

МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ АНАЛІЗУ МАСОВОЇ КУЛЬТУРИ

У статті подається реконструкція методологічних підходів щодо вивчення масової культури. Визначається евристичний потенціал системних засад культуротворчості (діяльність, поведінка, стан) для специфікації масової культури. Апарат дослідження складають ті категоріальні структури, їх зв'язки, які належать теорії культури, а також всім культурним ознакам, практикам, мистецтвам, естетичним реаліям.

Ключові слова: масова культура, діяльність, стан, поведінка, глобалізація.

В статье проводится реконструкция методологических подходов изучения массовой культуры. Определяется эвристический потенциал системных принципов культуротворчества (деятельность, поведение, состояние) для спецификации массовой культуры. Аппарат исследования составляют те категориальные структуры, их связи, которые принадлежат теории культуры, а также всем культурным практикам, искусствам, эстетическим реалиям.

Ключевые слова: массовая культура, деятельность, состояние, поведение, глобализация.

In the article the reconstruction of methodological approaches is given in relation to the study of mass culture. Heuristic potential of system principles of culturecreation (activity, conduct, state) is determined for the specification of mass culture. A research vehicle is made by those category structures, their copulas, which belong to the theory of culture, and also all cultural signs, practices, arts, aesthetically beautiful realities.

Keywords: mass culture, activity, state, conduct, globalization.

Проблеми методології вивчення масової культури піднімалися у дослідженнях вчених різних орієнтацій: соціологічних, культурологічних, філософських. До проблем масової культури звертались багато дослідників першої, другої і третьої хвилі, якщо темпоральність культури визначати за А. Тоффлером [10]. Дослідники першої хвилі – це, переважно, романтична опозиція теоретиків, починаючи від Х. Ортегі-і-Гассета, які заперечують масовість, на відміну від елітарного мистецтва [8]. Друга хвиля більш терпляче ставиться до індустріального суспільства. Її вже можна зазначити іменами М. Фуко, Ж. Бодрійяра, Р. Барта [11, 3, 2]. Третя хвиля – це дослідники, які більш локально працюють з комунікативними технологіями і всі модуси масової культури, які визначаються як симулякри, феномени постмодерної культури, намагаються імплантувати в контекст комунікативних технологій. До них належать К.-О. Апель, Ю. Габермас і ін. [1, 4]. Адже є потреба узагальнити досвід методологічних експлікацій масової культури. Це і є метою статті.

Актуальність проблеми обумовлена тим, що методологія досліджень масової культури поки що має спорадичний, несистемний характер. Вивчаються, переважно,

механізми маніпуляції свідомістю реципієнта, але позитивні аспекти масової культури недооцінюються.

Можна вважати, що тоталогія стає одним з модних і наскрізних способів бачення світу. „Концепція оновлення тоталогії, – пише В.В. Кизима, – направлена на аналіз трансформативних цілісностей, тотальностей, котрі розгортаються в собі, залишаються ідентичними собі. Таким чином, ідентичність у змінах має еволюційний, природний характер, який належить природним і соціальним об’єктам, що ототожнюються на своєму життєвому шляху людського «я», яке зберігає наслідування пізнавальних процесів, що розгортаються, але не втрачають єдності форм спілкування, наприклад, діалогу, гри тощо” [6; 15].

Тобто тоталогія – це рефлексія, що характеризує самоорганізуючі системи, які несуть в собі ідентичність і, більше того, зберігають цю ідентичність протягом свого існування. Можна стверджувати, що тоталогія масової культури – це тоталогія особливого типу, якій характерна гомогенність, розгорнута в типологізовану структурність і високий тип адаптивності, що характеризує орієнтацію на зворотний зв’язок, на споживача.

В аналізі концепту „маса” будемо спиратися на дослідження Е. Канетті, який пише: „Людині найстрашніше всього дотик до невідомого. Вона повинна бачити, до чого вона доторкнулася, знати або уявляти, що це таке. Вона скрізь намагається позбутися почуття чужого дотику. Вночі або в темряві жах від небезпечного дотику переростає в паніку. І одяг не дає безпеки, він легко рветься, крізь нього легко проникнути до голої і незахищеної плоті” [5; 17]. Цей майже психоаналітичний пасаж, де маса або соціум, що набуває ознак близького єднання людей, є потрібним і дуже важливим феноменом для того, щоб людина позбулася жаху. Ця дистанційна характеристика дуже важлива. Вона є якраз тим образом компенсаторного механізму масової культури, який здійснюється в просторі всіх постмодерних адекватій.

„І лише у масі людина може позбутися від жаху перед дотиком. Це єдина ситуація, де цей жах переходить у свою протилежність. Для цього потрібно маса, де тіло притиснуто до тіла міцно, виникає повнота також душевної конституції, тобто людині байдуже, хто на неї „тисне”. Хто віддав себе на волю мас, не боїться її дотичності” [5; 19]. Виникає проблема тілесних адекватій, проблема єднань у гурт, що йде з давньої культури, яка свідчить про масовість не як зовнішній феномен великих мас площ, а про масу як внутрішній апріорний образ дотичності, де для людини виникає захист, виникає образ оселі, ойкумени, домівки. Таким чином, маса в такому метафоричному розумінні стає тією формою, яка дає людині інше соціальне тіло, в якому вона набуває родових, національних, соціальних ознак, пов’язаних з клішованими емоціями, з клішованими стереотипними реакціями і з впевненістю в ту гармонію, в той лад, який несе в собі принцип єднання в масі.

Адже маса живе досить недовго. Вона швидко збирається, швидко розпадається. „Маса розпадається також раптом, як і виникає, – пише Е. Канетті. – В цій спонтанній формі вона є вкрай вразливою. Відкритість, що забезпечує ріст маси, одночасно є її слабким місцем. В ній постійно існує передчуття деградації. Вона намагається її позбутися завдяки швидкому росту. Поки це вдається, вона втягує в себе всіх і вся: коли все втягнуто, вона повинна розпастися.

Протилежністю відкритої маси, яка може рости до безкінечності, котра існує скрізь і тому має загальний інтерес, є закрита маса. Закрита маса відмовляється від росту і робить ставку на структуру. Що, передусім, кидається в очі, – так це межа. Вона міцно обґрунтовується: обмежуючи себе, вона створює собі місце. Простір, котрий вона заповнює, для того й існує” [5; 20]. Виникає дилема відкритого і закритого простору. Його (простір) можна назвати інтеріорним і екстеріорним. Інтеріорний як засіб залучення без кінця знаходиться в стані змін і в стадії адаптації зворотного зв'язку, орієнтації на споживача, а екстеріорний має свої чіткі настанови, які структурують колективи, людину в масі або соціумі і дають їй належний простір для існування.

Тобто цього достатньо, щоб вже в певній мірі підійти до фундаментальних категорій культури. Таким чином, ці дві категорії допомагають визначити поняття „культура” під кутом зору тотальності, тобто самототожності перманентних змін і адаптивності, а також під кутом зору відкритої і закритої маси. Відкритої в розумінні дотичності, близькості, де соціум переживається тілесно як одне органічне тіло. Закритий екстеріорний вимір маси можна уявити як певну архітектуру, організацію: чи парад військових на плацу, чи стихійна демонстрація, мітинг, хепенінг тощо. Все це свідчить про те, що треба розуміти архітектоніку культури структурно, цілісно.

Є два горизонти міфологічного осмислення культури, які в масовій культурі мають своє місце: один діє як робочий інструментарій створення штучних міфів – машин бажання, а інший – як дистанційний, глибинний, планетарний обрій того цілісного бачення єдності людини і всесвіту, яке ніколи не залишало культуру. Окрім міфів на стадії „групування” виникає категорія ритуалу або ідеації – ритуальна відмінність ідей. Весь цей комплекс ідеативного бачення пов'язаний, за О. Лосевим, з ейдосом. Він характерний тим, що виникає принцип ритуального, ідейного утворення реальності.

Важливо, що ця архаїзація стає надзвичайно актуальною в масовій культурі, особливо актуальною вона є в рекламі, дизайні, моді. Вона свідчить про циклізм, про життєвий цикл продукту, речі, людини, навіть угруповувань людей і близького їм середовища, куди втягується і архітектура. Цей простір є надзвичайно важливим для розуміння принципів інтеграцій або глобалізацій. Тобто, це створення типу нової тотальності на основі глибинних архаїчних механізмів, які набувають сучасних технологічних ознак. Міфи перевтілюються, стають ритуалом рекламного типу, ідеацією, яка виглядає як інтеграція маркетингу-мікс в інтегрованих маркетингових технологіях.

Перед тим, як намагатися описати риси масової культури в її особливих категоріальних визначеннях, слід нагадати контекст цієї специфікації. Позначаємо його як глобалізацію, добу глобалізації. Тобто сама специфікація масової культури буде залежати від тієї антитези, яку вона створює в глобалізації. А. Толстоухов пише: «Глобальний соціальний контекст – це багатовимірний антропогенний універсум, що виник і еволюціонує як інтегральний продукт складних інтеракцій між національними державами, супернаціональними організаціями, транснаціональними корпораціями, мультинаціональними консорціумами надетнічними формоутвореннями. У методології гуманітарних досліджень, що породжена сьогодні науками про складність, цей універсум осмислюється як активне нелінійне середовище, в якому (подібно картезіанським візорам) виникають взаємодії та історично еволюціонують різноманітні

спеціальні сфери: бізнес, інформації, знання, науки, індустрії, наукомістських технологій тощо» [9; 9].

Тобто глобалізація спонукає до того, що виникає антиглобалізм, який визначають як соціальний антиглобалізм. Головним є ті культурні стратегії, які призводять до позбавлення активних ефектів, що нівелюють. Ця реальність „антисистеми” в певній мірі поки що є не осмисленою, її й не можна осмислити без достатньої культурно-історичної дистанції. Але вже достатньо фактів, щоб побачити, що екологічна прерогатива, тобто проблема визначення екологічного майбутнього як одного з пріоритетних чинників буття людини, втягує в себе і проблему культури.

Екологія культури є однією з найскладніших. Дуже прикро, що культура втрачає свої надбання і вже ніколи не можна відтворити, але сам ойкос, сама культурна регенеративність і креативність, яка пов’язується з певними рекреаціями, культурними зонами, потребує захисту і своєрідного дбайливого бачення і розуміння. Експансія раціонального поштовху, який детермінований інтегративними процесами, не завжди обертається достатньою для того, щоб перевести цю екстенсивну метрику в інтенсивну.

Тобто вже наведені дані свідчать про те, що методологія дослідження має бути екологічною, орієнтованою на екологію як на інтегральну дисципліну, де екологія культури стає механізмом інтерпретативного, більше того, проектно-модельного засобу реконструкції, а також реконструкції тих реалій культури, які характеризуються як реалії масової культури. Тобто розшук екологічних ніш, можливостей, інтерпретації бачення феноменів масової культури, а також розуміння їх у контексті самоорганізуючих великих систем – це метод, який можна назвати „природою природи”, за Е. Мореном.

У складних умовах, коли неможливе єдине рішення, виникає декілька пріоритетних стратегій, які доповнюють структуру до бажаної цілісності і виникає перманентна скануюча тотальність, яка на певному етапі свого ставлення досягає гармонії. Таким чином, можна сказати, що „диспозитив”, як певна завершена стадія гармонізації диспозиції проблем, яку визначає Мішель Фуко, стає одним з пріоритетних для розуміння диспозицій масової культури в контексті глобалізації [11].

Таким чином, вимальовується достатньо проста і достатньо структурна реальність визначення культури, яка має своїм підґрунтям масовість як причетність широкої публіки до публічності. Коли маса починає бачити сама себе, пишати сама собою, або, навпаки, нехтувати своїм образом, маса розбивається, перетворюється на розсіяний натовп, утворюється охлократія, («охлос» – натовп і «кратія» – влада), що існує в межах каналів інформації. Телеохлосугестія або інші засоби охлосугестії стають провідними каналами охлократії [12]. Коли натовп, маса починає диктувати свої смаки, а їм підіграють провідні канали і на підставі рейтингів, визначення смаків утворюється норма серединного рівня культури, що і сприймається за єдиний можливий варіант дефініції масової культури.

Важливо, що в добу глобалізації масова культура стає єдиною універсальною культурою, носієм інтеграційних процесів. Всі інші культури не можуть зрівнятися з нею завдяки тому, що вони не мають такого універсального культурного проекту. Але транснаціональність масової культури стає загрозою для знищення національних культур. „Характерно, – пише А.В. Костіна, – що культурна уніфікація, що здійснюється масовою культурою, здебільшого, нівелюється за рахунок різноманітності форм, в яких вона

виступає. В цьому виявляється висока адаптивність, пластичність і гнучкість масової культури, її здатність – зберігати свої якісні сутності в значних зовнішніх трансформаціях. Масова культура космополітична за своєю природою. Проте в певному соціальному і культурному контексті вона набуває яскраво виражених особливостей і утворює специфічні національні варіанти: американські, японські, радянські, індійські, китайські та ін.” [7; 166].

Дивно, однак, що тут радянський варіант називається „національним” поруч з китайським і японським. Такий підхід не є коректним, але сама по собі тотальність радянської культури має риси патерналістської архаїчної цивілізації, яка дорівнює за своїм потенціалом національного менталітету культури. Але, зрештою, це мультинаціональний універсум, що складався з багатьох національних реалій. А. Костіна пише: «Масова культура є породженням фаустівської цивілізації і, безумовно, виражає її цінності і світоглядну програму, в основу якої покладена філософія позитивізму і прагматизму. Це новий вид, в котрому масова культура сформувалася в своїх класичних конфігураціях в межах західної цивілізації. Вона була однією зі сфер виробництва не лише економічного, але й духовного. Вона виступала і як особливий механізм соціального і політичного розвитку, як одна із сфер економіки, що по суті і відобразилося в понятті „індустрія культури”, введеному у науковий оборот теоретиками франкфуртської школи.

Виникнення глобального інформаційного суспільства і глобальної економіки, обумовлених розвитком комунікативних технологій, є однією з найбільш виражених тенденцій сучасного світового розвитку. Проблеми глобалізації виступають у множині інших, пов’язаних, зокрема, зі статусом національних держав і можливостей його існування як самодостатньої системи, а також у статусі національної культури” [7; 167]. Тобто відбувається той антиглобалістський вектор, де глобалізація завжди збігається з локалізацією, а найбільш глобальне досягнення інтеграцій культур обертається локалізмом, суто етнокультурним прочитанням універсальних парадигм у просторі національної культури, національної мови, національних відносин тощо.

Масова культура стає тим адаптивним посереднім ланцюгом, який поєднує всі можливі крайнощі, культурні катаклізми. Про це вже гостро говорив М. Данилевський, але зараз сам стиль і патетика риторики змінюється. Ніхто не говорить про добриво, про колонізацію, риторика „глобалізаційних процесів” набуває більш політкоректних форм „інтеграційних процесів”, але, здебільшого, вони стосуються цивілізаційних вимірів, а культурних ознак майже не торкаються. Культурних вимірів не добачають, а якщо добачають, то тоді, коли свідчать про самотність і потребу зберегти національну ментальність і унікальність.

Тобто масова культура приймає на себе спонуки бути тим середовищем, в якому відбувається, якщо використати термінологію М. Данилевського, колонізація, щеплення і перетворення одних культур іншими на добриво. Як би це не було прикро, ці гіркі істини не варто забувати. Це свідчить про те, що первинна цілісність культури, що була пов’язана з класикою, потім проектом модерну, вже зруйнована.

Природовимірність, людиновимірність і планетарні обрії масовості, які стають конститутивними засадами масової культури, є позитивними, на відміну від всіх негативних її чинників, середовищем дотику зустрічі різних культурних впливів і різних

проектів, які, однак, поки далекі від свого гармонійного здійснення. Зрештою, можна погодитися з думкою А. Костіної, що під час глобалізації особливий статус набуває не традиційна і не національна культура, більше того, національне тут піддається критиці як провінціалізм, а масова складова культури, яка стає в даних обставинах інструментом руйнування національних культурних традицій, механізмом культурної експансії.

Атлантизм підтвердив свою здатність розвинути індустрію масової культури, але вона є не єдиною можливою, зараз проходить випробування і трансформується в діалозі з іншими масовими версіями, що складно впливають на неї. Це величезний мусульманській Схід, Китай, Японія, слов'янський світ, азійський світ у цілому як ментальність. Можна стверджувати, що атлантизм виконав свою місію на початку доби глобалізму, а зараз він відступає на другий план. Вже навіть всесвітня криза, що була спричинена Америкою, свідчить про занепад певних ідеалів і пріоритетів Західного Світу, зокрема атлантизму.

Експансіонізм все більше драгує, виникає альтернативний проект, де сама експансія масової культури набуває принципу терплячого вихователя та партнера. Метод екологічної адекватності стає єдиною можливістю для адекватного розуміння логіки трансформації масової культури.

Тоталогія як поступова коректна реконструкція природовимірних, людиновимірних і планетарних феноменів культури стає методом інтерпретації цілісності масової культури. Тоталогія як самоадекватність, як екологічна можливість самоздійснення великих систем у необхідних і достатніх екологічних нішах свого існування – це той принцип, що дає можливість не шкодити, не нищити, а, навпаки, вслуховуватися в простір універсуму і спонукати до гармонії.

Література

1. *Апель К.-О. Трансформация философии ; пер. с нем. В. Куренной. / Карл Отто Апель. – М. : Логос, 2001. – 344 [1] с.;*
2. *Барт Р. Избранные работы : Семиотика. Поэтика / Ролан Барт ; пер. с фр. ; сост., общ. ред. и вступ. ст. Г. К. Косикова. – М. : Прогресс, 1994. – 616 [8] с.;*
3. *Бодрийяр Ж. Общество потребления. Его мифы и структуры / Бодрийяр Жан ; пер. с фр. Е. А. Самарской. – М. : Республика; Культурная революция, 2006. – 269 [3] с. (Мыслители XX века);*
4. *Габермас Ю. Структурні перетворення у сфері відкритості. Дослідження категорії громадянське суспільство / Юрген Габермас ; пер. з нім. – Львів, 2000. – 265 с.;*
5. *Канетти Э. Масса и власть / Элиас Канетти ; пер. с нем. Л. Ионина. – М. : Ad Marginem, 1997. – 528 с.;*
6. *Кизима В. В. Тоталогия / В. В. Кизима. – К. : Парапан, 2005. – 272 с.;*
7. *Костина А. В. Масовая культура как феномен постиндустриального общества / А. В. Костина. – М. : ЛКИ, 2008. – 352 с.;*
8. *Ортега-и-Гассет Х. Дегуманизация искусства и другие работы. Эссе о литературе и искусстве. Сборник / Хосе Ортега-и-Гассет ; [пер. с исп. С. Васильевой, И. Тертерян, Н. Кротовского и др.]. – М. : Радуга, 1991. – (Антология литературно-эстетической мысли). – 639 с.;*
9. *Толстоухов А. В. Постиндустриальный світ : обриси еко-майбутнього / А.В. Толстоухов / Людина в лабіринті перспектив. – В. : Видавець ПАРАПАН, 2004. – 220 с.;*
10. *Тоффлер О. Третья волна / А. Тоффлер // Сучасна зарубіжна соціальна філософія. – К. : Либідь, 1996. – С. 275–335;*
11. *Фуко М. Воля к истине / Мишель Фуко. – М. : Касталь, 1994. – 448 с.;*
12. *Ярошевский М. Г. Охлотелесуггестия / М. Г. Ярошевский // Реклама, внушение и манипуляция. – М. : БАХРА-М, 2001. – С. 286–294.*