стабільності Ексетера, Ньюмаркета, Престона, Епсому та інших містечок. П. Берк, посилаючись на Дж. Пламба, стверджує, що вже наприкінці XVIII ст. перегони перетворилися на справжню індустрію, «з тисячами працівників та інвестиціями, які сягали сотень тисяч фунтів» [1, С. 265].

Ідея використовувати видовищні заклади, передусім театр і цирк, з економічною метою сприяла їх професіоналізації. Це зумовило появу їх власника, зацікавленого у промоції й популяризації театральної чи циркової вистави, у спорудженні стаціонарних будівель для показів, у визначенні розкладу вистав, налагодженні співпраці з органами влади та наймі акторів на роботу.

У XVII ст. зросла інтенсивність концертного життя. Йдеться, передусім, про основні музичні столиці Європи того часу: Лондон, Париж, Відень. З метою покращання фінансового становища придворних музикантів влада дозволяла платні публічні концерти. Засновником першого публічного концерту в Англії (1672) вважають керівника придворного ансамблю короля Карла II Дж. Баністера; у Парижі ініціатором концертного заходу (1725) – Королівського бібліотекаря і композитора А. Д. Філідора [5, С. 158]. Не зважаючи на те, що таких заходів було досить мало, вони відіграли помітну роль у формуванні музичної культури Нового часу. Окрім придворних музикантів, організаторами концертних заходів були й аристократичні оркестри, товариства музикантів-аматорів, музичні клуби, салони і

концертні об'єднання. Концерти відбувалися у приміщеннях театрів, готелів, казино.

Завдяки розвитку мережі комерційних концертних залів популяризувалася масова танцювальна культура, яка зародилася у придворно-замковому дозвіллі і, фактично, до XVII ст. була жорстко стратифікована (не йдеться про народні танці до святкових подій). Зокрема, у Франції започатковані комерційні публічні бали, організатором яких стала Королівська Академія. Наскільки масовими були такі публічні заходи, свідчать картини А. Ватто «Радощі балу», П. Лонгі «Концерт», інші.

Комерціалізація сфери дозвілля вплинула і на поширення азартних ігор (цькування звірів, бої тварин, ігри в кості, карти, ломбер), які привертали увагу досить різноманітної публіки – від аристократів до портових вантажників. Так, К. Гольдоні, згадуючи у своїх «Мемуарах» про діяльність державного ігорного дому «Рідотто» у Венеції, зауважував, що гральний будинок привертав до себе увагу гравців із чотирьох частин світу [3, С. 95]. І хоча наказом венеціанського сенату, внаслідок одностайного засудження азартних ігор, діяльність грального закладу було припинено 1774 р., напередодні падіння Республіки у Венеції діяло більше ста тридцяти гральних закладів (казіні), більшість з яких утримувалися «для власних потреб». Такі казіні (від casa – дім, будинок), непридатні для повсякденного життя, призначалися для організації дозвілля, тому в них були вітальня, спальня, кухня, зала для ігор, музичний салон, і жодного робочого кабінету. Незважаючи на те, що казіні виконували набагато більше функцій, ніж просто гральні будинки, майже скрізь влаштовувалися азартні ігри, що, врешті-решт, і стало основною ознакою казино.

Як повсякденний збудливий засіб, «легкодоступна розкіш із брутальними наслідками» використовувалися спиртні напої. Масове вживання вина стало нормою. У Німеччині, Франції, Польщі, Чехії, набуваючи промислових масштабів, зростало пивоваріння. Лише в Парижі споживалася величезна кількість спиртних наливко, серед яких: «...сетська вода, ганусівка, мигдальна вода, клеретні..., ратафії на плодах, барбадоські води на основі цукру і рому, селерна, кропова, тисячоквітка, гвоздична, божественна, кавова...» [2, С. 205].

Отже, здійснене дослідження дозволяє дійти таких *висновків*.

Традиційними формами популярної культури й дозвілля простолюду були церковні свята, дні вшанування покровителів міста, селища, святого цеху чи гільдії, родинні події. Популярними місцями публічного дозвілля залишалися публічні страти, ярмарки, звеселяння, організовані на честь державних урочистостей.

Виникнення нових форм культурних практик в епоху Нового часу обумовлене урбанізацією, зростанням освітнього рівня населення, його політизацією та комунікаційною революцією. Внаслідок таких трансформацій традиційне народне свято, як соціально-художня самодіяльність населення, змінюється на індустрію видовищ, у якій посилено візуальний та емоційний аспекти заходу.

У XVIII ст. дозвілля сприймається підприємцями як потужна прибуткова сфера, внаслідок чого зростає кількість облаштованих місць і закладів для проведення дозвілля «добірною» публікою. Водночас, стихійні форми популярної культури за активної участі населення у них перетворювалося на формалізовані, видовищні дійства, у яких учасник був пасивним глядачем чи слухачем. Проте, чим

більш видовищним і масовим ставало дозвілля, тим більш диференційованими були його форми для простих людей: приватне життя мало «свої» ігри, «свої» традиційні пісні, «свої» звеселяння й розваги, відмінні від офіційних.

Список літератури

1. Берк П. Популярна культура в ранньомодерній Європі / Пітер Берк; пер. з англ. – К. : УЦКД, 2001. – 376 с.
2. Бродель Ф. Матеріальна цивілізація, економіка і капіталізм, XV–XVIII ст. Т. 1. Структура повсякденності: можливе і неможливе / Ф. Бродель ; пер. з франц. Г. Філіпчук. – К. : Основи, 1995. – 543 с.
3. Гольдони К. Мемуари Карло Гольдони содержащие историю его жизни и его театра. Т.1. / К. Гольдони ; пер. и примеч. С. С. Мокульского. – М.–Л. : Academia, 1933. – 600 с.
4. Делюмо Ж. Цивілізація Возрождения / Ж. Делюмо ; пер. с франц. И. Эльфонд. – Екатеринбург : У-Фактория, 2006. – 720 с.
5. Дуков Е. В. Концерт в истории западноевропейской культуры / Е. В. Дуков. – М. : Классика-XXI, 2003. – 256 с.
6. Евсеев В. Английский город в Тюдоровскую эпоху: регионы и города / В. Евсеев. – Иваново, 1995. – 157 с.
7. Мельник А. В. Становление основных направлений сферы досуга в Англии в раннее новое время (XVI – начало XVIII) : дисс. ... канд. истор. наук : 07.00.03 / А. В. Мельник. – Иваново, 2004. – 156 с.
8. Овчинников В. В. Ветка сакуры. Корни дуба. Горячий пепел: повести / В. В. Овчинников. – М. : Сов. писатель, 1988. – 607 с.
9. Ришелье А. П. Политическое завещание / А. П. Ришелье // Андреев А. Р. Гений Франции, или Жизнь кардинала Ришелье. Документальное историческое исследование. – М.: Белый волк, 1999. – С. 152–164.
10. Тревельян Дж. М. Социальная история Англии: Обзор шести столетий от Чосера до королевы Виктории / Дж. М. Тревельян ; пер. с англ. А. А. Крушинской, К. Н. Татариновой. – М. : Изд-во иностранной литературы, 1959. – 608 с.
11. Фукс Э. Иллюстрированная история нравов: Галантный век / Э. Фукс ; пер. с нем. – М. : Республика, 1994. – 479 с.
12. Malcolmson R. W. Popular recreations in English society. 1700 – 1880 / R. W. Malcolmson. – Cambridge, 1973. – P. 3–81.
13. Timbs J. Club Life of London, Vol. I. With Anecdotes of the Clubs, Coffee-Houses and Taverns of the Metropolis During the 17th, 18th, and 19th Centuries / J. Timbs. – London, 1866. – 324 p.

Петрова И.В. Популярная культура и досуг в Европе Нового времени / И.В. Петрова // Ученые записки Таврического национального университета имени В. И. Вернадского. Серия: Философия. Культурология. Политология. Социология. – 2014. – Т. 27 (66), – № 1. – С. 184-193.

В статье осуществлен анализ популярной культуры и досуга в Европе Нового времени. Охарактеризованы традиционные формы досуга простонародья, обнаружены и обоснованы факторы, которые повлияли на становление новых форм культурных практик. Проанализированы предпосылки зарождения коммерциализации культуры и досуга.

Ключевые слова: популярная культура, культурные практики, досуг, Новое время, зрелище.

Petrova I.V. Popular Culture and Leisure in Modern Europe / I.V. Petrova // Scientific Notes of Taurida National V. I. Vernadsky University. – Series: Philosophy. Culturology. Political science. Sociology. – 2014. – Vol. 27 (66), – No 1. – P. 184-193.

The article presents analysis of popular culture and leisure in Modern Europe. The favorite places for common people rest such as inns, taverns, pubs, where men played cards, dice, skittles, enjoyed cock-fighting, trained bears performances, masters of fence competitions, comedians' jokes and tricks, as well as traditional forms of leisure (church holidays, saint local protectors' holidays, state and family holidays) are characterized.

Factors influenced on appearing of new forms of cultural practices, such as urbanization, revolution of communication, education, prevalence of printing, literacy and schooling are exposed. Politicization of common people' consciousness caused high popularity of unique fact in cultural, social and political life of the XVII century – coffee-houses. Its considerable part had transformed into clubs. Analysis of state institutions' attitude to holiday leisure is proposed. Process of commercialization of cultural practices which meant that organization of population' free time became the source of cash receipt either for municipal institutions or for private persons is considered and noted that sport and sight places as well as square and park zones were the most profitable. The favorite places to have rest in urban areas were parks, squares, public gardens, avenues and boulevards with its souvenir shops, theaters, galleries, bath-houses, restaurants, taverns, hotels. Power strongly encouraged this business for budget supporting. The attempts to open entertaining complexes for mass visiting ("Crystal Palace" in London suburb Sydenham Hill and "Colosseum" in Paris) are considered.

The study had proved that traditional folk fest as population' social and art activity had changed to entertainment industry (which stressed on visual and emotional aspects of event) because of commercialization. But while leisure became more spectacle and mass, its forms for common people became more differentiated: private life had "its" games," its" traditional songs," its" entertainments which were differ to compare with official.

Keywords: popular culture, cultural practices, leisure, Modern times, sight.