

МАСОВА КУЛЬТУРА: МОЖЛИВОСТІ ГІБРИДИЗАЦІЇ

Дмитренко М.Й., м.Черкаси

У статті з погляду сучасної філософської науки охарактеризовано масову культуру як складне, суперечливе і багатогранне явище. Акцентовано увагу на масовості культурних феноменів як найважливішій сутнісній характеристиці масової культури. Простежено можливості взаємовпливу і взаємопроникнення масової культури у певному соціальному контексті.

Ключові слова: культура, феномен культури, масова культура, культурна гібридизація.

Постановка проблеми. Глобалізаційні процеси, що розпочалися у ХХ ст., і надалі викликають інтерес у значного кола науковців. Це пояснюється низкою причин: по-перше, глобалізація у більшості асоціюється з просторовим єднанням, інтеграцією, взаємозалежністю; по-друге, проголошує цінність прав та свобод людини; по-третє, – це культурний аспект глобалізації, який полягає у формуванні загальних духовних цінностей, що дає змогу говорити про взаємопроникнення та взаємодію різних національних культур.

Але, як відомо, глобалізація має двоїтий характер. Для пояснення двоїстості глобалізації існує спеціальний синтетичний термін – «глокалізація», утворений шляхом сполучення термінів «глобалізація» і «локалізація». Він відбиває складний процес переплетення глобальних тенденцій суспільного розвитку й локальних, місцевих особливостей культурного розвитку тих чи інших народів. Запропоновану схему глокалізації можна перенести і на сферу функціонування культури. Із зростанням мультикультуралізму зростає і спротив йому (намагання зберегти національні традиції локальних культур). Глобалізацію спочатку пов'язували лише з економікою, та досить швидко вона почала стосуватися й інших сфер життя, у тому числі культури. Без сумніву, феномен масової культури має цивілізаційний характер і є ознакою глобалізації. І тим не менш цікавим є питання можливостей позитивної та негативної гібридизації масової культури.

Аналіз актуальних досліджень. Інтерес до явища масової культури виник досить давно. На сьогоднішній день існує значний масив досліджень, теорій і концепцій масової культури. Автори більшості з них схильні розглядати її як особливий соціальний феномен, що має свою генезу, специфіку і тенденції розвитку. Найбільш впливові теорії це: теорія масової культури як культури масового суспільства; теорії Франкфуртської школи; теорії окремих філософів, соціологів, культурологів тощо.

Серед сучасних дослідників масової культури на пострадянському просторі відомі такі як А. Флієр, Н. Кіященко, К. Акопян, А. Захаров, С. Кагарлицька, Е. Шапінська, Є. Смольська, Г. Маркова, Т. Кузнецова, В. Самохвалова, К. Разлогов, В. Матвеев, О. Золотухіна-Аболіна, а також Р. Сапенко, А. Гофман та ін. Доцільно відмітити популярність даної проблематики серед молодих вітчизняних дослідників (А. Данилюк, Н. Міщенко, Н. Доній та ін.). Разом з тим проблеми можливостей гібридизації масової культури досліджені недостатньо.

Мета статті - виявити особливості масової культури в контексті глобальної, дослідити взаємодію масової та традиційної культури, можливості гібридизації масової культури.

Виклад основного матеріалу. Масова культура являє собою складне, суперечливе і багатозначне явище, найважливішою сутнісною характеристикою якої є масовість (тиражованість) культурних феноменів. Концептуальними ознаками корпоративної культури є: тотальність її поширення і споживчість представниками різних соціальних верств, зверненість до різноманітних типів сприймаючої свідомості і постійно зростаюче число носіїв її цінностей.

Масова культура феноменологічно й онтологічно пов'язана з феноменом маси — специфічним об'єднанням носіїв культурних цінностей, а також із машинним виробництвом і засобами масової інформації, які надали можливість серійного виробництва і розповсюдження артефактів і тим самим визначили характер масової культури як тиражованої універсальності.

Починаючи з XIX століття процес демократизації культури, в сенсі залучення в сферу духовного виробництва широких верств населення, йде в ногу з процесами технічної модернізації. Визрівають такі умови, в контексті яких масовидні форми існування культури оформляються власне в феномен маскульту. З XX століття розвиток сучасного суспільства супроводжується небувалим прогресом засобів обробки і трансляції інформації, зростанням швидкості інформаційних процесів і зміною їхнього характеру. Завдяки науково-технічним досягненням у суспільства з'являються і вдосконалюються нові засоби виробництва і розповсюдження культурного продукту, провідний з яких — засоби масової інформації. Під впливом ЗМІ «тираж» і обсяг інформації, що транслюється, різко зростає. Слідом за газетами, радіо, телебаченням з'являється Інтернет, що об'єднав світове інформаційне поле, і дозволив здійснювати комунікацію в режимі on-line, що кардинально змінює сприйняття таких категорій, як час і простір.

Як примітив Джон Фіск, критик, що розділяє погляди Бодрійяра, насиченість суспільства знаками являє собою «фундаментальна відмінність нашого суспільства від попередніх. За одну годину перед телевізором людина отримує більше образів, ніж в доіндустріальному суспільстві він отримував за все життя» [8, с.148]

Між тим, як уже раніше зазначалося, масовість поширення самих артефактів культури, адресація до широкої аудиторії не є достатньою ознакою їх приналежності виключно до масової культури, оскільки серійність, інтертекстуальність, циклічність, здатність до багаторазового відтворення проявляється не тільки у творах маскульту. Так, основними способами самоздійснення народної культури як культури безписьменної, що спирається на традицію, є відтворення, повторення і закріплення накопиченого й осмисленого досвіду. Кількісні параметри характерні також для письмової традиції, де відбувається відтворення соціокультурних, художніх чи інших першофеноменів, актуальних і затребуваних часом.

Проблема, пов'язана з масовим характером представленості різних феноменів культури, є надзвичайно важливою, оскільки визнання ступеню

суспільної поширеності різних феноменів культури їхньою сутнісною відзнакою дозволяє ряду дослідників розглядати масову культуру як явище, що супроводжує розвиток людини протягом всієї історії його існування, а отже, вважати її феноменом, не специфічним для останніх стадій розвитку, говорити про початкові включеності масових структур у структури людської ментальності. З іншого боку, такий підхід дозволяє деяким дослідникам стверджувати, що практично все в культурі може бути «музеефіковане». Музей і музеефікація стають емблемами одного із способів розмежування на елітарність (привілейованість) і масовість (другорядність).

Інші, онтологічні і функціональні, характеристики культурних феноменів при цьому ігноруються. Так, Е.Г. Соколов вважає саме практику включення різних культурних феноменів в особливий режим «музеефікації» причиною затвердження елітарності в якості найважливішого конституента культурного стандарту. Тут музей виступає символом дійсності, автентичності, малотиражності, тобто суто кількісною характеристикою різних феноменів, є маркером, що вказує на пристосованість до канону, не відповідаючи за якість культурного продукту [2, с.148].

Подібний ракурс дозволяє автору зробити твердження, що «ніяких власних («онтологічних») характеристик «елітарність» не має, але служить суто оперативно-функціональним цілям, зумовлюючи/регламентуючи відповідні способи «оволодіння» культурним феноменом» [2, с. 255].

Проблема кількісного фактора як принципу розмежування культурних феноменів на високі і масові деякими дослідниками, переважно західними⁶⁰, вирішується за допомогою введення терміна «популярна культура», що означає здатність культурних феноменів виступати в якості складних, елітарних і одночасно поширених, популярних, що легко сприймаються непідготовленою спеціальним чином свідомістю [7, с. 255].

Мати такі якості культурному феномену дозволяє опора на загальноприйняте в соціальному й естетичному сенсі, коли для адекватного осягнення виявляється достатнім рівень не художніх, а лише психофізіологічних реакцій і асоціацій. Проте в західних дослідженнях термін «популярна культура», як правило, виступає як взаємодоповнюючий по відношенню до терміна «масова культура», що підтверджується й аналізом феноменів культури, де підкреслюється нездатність популярного мистецтва до розвитку, його несаможиттєвості: «Популярне мистецтво подвійно вторинне: спочатку воно стає академічним, а потім ... популярним» [1, с. 454-504].

Теоретична дискусія з проблеми масової культури спочатку складалася саме навколо уточнення сенсу категорії «масового» і такого специфічного явища, як «маса». Маса — майже «механічне» в умовах урбанізованої соціальної дійсності об'єднання суб'єктів, які виступають у ролі безособового колективу з психологічними рисами, близькими до психології натовпу, стада, про що писав у класичній роботі «Повстання мас» Ортега-і- Гассет.

Справедливим було б зауваження, що суспільство протягом всього культурно-історичного розвитку складалося з пасивного, що пливе за течією більшості, керується і направляється, і творчо активної меншості — прошарку, що

несе в собі креативні функції культурного «генератора», який часто ототожнюється з елітою. Засилля посередності, «повстання мас», глибоко й емоційно описане Ортегою, в принципі не змінило цього співвідношення і не могло придушити творчого початку, властивого деяким. Однак важливо те, що в процесі формування безликої, посередньої людської «маси» людина під тиском технократичного індустріального суспільства і спеціалізації праці, що заглиблюється, перетворюється на людину-функцію, часткову, «одновимірну» людину (Г. Маркузе), людину-локатора (Д. Рисмен). Цей процес посилюється більшим чи меншим розривом із традиційними культурними зв'язками і культурними інститутами. Саме ця «одновимірна» людина і виходить на авансцену історії.

Підкреслюючи не просто кількісну, але якісну трансформацію, В.І. Самохвалова пропонує розрізняти терміни «омасовління» і «масофікація». Так, омасовлінням можна назвати «всякий процес становлення маси як процес кількісний, що означає збільшення числа тих, хто утворює більш-менш однорідну соціальну масу, а також процес становлення масового характеру того чи іншого явища». Тоді як масофікація — «це процес становлення масової людини, тобто якісна характеристика процедури «підгонки» особистості під масовий стандарт, коли мислення і свідомість особистості підлаштовуються під зразки, що не просто панують у масі, але вимагаються суспільством» [3, с. 104].

У таких умовах виявляються затребуваними культурні продукти загальнодоступного, адаптивного характеру, що спираються на повсякденний досвід і які можуть виступати в якості універсального коду, пов'язані з системою стандартів і іміджів, які мають опору в підсвідомому, якими є феномени масової культури. Апелюючи до чуттєвого, інстинктивного, а отже, до загальнолюдського, експлуатуючи оптимістичні сюжети, феномени масової культури, крім іншого, виконують функцію релаксації, необхідної для людей століття перевантаженої раціональності. І в цій якості вони мимоволі втягують у своє коло навіть представників інтелектуального прошарку, доводячи відсутність жорсткої співвіднесеності масової культури з соціальними шарами.

У всіх сенсах масова культура більш споживча, ніж креативна. Навпаки, щодо феноменів традиційної культури потрібно говорити про те, що їх активне функціонування, затребуваність і популярність, відтворюваність у відкритій ними традиції, напрямку або стилі, здатність виступати в якості конститутивних домінант значних історичних періодів — все це, перш за все, свідчить про їх особливий духовний зміст. Вони, «незважаючи на багаторазовість, («масовість») відтворення ... могли виконувати абсолютно іншу роботу, актуалізували інший тип культурної декларації». Ці феномени, незважаючи на «тираж», залишаються феноменами високої культури, здійснюючи креативну, культуротворчу місію. Нарешті, що стосується повторюваності феноменів народної культури, то їх повторюваність ніколи не постає як «тираж», а в кожному своєму факті виступає як автентичний, справжній, і в цьому сенсі одиничний, феномен, що відображає культурну і світоглядну спадщину народу. У своїй повторюваності народна культура несе повторення й осмислення досвіду поколінь.

Таким чином, змістовно-функціональний аспект допомагає зрозуміти

специфіку категорії масовості для різних форм культури. Проте в аналізі масової культури необхідно йти далі, виявляти глибинні світоглядні зсуви, до яких призводить вибухове кількісне зростання артефактів культури.

Представники Франкфуртської школи Т. Адорно і М. Хоркхаймер, які ввели і детально проаналізували поняття «індустрія культури», звернули увагу на те, що автентичність, притаманна справжньої культури, виявляється неможливою в комерційному варіанті масової культури. Індустріальний спосіб виробництва культурної продукції забрав у неї унікальність, замінивши її дублюванням, серіалізацією, стандартизацією, репродукуванням [5, с. 233].

Кіно, світлини, радіо, телебачення, дозволяючи нескінченно «відтворювати» культурні артефакти, позначаються навіть на «високих» явищах культури, пов'язаних із пам'ятниками мистецтва, надбаннями історії, позбавляючи їх аури унікальності і специфічного контексту. Тому інший представник Франкфуртської школи В. Беньямін вважав відсутність у масовій культурі притаманної високому мистецтву аури однією з основних особливостей цього типу культури і називав масову культуру «постауратичною» [6, с. 74-75].

«Аура» твору мистецтва, по Беньяміну, — це його унікальне існування в часі і просторі, його автентичність. При механічному відтворенні твір мистецтва розсіюється, перетворюючись у безліч копій, що означає втрату автентичності як міри цінності або навіть як значущого поняття в мистецтві. Це відбувається з причини руйнування часової і просторової індивідуальності твору мистецтва, втрати ним свого контексту і місця в континуумі традиції. Підйом масової культури супроводжується поширенням копій творів високого мистецтва серед широкої публіки, що призводить до знищення катарсису. Тим самим сучасна технологія механічного репродукування відкриває нову епоху в чуттєвому сприйнятті.

Знаменитий вислів канадського філософа і соціолога М. Маклюєна «The Medium is the Message» [9, с. 74-75] — «Медіа і є повідомлення» стало головною тезою теорії технологічного детермінізму, що придбала особливу популярність в 1960-і роки. Маклюєн обґрунтовує тезу про те, що зміна епох в історії людства визначається пануючими засобами комунікації (мова, дороги, друк, телебачення тощо). Якщо в попередні епохи канали комунікації визначалися характером інформації, то технічна комунікативна система постіндустріального періоду стала проявляти активність по відношенню не тільки до класифікації, а й до самого виробництва інформації, де «засіб передачі повідомлення» сам став «повідомленням». У подібній ситуації найбільш природною і «технологічною» стала форма масової культури, яка проявляє здатність до серйозних трансформацій під впливом засобів комунікації і що стає формою тотального технічного панування.

У західних дослідженнях, зокрема в роботах С. Холла, саме технологізація та індустріалізація культури трактуються як визначальна «центральність» проблеми масової культури, яка виступає не як культурцентристська парадигма, а як проблема найбільш ефективного управління цією сферою: політичної, індустріальної або ідеологічної.

Будучи комерціалізованою сферою, ЗМІ, зрозуміло, орієнтуються,

насамперед, на смаки масового споживача, разом із тим активно включаючись в ідеологічну обробку масової свідомості і іншого роду ангажованість, маніпулюють і спотворюють реальні факти. Так, Г. Шиллер і Ю. Габермас обурювалися засиллям на телебаченні «мильних опер», оскільки, на їх думку, вони носять ескапістський характер, опошляють і фальсифікують повсякденне життя людей.

Вони також викривали способи спотворення реальної картини подій у випусках новин. Габермас висловлював занепокоєння у зв'язку з доданням глянцю політиці в європейських демократіях. Для таких критиків сучасного суспільства, як Габермас, маніпулювання політичною інформацією, засноване на ретельній підготовці політиками та їх радниками зі зв'язків із громадськістю своїх виступів перед ЗМІ — це зрежисовані сцени, організовані витoki інформації [4, с. 334-335] .

Висновки і перспективи подальших досліджень. Таким чином, масова культура як культура переважно телевізійна, екранна, а не книжкова, формує так зване площинне, візуальне сприйняття, при якому знижена здатність до роздумів, глибинних асоціацій, співпереживань. Глибокі почуття замінюються однозначними, досить поверхневими і швидкими реакціями на образи, що змінюються.

Осмислення масовості культурних феноменів і способів їх трансляції в сучасному суспільстві підводить до висновку про особливу закономірність функціонування сучасної культури і маскульту як її найбільш характерної форми в якості культури інформаційної, обумовленою безпосереднім впливом режиму масмедіа на формат культурного продукту, де легітимним стає лише те, що проявляє здатність до тиражування.

ЛІТЕРАТУРА

1. Муккерджи Ч., Шадсон М. Новый взгляд на поп-культуру. [Текст] / Ч. Муккерджи, М. Шадсон // Массовая культура и массовое искусство. «За» и «против»; [пер. с англ. А. В. Захарова] – М., 2003. – С. 454–504.
2. Смоленцева А.Ю. Организационный подход в изучении проблем вуза (зарубежный опыт) [Текст] / А.Ю. Смоленцева // Социологическое исследование, 1999. — № 6. — С. 83–88.
3. Стеклова О.Е. Разработка проекта совершенствования инновационной организационной культуры [Текст] / О.Е. Стеклова // Качество. Инновации. Образование. – 2010. – N 5. – С. 24–30.
4. Уэбстер Ф. Теории информационного общества. [Текст] / Ф. Уэбстер – М., 2004. – С. 312–345.
5. Хруцкий В. Реферат статьи Питера Друкера «Труд и управление в современном мире» / В. Хруцкий // Российский экономический журнал. – 1993. – № 5 – С. 74
6. Шапинская Е. Н. Массовая культура в теоретических исследованиях [Текст] / Е.Н. Шапинская // Массовая культура и массовое искусство. «За» и «против». – М., 2003. – С. 74–75.
7. Gans H. J. American Popular Culture in a Changing Class Structure [Text] / H. J. Gans // Prospects: An Annual of American Cultural Studies. – Cambridge, 1985. – Vol. 10 – P. 10–11.

8. Fiske J. Postmodernism and Television, in Curran, James and Gurevitch [Text] / J. Fiske – Michael – P. 58.

9. McLuhan M. The Medium is the Message: An Inventory of Effects [Text] / M. McLuhan – New York, 1967. – P.464.

Массовая культура: возможности гибридизации

Дмитренко М.И.

В статье с точки зрения современной философской науки охарактеризована массовая культура как сложное, противоречивое и многогранное явление. Акцентировано внимание на массовости культурных феноменов как важнейшей сущностной характеристике массовой культуры. Прослежены возможности взаимовлияния и взаимопроникновения массовой культуры в определенном социальном контексте.

Ключевые слова: культура, феномен культуры, массовая культура, культурная гибридизация.

Popular culture: the possibility of hybridization

Dmitrenko M.

The article deals with popular culture as a complex, disputable and multifaceted phenomenon from the point of view of contemporary philosophy. The author focuses attention on the multitude of cultural phenomena as the most important characteristic of popular culture. The possibilities of mutual influence and interpenetration of popular culture in a certain social context are highlighted.

Key words: culture, phenomenon of culture, popular culture, cultural hybridization.