

УДК 8.06

С.С. Соланський

ПРОБЛЕМА ВЗАЄМОДІЇ ЕЛІТАРНОГО І МАСОВОГО МИСТЕЦТВА В СУЧАСНОМУ КУЛЬТУРНОМУ КОНТИНУУМІ

Вельми актуальною у сучасному суспільстві видається проблема паралельного співіснування елітарного і масового мистецтва, їх взаємопроникнення, більша чи менша дифузія, притаманна для мистецтва постмодерну загалом.

Метою пропонованої розвідки є спроба простежити еволюцію елітарного і масового мистецтва крізь призму глобалізаційних процесів і розвитку засобів масової інформації, осмислити причини бурхливого розвитку масового мистецтва, виявити основні точки перетину останнього з мистецтвом елітарним, визначити схожі та відмінні риси у їхніх методах впливу на аудиторію і трансформацію цих методів у сучасному культурному просторі.

Ці проблеми цікавили філософів, культурологів, соціологів, психологів та ін. Зокрема, вагомі дослідження з'явилися з-під пера А.Шопенгауера, Ф.Ніцше, Х.Ортеги-і-Гассета, Т.С. Еліота, Ф.Р. Люїса, Р.Кірка, В.Парето, Р.Міхельса, Д.Бернхема, С.Дарлінгтона, Й.Шумпетера, Т.Адорно, М.Горкгеймера, Л.Левенталя, Г.Маркузе, К.Грінберга, Б.Розенберга, Г.Дж. Ганса, Г.Чернова, М.Хевеші, В.Шаповалова, Є.Подольської, Г.К. Ашина, А.П. Міллера, Ю.В. Гордєєва та ін.

Прихильники елітарного мистецтва нерідко достатньо зневажливо (і це взаємно!) ставляться до масового мистецтва, вбачаючи у ньому незлічену кількість негативних сторін і підозрюючи його мало чи не у всіх гріхах сучасного суспільства. Представники ж протилежного табору переконані, якщо їх мистецтво є настільки затребуване людьми, то воно має повне право на існування, стосовно якості – «на кожен товар свій покупець». А з огляду на справді величезне розповсюдження і популярність масового мистецтва, його представники вважають цей «продукт» пріоритетним і домінуючим для нашого сьогодення. Любителям елітарного вони вказують (і зовсім не безпідставно) на їх снобізм, на тільки ними «бачену вищість над загалом», яку вони так нарцистично леліють, на те, що їхнє мистецтво є або надто традиціоналістичним, або незрозуміло – експериментаторським.

Якщо згадати культуру європейського преіндустріального суспільства, то можемо побачити, що вона поділялась на високу і народну. У порівнянні з містами, де культуру плекала тогочасна еліта (аристократія, духовенство, купці), тобто люди, що мали достатньо вільного часу і фінансових ресурсів для свого задоволення, народна культура існувала в ізольованих общинах і вважалась нижчою за статусом. Усе змінилось, коли почався стрімкий процес урбанізації.

Г.Чернов, розмірковуючи над трансформацією людських спільнот, спричинену урбанізацією, наголошує на тому, що «це не просто процес фізичної концентрації населення, але також і різка зміна характеру людської комунікації, зростаюча відчуженість індивіда від соціального світу. Попадаючи в місто, людина опинялась у новій для себе ситуації, коли попередні регулятиви її поведінки переставали діяти, а нові ще не були цілком зрозумілими. Все це створювало підґрунтя для явища маргіналізації та девіантної поведінки. Відсутність стабільних форм спілкування, що б могло сприяти подоланню анонімності, породжувала дезорганізованість, психічну напругу, ріст злочинності та самогубств...урбанізація була передумовою для формування «анонімної маси», що діяла у вигляді натовпу» [7; 147].

Коли у цих людей з'явилось більше прибутку і вільного часу, виникла можливість витратити їх на своє, власне мистецтво. Саме вони і стали споживачами комерційної масової культури, здебільш відмовившись від пласта автентичної народної культури.

Ось як бачить американський вчений Герберт Дж. Ганс наслідки цього процесу для митців: «Коли влада і матеріальна допомога багатих патронів зменшилась, багато творців високої культури змушені були залишити їхнє товариство і шукати фінансову підтримку та публіку в іншому місці. За досить короткий час на «культурному ринку» почалось змагання високої культури і культури масової. Для митців високої культури почались важливі трансформації. Рівень мистецьких творів масової культури падав, але віднині вона диктувала рівень для низько освіченої публіки. Творці високого мистецтва досить просто вирішили цю проблему, вони почали творити тільки для себе, і до себе подібним. До масової публіки вони відчували певну відразу, хоча масова публіка наділяла своїх митців більшою славою, свободою і визнанням, аніж до того будь-коли» [11; 144].

Американський вчений поділяє критиків масової культури на два великих табори: консерватори та соціалісти, хоча наголошує, що останні, здебільш, не називають себе ані марксистами, ані соціалістами: «Соціалістична критика масової культури багато в чому перетиналась з критикою консерваторів, і в той же час не була ворогом політичної демократії чи суспільній та економічній рівності» [12; 144]. До консерваторів належать Т.С.Еліот, Ф.Р.Люїс, Х.Ортега-і-Гасет, Р.Кірк; до табору критиків соціалістичного спрямування – Т.Адорно, М.Горкгеймер, Л.Левенталь, Г.Маркузе, К.Грінберг та ін.

Два табори різнилися у тому, що причини проблем культури вони шукали в різних місцях. Консерватори існування такої масової культури пояснювали слабкістю її публіки, соціалісти ж звинувачували в усьому масове суспільство і ринкові механізми масової культури, що призвели до знищення народної культури, створивши культуру комерційну.

Варто зазначити, що саме слово «еліта» походить від французького *elite* – *відбірний, найкращий*, яке має латинське коріння – *eligo* – *вибираю*. Одним із значень цього слова є вибране коло людей. Елітарне мистецтво в естетиці трактується як «мистецтво, орієнтоване, на думку його творців, на невелику групу людей, що володіють особливою художньою сприйнятливістю, в силу яких вони мають оцінюватись як найкраща частина суспільства, її еліта... Основні елементи естетичної теорії елітарного мистецтва містяться в філософії А.Шопенгауера та Ф.Ніцше (з його антропологічним поділом людей на два типи: «люди користі» і «люди генію», перші з яких не володіють, а другі володіють особливим художнім обдаруванням, яке спонукає їх до філософсько-художньої творчості [10; 411-412].

Цікавим є міркування В.Шаповалова про ознаки, що характеризують духовну еліту:

– духовна еліта є носієм високої культури, яка не пов'язує своє буття з претензіями на високу матеріальну нагороду;

– її існування ґрунтується, перш за все, на усвідомленні самоцінності культури, яка є «нагородою сама по собі»;

– у ній не має і не може бути поклоніння – ні перед владою, ані перед народом. Тільки така еліта може розраховувати на відповідну суспільну оцінку, вільну від підозри в корисливості і, завдячуючи цьому, здатна реально впливати, у тому числі і морально, на життя суспільства [9; 35-38].

Складність осягнення сучасної культури підкреслюється багатьма культурологами: «Сучасна культура плюралістична (від лат. *pluralis* – множинний): ніколи раніше не було такої різноманітності культурних систем і підсистем, поглядів, напрямів як тепер. Таке протиріччя між цілісністю культури та її оволодінням суб'єктом через множину мінливих галузей знань призводить до того, що замість цілісної картини світу людина отримує осколки розбитого «дзеркала», які вона зібрати сама не в змозі. Культура в цілому «надлишкова» – в тому плані, що породжує надлишкову множинність можливих підходів до будь-якої проблеми... Механізми масової культури діють і в зворотному напрямку – в сторону уніфікації, шаблонізації культурного життя. Її принцип – тиражування і поширення в суспільстві одних і тих же матеріальних і духовних цінностей» [6; 130].

Цікавими видаються міркування стосовно стандартизації як фундаментального методу розвитку масової культури: «Масова культура стандартизує все – від умов побуту, харчування й одягу до бажань, думок й ідеалів. І все це завдяки засобам масової комунікації, які нав'язують індивідам, що належать до різних соціальних прошарків, соціальні стереотипи. В масовій культурі здійснюється «втеча від свободи»: особистість звільняється від вибору власної позиції, перегляду множинності можливих варіантів, із яких потрібно вибрати, взявши на себе відповідальність за вибір. Право вибору передається іншому – авторитету, лідеру... Уніфікація, шаблонізація смаків, поглядів, ідеалів, поєднується з конформізмом, втратою самостійності, автономності особистості (я – «як усі»), неприйняттям інших ідей, не співпадаючих з «загальною думкою»: «надлишковість» культури на цьому рівні зникає» [6; 131].

Засновником культуроцентристського підходу у вивченні маси є іспанський філософ і публіцист Хосе Ортега-і-Гасет. Культуроцентристський підхід вивчає взаємодію маси (як пересічного, орієнтованого на цінності споживання «більшості», точніше, специфічного сегменту суспільства, при певних соціальних обставинах здатного стати більшістю) та духовної еліти (високоморальних і компетентних «меншин», гарантів збереження та творчого розвитку «високої культури», цивілізації в цілому). Ортегіанський культуроцентристський підхід звертає увагу на порушення колишньої динамічної рівноваги між елітою (високодуховною та висококваліфікованою частиною суспільства) та масою, на ріст соціальної, а пізніше і культурної переваги типу «людини

маси», небезпеку вульгаризації всього життя суспільства. Згідно з Х.Ортегою-і-Гасетом, при порушенні рівноваги між масою та елітою, коли маса усуває еліту і починає диктувати свої умови, виникає загроза деградації науки, політики, мистецтва та інших сфер. Небезпека такого роду виникає, на думку іспанського філософа, на межі XIX-XX століть із виходом на арену історії відносно нового типу людини. «Людина маси» у Х.Ортеги-і-Гасета стає основним героєм знаменитого есе «Повстання мас», що побачило світ у 1930 р. [7; 100-101].

Головними причинами стрибкоподібних змін у поведінці мас іспанський філософ вважав руйнування традиційних форм преіндустріального життя, «ріст життєвої сили» сучасного суспільства, що проявляється через взаємодію трьох факторів: експериментальної науки, індустріалізації (їх він об'єднує під іменем «техніки») та ліберальної демократії. Досягнення техніки призвели до небаченого для попередніх епох можливостей як для суспільства, так і окремої людини – розширення її уявлення про світ, стрибкоподібне піднесення рівня життя, нівелювання соціального стану. До економічної забезпеченості приєднуються «фізичні блага», комфорт, суспільний порядок. Х.Ортега-і-Гасет пише: «Ми живемо в епоху всезагального нівелювання: відбувається вирівнювання багатств, прав, культур, статей» [4; 136].

Формальна рівність прав і можливостей, не підкріплена ростом рівності фактичного (тобто морального, культурного), самовдосконаленням, вірним розумінням співвідношення суспільних прав та обов'язків, призвела не до реального росту, а тільки росту амбіційності, претензій «людини маси». Зовнішні обмеження у всіх сферах життя для «більшості» виявились знятими. Людина маси утверджує свою рівність не шляхом сходження до висот культури, самовдосконалення, а шляхом пристосування до себе навколишнього соціуму. Все це супроводжується різким зростанням населення Європи (за 1800-1914 роки – з 180 до 460 мільйонів людей). Суттєвим тут є те, що у суспільства не вистачило ані часу, ані сил для залучення у достатній мірі цього «потoku» до традиційної культури [7; 103].

У Х.Ортеги-і-Гасета мова йде про визначений тип людини, а не про суспільний клас. Він спеціально застерігає, що поділ суспільства на маси і вибрану меншість – це поділ не на соціальні класи, а на типи людей, це зовсім не ієрархічна відмінність «вищих» і «нижчих»: у кожному класі можна знайти і «масу», і справжню «вибрану меншість» [4; 121-122]. Водночас, приналежність до маси – ознака психологічна, зовсім не обов'язково, щоб суб'єкт до неї належить [7; 101].

У розумінні «масової культури» Г.Чернов застерігає, що це явище є вкрай неоднозначним: «Масова культура» – підсумок зустрічної взаємодії запитів масової публіки та діяльності художника нового типу, опосередкована втручанням ринку і власника капіталу... У широкому розумінні під «масовою культурою» можна розуміти всю сукупність взаємодій між інститутами духовного та художнього виробництва ринкового індустріального суспільства та масовим суспільством відносно однорідних за ціннісними та когнітивними характеристиками свідомості індивідів – споживачів продуктів цієї культури, а також всю суму однорідних в ціннісному та стилістичному відношенні впливів мистецтва, ЗМІ, пропаганди та масової свідомості» [7; 161]. Дослідник вказує на те, що суттєвими типологічними ознаками цього типу культури є «комерціалізація, зниження естетичних стандартів і їх зміщення (від піднесено – прекрасного до приголомшливого, дивуючого), зміщення акцентів ієрархії функцій культури, а також в ієрархії видів і жанрів мистецтва, ціннісного вихолощення, зумовленого неправомірним приданням буржуазним (а частково і плебейським) цінностям статусу загальнолюдських» [7; 162]. З точки зору впливу масової культури на соціум спостерігаємо, що розвиваюча функція мистецтва витісняється розважальною, яка у багатьох випадках є гіпертрофованою. Важливо також зауважити нав'язування психології та філософії «консумеризму», а процес глобалізації допомагає формуванню уніфікованого типу свідомості у небачених до цього розмірах [7; 162].

Г.Ашин та А.Мідлер розглядають «масову культуру» у якості індустрії, що зайнята виробництвом не тільки певної художньої продукції, але і «масової людини», яка запозичує думки телепередач, газет, реклами й перетворюється на простого виконавця заданих ролей [1; 11]. «Масова культура», також як і «елітарна», формує для себе власного споживача. Цікавими є міркування стосовно цього тривалого процесу Г.Чернова, який досліджує зміни у масовій свідомості. В силу дії низки соціальних і культурних факторів виробляється певний тип індивіда:

а) нетворчого, функціонального типу особистості, орієнтованої на механічне виконання заданої соціальної ролі;

б) деіндивідуалізованого споживача, піддатливого до рекламних та інших впливів;

в) підвищено амбіційної особистості, позбавленої самооцінки, яка переповнена спрагою досягнення споживацького «максимуму» [7; 137].

У структурі масовизації Б.Грушин пропонує виділити два важливі моменти:

1) об'єднання у рамках спільності великої, не в порівнянні з попередніми епохами, кількості індивідів, що призвело до примноження соціальних зв'язків;

2) зрівняння характеристик діяльності індивідів, що зумовлює певне зрівняння якостей самих індивідів [3; 31]. Загалом, капіталовкладення у масове мистецтво почало приносити небували прибутки і стало вигідним інвестуванням. Поступово комерційна сторона виявилась, у багатьох випадках, домінуючою. Майбутня фінансова вигода нерідко стає чи не найважливішим аспектом у створенні сучасного художнього продукту.

Однією з найсуттєвіших відмінностей між популярною і високою культурою є різниця у величині публіки та її гетерогенності. Оскільки публіка популярної культури є значно більшою від публіки високої культури, то природно, що вона є більш гетерогенною [11; 123]. В елітарній культурі прірва між творцем і публікою є меншою, ніж у популярній культурі, адже публіка її менша і більш гомогенна. Часто вона належить до того самого класу, що й митець [11; 125]. Конфлікт між творцями і продюсерами Герберт Дж. Ганс вбачає у тому, що творці популярної культури так само бажають висловити свої цінності і смаки, як і їх колеги, що творять у сфері «високої» культури [11; 124].

Тут доходимо до наступного, і чи не найбільш визначального аспекту, здатного прояснити протистояння між елітарним і масовим мистецтвом. Мова йде про розуміння художнього твору: «Якщо йдеться про нове мистецтво, розмежування відбувається на рівні значно глибшому, ніж індивідуальний смак. Справа не в тому, що більшості не подобається мистецтво молодих, а меншості – подобається. Справа в тому, що більшість, маси не розуміють його» [5; 144].

На думку згаданого вище мислителя, характерною рисою нового мистецтва з соціологічної точки зору є те, що «...вона розмежує публіку на два класи: тих, хто його розуміє, і тих, хто його не розуміє. Це означає, що одна група наділена органом розуміння, наявність якого заперечується в іншій, – тобто перед нами два різновиди людської природи. Нове мистецтво, вочевидь, призначене не для всіх, як романтизм, – воно звернене до особливо обдарованої меншості. Звідси те роздратування, яке воно викликає у мас. Коли твір мистецтва людині не подобається, але є зрозумілим, то вона відчуває свою вищість до нього і не має підстав обурюватись. Але коли неприязнь, яку викликає художній твір, є результатом нездатності його зрозуміти, то людина відчуває себе приниженою, і це невиразне відчуття неповноцінності повинно бути компенсоване обуренням як самозахистом» [5; 145].

Кожен період у суспільстві характеризується паралельним існуванням декількох форм мистецтва. Естетично вони майже ніколи не бувають рівноцінними, але необхідність у них існує завжди. Адже поруч з естетично розвиненою публікою постійно буде публіка, естетичний розвиток якої з різних причин буде нижчим.

Особливий інтерес являє питання взаємодії елітарного і масового мистецтва в епоху постмодернізму. Прикметною для цієї епохи, за визначенням І.Чернової, є «поворот до масової слухацької аудиторії та її смаків, апологія кітчу, формування гедоністичної естетики дозвілля, виростання ролі естетичних симулякрів, що нейтралізують смакові уподобання, – свідчать, з одного боку, про демократизацію культури, а з другого – про девальвацію, що її переживає мистецтво в умовах арт-ринку і шоу-бізнесу, менеджменту і маркетингу, нівелюючи специфіку естетичного та художнього» [8; 13].

Взаємоінспіруючий розвиток технічних засобів розповсюдження інформації та масового мистецтва є також важливим аспектом домінування цього виду мистецтва. Серед найважливіших чинників, які призводять до цього – процес глобалізації, що веде до всезростаючої уніфікації суспільства, сприяючи при цьому заволодінню новими ринками для просування продукції масового мистецтва в сучасному культурному просторі.

Джерельні приписи

1. Ашин Г.К. В тисках духовного гнета / Ашин Г.К., Мидлер А.П. – М.: Мысль, 1986. – 253 с.
2. Гордеев Ю.В. Малая группа и «массовое общество» / Ю.В. Гордеев // Науч. зап. Московского пед. ин-та. – М., 1970. – Т. 276. – Вып. 17. – С. 42-49.
3. Грушин Б.А. Процессы массовизации в современных обществах / Б.А. Грушин. – М., 1986. –

4. Ортега-и-Гассет Х. Восстание масс / Х.Ортега-и-Гассет // Вопросы философии. – 1989. – № 3-4. – С. 119-155; С. 114-155.
5. Ортега-и-Гассет Х. Дегуманізація суспільства / Х.Ортега-и-Гассет // Всесвіт. – 1992. – № 3-4. – С. 144-156.
6. Подольская Е.А. Культурология / Подольская Е.А., Иванова К.А., Лихвар В.Д. – Х.: Изд-во НФаУ: Золотые страницы, 2003. – 160 с.
7. Чернов Г.Ю. Социально-массовые явления: Исследовательские подходы / Г.Ю. Чернов. – Дубна: Феникс+, 2002. – 208 с.
8. Чернова І.В. Музичне виконавство в ситуації постмодернізму / І.В. Чернова; автореф. дис... канд. мист.: 17.00.01. – Львів, 2007. – 20 с.
9. Шаповалов В.Ф. «Восстание масс» по-русски / В.Ф. Шаповалов // Свободная мысль. – 1993. – № 12. – С. 33-42.
10. Эстетика / Под общ. ред. А.А. Беляева и др. – М.: Политиздат, 1989. – 447 с.
11. Gans H.J. Popular Culture and High Culture. An analysis and Evaluation of Taste / H.J. Gans. – New York: Basic Books, 1974. – P. 3-63.

Резюме

Розглядається специфіка взаємодії елітарного та масового мистецтва в умовах сучасного глобалізованого суспільства.

Ключові слова: елітарне, масове мистецтво, глобалізація, культура.

Summary

Solanskiy S. The problem of interaction of elite and mass art in modern cultural continuum

The article considers the specifics of interaction of elite and mass art in conditions of modern globalize society.

Key words: elite, mass art, globalization, culture.

Аннотация

Рассматривается специфика взаимодействия элитарного и массового искусства в современном глобализированном обществе.

Ключевые слова: элитарное, массовое искусство, глобализация, культура.