

ЛІТЕРАТУРА

1. «Я подписывала серьёзные материалы – “Татьяна Кондратович”, а игривые – “Маруся Климова”» / Беседовала Елена Пикунова // Электронный журнал «Прием». – 2000. – Август. – <http://www.priem.ru/priem/082000/gavtora.htm>.
2. Аствацатуров А. Ностальгия по Большому Стилю // Топос. – 2004. – 19 октября. – <http://www.topos.ru/article/2910>.
3. Берг М. Литературократия. Проблема присвоения и перераспределения власти в литературе. – М.: Новое литературное обозрение, 2000. – 357 с.
4. Климова М. Моя история русской литературы. – СПб.: Гуманитарная академия, 2004. – 352 с.
5. Маруся Климова: «Литература должна быть по-настоящему “попсовой”!» // Книжная витрина. – 2005. – 14 марта.
6. Передача «Встречи на Итальянской» (ведущая Наталья Мелях), посвященная выходу в свет романа Маруси Климовой «Домик в Буа-Коломб» // Петербургское радио. – 1998. – 17 марта. Звукограмма эфира – <http://www.mitin.com/people/klimova/prodomikper.shtml>.
7. Серебряная О. Опыт подражательной рецензии // Октябрь. – 2005. – № 2. – С. 185–189.
8. Славникова О. Псевдонимы и псевдонимки // Октябрь. – 2001. – № 1. – С. 180–185.
9. Фуко М. Что такое автор? // М.Фуко Воля к истине: По ту сторону знания, власти и сексуальности. Работы разных лет. – М.: Касталь, 1996. – С. 10–44.

ВІД ПІФА ДО АКТАРИСА : ФОРМУВАННЯ СМАКІВ ПОКОЛІННЯ

Валентина ФЕСЕНКО

Київський національний лінгвістичний університет

Стаття «Від Піфа до Актариса: формування смаків покоління» спирається на роботи французьких соціологів П. Бурдьє та Б. Лаїра, які впровадили в літературознавство поняття літературних полів, літератури як культурного продукту. В історії розвитку жанру коміксу і, зокрема, манга, простежується формування нового габітусу, актуалізація нових схем мислення, ствердження нових смаків покоління 80-х років.

Ключові слова: смак покоління, літературне поле, манга, комікс.

Статья «От Пифа к Актарису: формирование вкусов поколения» исходит из работ французских социологов П. Бурдьё и Б. Лаира, которые ввели в научный обиход понятия литературного поля, литературы как культурного продукта. В истории развития жанра комикса, и, в особенности, манга, наблюдается формирование нового габитуса, формирование новых схем мышления, утверждение новых вкусов поколения 80-х годов.

Ключевые понятия: вкус поколения, литературное поле, манга, комикс.

The paper “From Pif to Actaris: Shaping Generation Tastes” is based on the writings by French sociologists P. Bourdieu and B. Lahire who introduced into literary studies the notions of literary fields and literature as a cultural product. The history of the comic strips genre, particularly, manga, features the shaping of new habitus, actualization of new mental schemes, and assertion of new tastes characteristic of the 1980s.

Key words: generation tastes, literary field, manga, comic strip.

Проблема смаків у літературі може розглядатися як у плані естетичному, так і в плані історико-культурному. Соціологічний аспект формування смаків нас цікавить з точки зору конституювання літературного поля, де формуються і функціонують смаки покоління, які визначають обриси масової культури. Проблеми соціального конструювання смаків були опрацьовані представником школи генетичного структуралізму, французом П. Бурдьє. У 1979 р. він видав велику роботу «Дистинкція», де розглянув як проблеми гомології соціального простору і класових смаків, так і провідні соціальні культурні практики, на основі чого визначив домінуючі для цього зламного історичного періоду класові смаки і стилі життя [2].

П. Бурдьє вважає, що домінуючий клас намагається утримати свої позиції через стратегію дистинкції (відмінностей, виокремлення), визначаючи і нав'язуючи для всього суспільства легітимну культуру і уявлення про хороший смак. Гра дистинкціями дозволяє домінуючому класу закріплювати свою ідентичність і легітимізувати певне бачення соціального світу. В залежності від якості і структури культурного капіталу П. Бурдьє виокремлює в домінуючому класі дві фракції: **економічний капітал** – група старої буржуазії керівники великих підприємств, торгівлі і виробництва і **молода буржуазія** – великі боси приватного сектору. Аскеза першої підгрупи протистоїть гедоністській моралі споживання другої підгрупи, оскільки там частина культурного капіталу більша. Друга фракція має **культурного капіталу** більше, ніж економічного. Це інтелектуали, інженери, викладачі. На основі такої класифікації Бурдьє виокремлює два стилі життя. Смак локсу для першої

фракції – подорожі, дорогі машини і твори мистецтва у власній колекції – опозиціонує аскетичному аристократизму смаків другої фракції – класичні музика, тексти і театр.

Соціологія культурних полів відгукнулася в літературознавстві Франції переглядом поняття літературного жанру, яке сам Пер Бурдьє розглядав як стиль, але не в плані теорії літератури, а в методах конституювання думки про продукування цінностей в історії¹.

«Закони мистецтва» – робота Бурдьє, в якій аналізується сутність естетичних світів у категоріях боротьби капіталів [4]. Пропонуючи критичний аналіз продукування літературних суспільних цінностей, Бурдьє розглядає жанр як об'єкт аксіологічної класифікації. Жанри конституюються в просторі, який самі ж структурують і самі ж виступають маркерами дистинкції.

П. Бурдьє визнає наявність інтерфейсу між літературою як суспільною цінністю і конкретними текстами і включає в нього поняття «можливі світи, простори», де і відбувається актуалізація нового в історії. Жанрове поле постає як простір можливого, як своєрідна топографія, де здійснюється трансформація форм, що мають актуалізуватися в історії. Прибічники традиції оперують системою цінностей, закріпленою в канонах, в системі літературних премій і пріоритетів видавництва, в нормативних шкільних і університетських програмах. Прибічники нового прагнуть перерозподілу символічних культурних цінностей, тобто суспільного визнання новизни. Пропозиція Бурдьє полягає в перенесенні дискусії про продукування символічних культурних цінностей в площину пошуку в топографії місця для нового, для нових творів і нових форм життя, нових ритмів і нових перепадів – тобто Бурдьє, на відміну від Р.Барта і Ж.Женетта, пропонує розглянути літературу як одну з багатьох можливих оповідей про конституювання соціального, культурного теперішнього, отже поглянути на неї як на *фікціональність, що конструює світ*.

У процесі конституювання поняття “*можливе*” в контексті культурних полів Бурдьє усвідомлює роль *габітусу* митця і описує його в динаміці, тобто як процес інтеріоризації схеми базового мислення у вигляді жорсткої грамагічної моделі. Актуалізація привласненої форми постає як своєрідна синтаксична корекція [1]. Це можливе тому, що габітус митця як система інтеріоризованих схем мислення постійно орієнтує вибір жанру, тобто проводить постійну редукцію можливого до його актуалізації.

Сучасний прибічник структурної соціології Бурдьє француз Олівьє Донна уточнює класифікацію, запропоновану його вчителем в 70-х роках

на основі анкетувань, проведених у 1997 р. [5]. В нових глобалізаційних умовах виокремлюються 7 культурних світів сучасних французів:

- дуже далекі від культури емігранти і сезонні працівники;
- аграрії у віці за 35 років, чий досвід характеризується масовою культурою, високою сімейною соціабельністю, повагою до спортивного дозвілля чи виготовлення саморобок; в систему цінностей входить перегляд програм, що претендують на статус культурних, читання бестселерів чи сентиментальних романів, практичних довідників різного штибу. Супернове цю групу цікавить мало;

• підлітки і постпідлітки. В їх систему цінностей входить музика, невелика кількість виходів у світ – кіно, дискотека. Дружба є результатом належності до однієї спільної системи цінностей. В цій групі спостерігається недовіра до класичних смаків і смаків старшого покоління. Читання книг по шкільній програмі не розглядається як проведення вільного часу. Ця група поєднує представників різних соціальних рівнів;

• *середній француз* будує свій відпочинок в культурному середовищі *телевізор, музика, похід в кіно*. Система цінностей може включати те, що соціологи називають *культивованою культурою*. Представник цієї групи мало зацікавлений у власній присутності на різних заходах (це і є прояв культивованої культури, яка вимагає для поцінування наявність дистанції від об'єкта). У суспільстві зростає кількість дипломованих фахівців – отож, не будучи поціновувачами мистецтва, вони мають великий рівень інформативного культурного капіталу і відмежовуються від сумнівних у культурному плані і вульгарних подій. Це стосується молодого покоління працівників, випускників вузів і службовців, які ввібрали в себе з освітою елементарні механізми дистинкції. В основі логіки їх вчинків лежить не бажання виокремитися, а бажання бути такими як усі.

Три наступні культурні світи різко виокремлюються на фоні попередніх.

Класичний культивований світ організується навколо вектора цінностей, який рухається від читання книг через відвідування концертів, театрів і виставок до подорожей по країні з метою відвідання об'єктів культурної спадщини. Це випускники вузів старші 45 років, середній клас, який слухає радіоканал Культура і відповідні телевізійні програми, проте погано знається на аудіовізуальних новинках.

Сучасний культивований світ організується навколо джазових і рокових концертів, танцювальних заходів і кіно, чия вартість символічно доступна всім. Читання книг важливе, але вже втратило значення соціального

маркера. Це молоді жителі міста з вищою освітою. У них засторога до занадто інтелектуального, занадто серйозного і класичного, Вони уважно ставляться до моди і мало чуттєві до читання книг. Перевагу віддають гедоністичній насолоді і мистецтву гарно жити.

На перетині класичного і сучасного культурного світів в сучасному французькому суспільстві дослідник виокремлює мінорну конфігурацію *браншованих*, на якій і тримається культурне життя. Організаційний принцип їх смаків – еkleктизм, тобто поєднання дуже віддалених стилів і жанрів книг, музики, вистав, виставок, яке утворює живу конструкцію, що стійко витримує зовнішні удари. Це люди, які добре знаються на сучасних формах вираження, мають великий культурний капітал. Вони відкриті назустріч новому, близькі територіально до реалізації події і готові до сприйняття неочікуваної культурної пропозиції. Це 5-10 відсотків населення середнього віку, розлучені, жителі міста, люди з вищою освітою. Вони часто бувають «на людях», їх бачать у суспільстві, вони постійно присутні на горизонті. У них широкий запас знань про культуру і мистецтво, але вони не прибічники догматичних оцінок і поцінують як класику, так і “мінорних” авторів, чи паралітературу, чи інфракультурні жанри. Ця група *браншованих* (більш підготовлених) характеризується не преференціями, а здатністю акумулювати найрізноманітніші знання і поєднувати смаки, мало поєднувані з точки зору їх легітимності. Скажімо, любов до мультфільмів Хьюго Пратта, музики Малера, Дебюссі тощо [6].

Як бачимо, ця група підтримує традицію класичної культивованої культури попередніх поколінь, проте надає перевагу сучасним формам вираження, в яких звучить дух сучасності.

Французький соціолог, директор національного центру досліджень «Диспозиції, влади, культури, соціалізації» Б. Лаір стверджує, що культивована культура як знання, поведінка і преференції, які визначали смаки 60-х років за класифікацією П.Бурдьє, втратила свою когерентність. Вчений пов’язує це з традицією авангарду ХХ ст., а саме з появою джазу, який у 80-і роки завоював французьку культуру і медіапростір (див. Donnay, 2004) та зруйнував межу між світом культури і світом відпочинку [8]. Крім того, змінився зміст програм гуманітарного циклу в середніх школах, присутність якого зменшена на користь точних наук. Все разом спричинило гібридизацію культивованого культурного світу в кінці ХХ ст. [9].

Внутрішня логіка розвитку сучасного мистецтва підштовхує до роздумів над межею мистецтво\немистецтво. Ці внутрішні еволюції

тісно пов’язані зі змінами в орієнтації освітянського простору і з поширенням влади медіапростору. Після студентської весни 1968 року доступ до вищої освіти демократизувався, але модель культивованої культури від того не стала більш інтеріоризованою випускниками. Систему цінностей, сакралізацію і легітимізацію культурного продукту творила не освіта, а ЗМІ, згодом інтернет, доступ до культурного продукту став більш спрощеним. Бурдьє в роботі 1992 р. про телебачення показав три серії, три черги мутацій, які трансформували механізм освячення і легітимізації, механізми, які раніше регулювали світ мистецтв і в результаті розладу яких символічний статус творів мистецтва і продуктів культури став більш непевним і невизначеним.

Серед причин мутацій називаються диверсифікація і спектакуляризація культурної політики, демократизація освіти і перехід на засади спеціалізованої наукової технічної освіти, зростання ролі медіа

У сучасній Франції соціальне середовище є менш гомогенним, поняття індивід більш множинним. При визначенні соціального статусу індивіда у Франції дуже важливою є номенклатура соціо професійних категорій; теорія легітимності спирається на неї при аналізі поведінки. Лаір виокремлює у сучасному французькому суспільстві три вікові страти, кожна з яких сформувалася за своїх умов і за різних вікових особливостей перенесла зміни і мутації останніх тридцяти років: **довоєнне покоління**, довіру якого до печатного слова і художньої літератури ніщо не змогло зруйнувати **покоління бєбібумерів**, яке запустило контркультуру 60-х і виграло від відкритості вузів, і **молодь сьогоднішнього дня, народжену в середині 80-х рр.**, яка пройшла через масову середню школу і каналізацію аудіозасобів і Інтернету. В порівнянні з двома попередніми, третя група є “всеїдною” і багатовекторною у сприйнятті як моральних традиційних норм, так і діалогу культур, що дуже добре простежується на рівні паралітератури.

Тексти масової літератури мають потужний вплив на читача за рахунок розумного поєднання чи дозування емоцій і реальності, впізнавання в художньому світі власного пережитого досвіду. Опозиція фікціональність \ реальність в паралітературі розмивається [11, р.8]. Персонаж таких творів у процесі читання набуває екзистенційних рис в уявних репрезентаціях читача [7, р. 86]. А оскільки мистецтво продукує нові репрезентації, завдяки яким, а також через них і в них наша перцепція дійсності, і наше її розуміння, і наша дія на цю реальність або в ній, трансформується [13, р.742]. На основі чого канадська дослідниця М. Д. Попляр ще раз

стверджує, що мистецькі продукти є соціальними конструктами [12, р.18]. Відомий французький лінгвіст, засновник школи прагматики і літературної когнітивістики Д. Менгено стверджує, що, оскільки центр медіативного посередника змістився від друку до телебачення а потім Інтернету, то тепер вже не літературні твори задають тон і показують, як варто рухатися, говорити, одягатися. Вони втрачають здатність претендувати на продукування нових модусів знань про реальність. Літературні методи письма не входять більше в найбільш інноваційні сектори семіотичної продукції [10, р.101]. Така еволюція не могла не мати вплив на розвиток масової літератури Розмивання канонів, дифузія смаків, поступове виокреслення нового мислення з наступною його актуалізацією в літературних творах добре спостерігаються на рівні розвитку жанру коміксів для дітей і юнацтва в період суттєвих змін, що відбуваються у французькому суспільстві кінця ХХ століття.

У березні 1945 року Компартия Франції випустила у світ комікси маловідомого автора Жозе Кабреро Арналя про собаку Піфа, який у своєму щоденному житті зустрічається з актуальними для людей проблемами голоду і житла і, як не дивно, вирішує їх з суто французьким гумором і хитрістю. Автори Піфа в розробці його характеру і ситуацій щоденного життя спиралися як на традицію народної культури, на вже відомий образ Діка Трейсі – англо-саксонського детектива, так і на досвід творення традиційних персонажів вестернів, вигаданих ще Фенімором Купером. Сьогодні критика розцінює появу Піфа реалізацію виховного проекту, який захищав засади традиційної моралі і орієнтувався на домінуючу систему цінностей. До 1979 року це був найпопулярніший комікс-серіал, який виходив щосуботи і в кольорі.

У 1946 Raymond Leblanc у Бельгії вперше видав французькою мовою серію коміксів про Тентена і його пригод у стилі європейського роману виховання. В жанрі коміксів для дітей і підлітків серія пропагує ідеологію добродійного правлячого класу, що відповідає концепції виховання цієї епохи.

Останні два десятиліття ХХ століття – період розриву з традиційною практикою і ствердження нової концепції коміксів. Комікс стає субпродуктом масової культури, який використовує вже готові рецепти кінематографа і літератури.

Починаючи з 2007 року, один із двох популярних коміксів, що видаються у Франції, – манга. Більше 35 видавників спеціалізуються в країні на цьому імпортованому з Японії в 70-х рр. культурному продукті.

460 млн. євро – щорічний прибуток від коміксів тільки у Франції. Поява манга не була простою і бажаною: графічно жорстке рішення, текстуальні спрощення і сюжетна невибагливість не могли бути до смаку критикам, які звикли до франко-бельгійської традиції Піфа і Тентена. Сьогодні Франція – другий у світі імпортер манга, а самі мангас – невід’ємна частина масової культури.

Як це відбулося? В кінці 70-х французькі медіа перебували у пошуках аніме для дітей, які можуть створити серії і регулярно заповнювати інформаційну нішу в дитячий час. А Японія на цей момент мала вже готову продукцію зі своїми власними кодами. Перша запущена серія сайянс фікшн розповідає про пригоди міжгалактичного героя принца Актариса, який прибуває захищати планету Земля на борту бойового робота Гольдорака. Потім будуть аніме на основі історій про дружбу, боротьбу, призначені для різних вікових категорій. Успіх Гольдорака пояснювався психологією адресата: дитина і підліток під впливом моди на Галактичні війни захоплюються динамічною кінематографічною мізансценою з використанням різних типів кадрування, великий план фіксується на обличчі, після чого йде тревеллінг, у якому залишається невеличке місце для незвичного галактичного декору. Тут навіть використовується вже відома кінематографічна техніка французької нової хвилі фас-а-фас, шан-контр-шан (один зі спини, інший в обличчя), скролінг камери по декораціям, розмови персонажів. Чого ще бажати – технічно, сучасно, актуально, кінематографічно – і все це на фоні традиційного бельгійського коміксу, який не бажає змінювати свої закони, пристосовуватися до нових умов і продовжує говорити про вічне, а не злободенне.

Поступово інші телеканали підключаються до завоювання ринку коміксів; вони знайдуть інші теми, які об’єднаються в серії мальованих історій. У 1989 році Сеголен Руайяль, претендуючи на політичну владу в країні, в передвиборній кампанії дуже жорстко виступить проти популярної в цей сезон у Франції серії японського аніме про Кена, який виживає у міжгалактичних війнах і, володіючи навичками мистецтва ведення війни, постійно бореться з різними формами відщепенців, що правлять у постапокаліптичному світі. Дискурс політика сконцентрував у собі всі стереотипи європейського нерозуміння кодів японського аніме і специфіки культури іншого народу. Цьому посприяла і специфіка французького перекладу, коли актори додавали від себе в звуковий текст відповідних ономапатій.

Сплеск японських аніме у 90-х роках був подібний до подій 1978 року, коли манга вперше з'явилася на французькій території у широкому масштабі. Це спричинило і появу манга на папері, у друкованому вигляді. Манга має велику інноваційну нарацію – воно організовано в серії, як комікси що продовжуються. У кожного – свій сценарій, інколи більш складний, ніж європейський, і який ніколи не повертається до вже піднятої колись попередньо теми. Персонажі мають ускладнену психологічну конструкцію і конфлікти, з якими вони справляються, різняться. До того ж, набуваючи життєвого досвіду, вони його використовують, згадують про пережите, що постає технічно у вигляді флешбеків. А для читачів – це форма підігріву інтересу до можливо забутих чи пропущених серій чи епізодів. Створюється враження реального світу, в якому герої ростуть, мужніють, відкривають себе.

Є манга з життя ліцеїстів, хлопчиків і дівчаток, підлітків, які відкривають доросле життя, є спортивні історії, сайянс-фікшн, епоси. Але особлива ніша у підліткового манга, де не було європейського конкурента. Зростати з Астеріксом і Тентеном, з їх незмінними проблемами, характерними для покоління ще власних батьків, підліткам було нецікаво. Набагато простіше було ідентифікувати себе з підлітками з манга жанру shōnen та shōjo. Ці герої розвивалися в тому ж ритмі, що й читачі, стикалися у побуті з тими ж проблемами дорослішання, що сприяло ідентифікації читача себе з героєм і прив'язаності до його особистості. Інший підлітковий жанр, сейнер, для старших підлітків і з більшою долею психологічної і візуальної жорсткості, як скажімо, кривава середньовічна епопея Берсерк з історії Японії і на основі її реалій. Поряд із психологічною переконливістю і вмотивованістю, ці жанри манга приваблювали графічним вирішенням. Дуже харизматичні персонажі зі своєрідним розрізом очей, зачісками і гарно прописаним одягом у всіх деталях. Дуже важливим для поширення моди на манга було і розміщення на сторінці. Якщо європейські комікси були правильної форми в більш чи менш витягнутих рамках, то в манга все вирішувала поетична уява автора. Динаміка подій відповідала графічному вирішенню. Публікація здійснювалася в чорно-білому варіанті у форматі кишенькової книги, що було недорогим у реалізації і, відповідно, доступним широкій масі читачів.

Починаючи з 90-х років манга стало вектором відкриття для французів, що належать до різних соціальних і культурних груп, культури Японії, соціуму країни і азіатського екзотизму. Музика, кінематограф, кухня, побут – все стає матеріалом для створення інтернет-енциклопедії. З'явилися

такі автори, як Jean Giraud (Moebius), Jirō Taniguchi, які модернізують манга і створюють пригоди європейських героїв у дусі манга. На ринку поширюються корейські еквіваленти, “manhwa” і китайські “manhua”, що не тільки розвиває ринок, а й поглиблює його глобалізаційні перспективи

Як бачимо, в темах і в засобах продукування, в способах свого розповсюдження комікс демонструє стрімкість розвитку масової культури, його історія залежить від багатьох факторів міжкультурної взаємодії, сприяє примноженню міжкультурних обмінів і наглядно демонструє процеси формування смаків окремого покоління.

ЛІТЕРАТУРА

1. Bourdieu P. Postface à Architecture gothique et pensée scolastique de E. Panofsky. – Paris, Les Editions de Minuit, 1967. – P. 133–167.
2. Bourdieu P. La distinction. Critique sociale du jugement. – P. Minuit, coll. Le sens commun, éd. de Minuit, 1979. – 672 p.
3. Bourdieu P. Le Marché des Biens symboliques. L'année sociologique 1971. – № 22. режим доступу <http://www.scribd.com/doc/61261815/bourdieu-le-marche-des-biens-symboliques>
4. Bourdieu P. Les règles de l'art Genèse et structure du champ littéraire. – Paris, Seuil, 1992. – 311 p.
5. Donnat O. Les pratiques culturelles des Français. Enquête. – Paris, La Documentation française. – 1997.
6. Donnat O. Les univers culturels des Français. – Sociologie et sociétés, vol. 36, № 1, 2004, P. 87–103. режим доступу <http://id.erudit.org/iderudit/009583ar>;
7. Jouve V. La lecture. – Paris, Hachette Education. – 1993. – P. 86.
8. Lahire B. L'homme pluriel. Les ressorts de l'action. – Paris, Nathan (Essais & recherches. Sciences sociales), 1998. – 272 p.
9. Lahire B. Portraits sociologiques. Dispositions et variations individuelles. – Paris, Nathan, 2002. – 411 p.
10. Maingueneau D. La littérature pornographique. – Paris, Armand Colin, série « Lettres/Linguistique », 2008. – P. 101.
11. Péquignot B. Recherches sociologiques sur les images. – Paris, L'Harmattan, «Sociologie des arts», 2008. – P. 8.
12. Popelard M.-D. Les deux socialités de l'énonciation artistique, dans Sylvain Fagot & Uzel Jean-Philippe (dir.), Énonciation artistique et socialité, Actes du colloque international de Montréal des 3 et 4 mars Paris, 2005. – P.18.

13. Raa be J., «La littérature de grande diffusion», dans André Daspre & Michel Decaudin (dir.), Manuel d'histoire littéraire de la France. Tome VI., 1913–1976. – Paris, Messidor/Éditions sociales, 1982. – P. 742.

КАТЕГОРІЯ СМАКУ В ТЕОРІЇ І ПРАКТИЦІ “НОВОЇ ГЕНЕРАЦІЇ”

Ярина ЦИМБАЛ

Інститут літератури ім. Т. Г. Шевченка НАН України

У статті йдеться про категорію смаку в теорії і практиці групи “Нова генерація”. Панфутуристи трактували мистецтво як процес і виділяли в ньому три етапи – деструкцію, екстракцію і конструкцію. “Нова генерація” поєднувала екстрактивну (ідеологія) й конструктивну (експеримент) роботу. Ліві митці відмовилися від поняття смаку як суб’єктивного емоційного чинника і практикували функціональну літературу, ґрунтовану на доцільності. Категорія смаку позначала назадницькі явища в культурі.

Ключові слова: “Нова генерація”, панфутуризм, екстракція, конструкція, функціональна література, смак.

В статті йдеться про категорію смаку в теорії і практиці групи “Новая генерация”. Панфутуристи трактували мистецтво як процес і виділяли в ньому три етапи – деструкцію, екстракцію і конструкцію. “Новая генерация” поєднувала екстрактивну (ідеологія) і конструктивну (експеримент) роботу. Ліві митці відмовилися від поняття смаку як суб’єктивного емоційного фактора і практикували функціональну літературу, ґрунтовану на доцільності. Категорія смаку позначала назадницькі явища в культурі.

Ключевые слова: “Новая генерация”, панфутуризм, экстракция, конструкция, функциональная литература, вкус.

The paper dwells upon the concept of taste in the theory and practice of the *New Generation* literary group. Pan-Futurists treated art as a process, and sequenced it into three stages: destruction, extraction, and construction. The *New Generation* has combined extractive (ideology) and constructive (experiment) activities. The Leftist artists declined the concept of taste as a subjective emotionally-laden factor and practiced utility-oriented functional literature. In their opinion, the concept of taste signaled backward phenomena in culture.

Key words: *New Generation*, Pan-Futurism, extraction, construction, functional literature, taste.

“Нова генерація” – журнал і група митців, об’єднаних довкола журналу, – це останній етап українського футуризму, якісно відмінний від попередніх. Проголосивши смерть мистецтву, панфутуристи з часом мусили визнати і примиритися з тим фактом, що нині воно таки існує. Для остаточного знищення мистецтва і переходу до післямистецтва вони вдавалися до його раціоналізації, дезестетизації і “роземоціонування”. Мета цієї статті – окреслити місце смаку як естетичної категорії в теорії і практиці футуристів “Нової генерації” під кутом зору деструкції, конструкції й екстракції мистецтва та функціональної творчості.

Трактуючи мистецтво як процес, що зазнає безперервних змін і метаморфоз, головний теоретик українського футуризму Михайль Семенко застосовував до культури діалектичний закон народження й відмирання, або ж *деструкції й конструкції* – у його термінології [12, с. 224]. Панфутуристи одночасно провадили деструкцію – боротьбу з буржуазним мистецтвом засобами епатажу й раціональної роботи над фактурою твору – та конструкцію, яка передбачала максимальну програму заперечення і смерті мистецтва шляхом творення виробничого післямистецтва, нерозривно злитого з категоріями науки і техніки. “Дальший етап, – підсумовував Семенко, – процес відходу від максимальних програм щодо мистецтва і прилучення своєї роботи до процесу радянської культурної революції (*екстракція*). Втягнення найширших робітничо-селянських мас в процес вивчення й опанування культури вимагало відповідних поправок щодо поширення плацдарму використання мистецтва за цієї доби” [11, с. 57].

Заперечення панфутуристами емоційного впливу мистецтва, який вони вважали назадництвом, передбачало й відмову від категорії смаку. По-перше, смак як естетична категорія – це специфічне сприйняття прекрасного і творів мистецтва як джерела емоційної насолоди. У добу конструкції, тобто відмирання і розпаду Великого Мистецтва, категорія смаку просто втрачала сенс, бо нічого не позначала. По-друге, смак передбачає існування переваг і суб’єктивної оціночної думки, так само неможливих на етапі конструкції. Футуристська теорія у викладі Олексія Полторацького ґрунтувалася на тому, що емоційний вплив мистецтва на людину має примітивний характер, адже мистецькі твори збуджують у людині лише безумовні рефлексії – почуття. Натомість панфутуристи прагнули перемоги умовних рефлексів, тобто раціонального в людській психіці, відтак розумове сприйняття мало заступити емоційне. Ілюструючи теоретичні виклади, Полторацький ужив поняття “смак”,