

КУЛЬТУРОЛОГІЧНІ ПІДХОДИ ДО ПРОЯВІВ МАСОВОГО ВІЗУАЛЬНОГО

Алфьорова З.І., доцент кафедри мистецтвознавства,
літературознавства і мовознавства

Харківська державна академія культури

Анотація. Аналізуються підходи до аналізу масового візуального в культурі.

Ключові слова: масова культура, візуальність.

Аннотация. Алфёрова З.И. Культурологические подходы к проявлениям массового визуального. Анализируются подходы к анализу массового визуального в культуре.

Ключевые слова: массовая культура, визуальность.

Annotation. Alfyorova Z.I. Cultorological approaches to displays mass visual. This article is dedicated to cultural studies of visual in mass culture.

Key words: mass culture, visual.

Постановка проблеми. Розвиток капіталізму індустріального типу у другій пол. XIX ст. практично переорієнтував всю гуманітарну науку і, певною мірою, філософію, на вивчення конкретних явищ культури. В межах позитивізму вперше сформувався поняття культури та методологічний принцип, що був застосований до її вивчення — еволюціонізм. Власне еволюціонізм вперше відійшов від античної традиції міметичної (пізнавальної) природи мистецтва, висловивши припущення про її зв'язок із трудовою діяльністю, магією, міфологією, ритуалом. Загальний же підхід до розуміння мистецтва був тісно пов'язаний із культурним контекстом конкретної історичної доби.

У першу половину XX ст. майже увесь культурологічний дискурс був або продовженням еволюціонізму, або став результатом досліджень так званих дифузійоністів, які відстоювали ідею про те, що процес спокійної дифузії може стати домінуючим механізмом відбору в процесі культурної еволюції. Напередодні Другої світової війни з'явився інтерес до функціонального аналізу культури. Е.Дюркгейм, А.Р.Радкліфф-Браун та Б.Маліновський постали біля джерел функціоналізму в культурологічному дискурсі. Окрім цього, напередодні війни з'явилась теорія культурного діалогізму, розвинена М.Бахтінінм та пізніше Біблером. Теоретики масового суспільства (Т.Адорно, Х.Ортега-і-Гассет, М.Гайдеггер, М. Хоркхаймер та інші), так як і культурологи-постмодерністи (А. Кроукер, Ж.Бодрійяр, Г. Оуен та інші) достатньо ґрунтовно описали процес синхронної появи децентралізованого «квантового» суб'єкта, який все більш мозаїчно, «масмедійно» сприймав світ, та хаотичного, деперсоналізованого соціуму.

Після Другої світової війни складне за соціальним характером суспільство почало вибудовувати нові за суттю культурні взаємовідносини і продукувати культурні норми та цінності нового типу. Гомогенний

характер масової культури до Другої світової війни стрімко змінився під впливом розвитку мас-медійних технологій і призвів до виникнення складного поєднання сполук субкультурного характеру.

Зміна характеру структури культури, заміщення культури інвестицій під знаком «ми» культурою споживання під знаком «я», за влучним висловом Л.Туруо, [19] трансформували як моделі аккультурації нових поколінь, так і цінності міжсубкультурної комунікації.

Саме це загальне «переформатування» сучасної культури, тобто *морфологічні проблеми, викликають найбільш гострий інтерес* дослідників у всьому світі. Явний субкультурний характер сучасної культури відзначається більшістю з них.

Аналіз дослідницьких публікацій. Остання чверть ХХ ст. і початок ХХІ ст. позначилися гострою науковою дискусією в середовищі як західних, так і пострадянських культурологів щодо визначення понятійних меж таких феноменів культури як «культура елітарна», «культура традиційна», «культура масова» і «культура популярна». Ознаки гостроти такої дискусії визначає наявність розмаїття типологічних схем щодо цих феноменів в культурології.

Сучасну культуру, тобто культуру 90-х рр. ХХ ст. і початку першого десятиліття ХХІ ст. розглядають як сукупність наступних структурно-типологічних форм: масової і елітарної субкультур (М.С.Каган); етнічної, національної та масової (В.М.Межуєв); масової, повсякденної та спеціалізованої (А.Я.Флієр); елітарної, масової, популярної і народної (О.І.Карпунін і Е.Ф.Макаревич); масової, елітарної, традиційної та спеціалізованої (Б.С.Єрасов); високої, традиційної, масової і популярної (А.В.Захаров); високої (елітарної), народної і масової (Г.Генс); піднесеної, посередньої та низької (Е.Шиллз); народної (традиційної селянської та міської), професійної та масової (О.С.Каргін та М.А.Хренов)». Один тільки перелік цих типологізацій підтверджує складність аналізу сучасних культурних феноменів.

Предметом нашого розгляду є культурологічний науковий дискурс щодо проявів масового візуального.

Метою статті є виявлення особливостей основних підходів дослідників-культурологів до цієї проблеми.

Завдання є на основі системного аналізу:

- надати характеристику основних культурологічних концепцій щодо масового візуального;
- виявити різницю між підходами функціонального, системно-структурного та іншого характеру;
- визначити основні трактовки проявів масового візуального в сучасній культурології.

Стаття підготовлена у відповідності з планом науково-дослідницької роботи кафедри мистецтвознавства, літературознавства і мовознавства Харківської державної академії культури.

Виклад основних результатів наукового дослідження.

На сьогодні неzapеречною тезою культурології є саме субкультурна морфологія сучасної розмаїтої культури та гетерогенний, поліфонічний її характер. Цю думку підтверджують і пострадянські культурологи і культурні антропологи. Російський дослідник Г.В.Костіна вказує, що «практика показує, що сучасна масова культура сформована більш широким полем явищ, яке «перекриває» усі наявні елементи духовної культури, проявляючи себе в областях, пов'язаних з економікою, і виступаючи однією з галузей індустрії, а також у практиках психічної і фізичної репродукції людини. Саме тотальність розповсюдження, яку демонструє масова культура, яка охопила майже усі сфери діяльності людини, свідчить про те, що цей феномен у постіндустріальному суспільстві виступає як основна форма існування культури» [16, с.99-100]. При цьому культурологи, які є провідниками структурного підходу до проблеми морфології сучасної культури, а серед них і та ж Костіна, не відкидають субкультурну наявність «елітарної культури». Розуміючи під нею культуру, «основний ідеал якої — формування свідомості, готової до активної креативної діяльності у відповідності з об'єктивними законами діяльності», Костіна вважає, суб'єкт такої культури «є самостійно діючим агентом, який має не тільки автономну свободу від суспільства, але й несе відповідальність за свої дії» » [16,с.108]. Як вважає російська дослідниця, «елітарна культура може бути співставлена як з народною, так і масовою культурою не за характером соціального змісту, не за особливостями відображення дійсності, не за ступенем розповсюдження і соціального визнання, але, в основному, за типом впливу на свідомість, що її (культуру) сприймає, зберігає її суб'єктивні особливості і забезпечує смислотворюючу функцію» [16, с.108].

Сумнів викликають спроби деяких культурологів ввести у науковий обіг поняття «популярна культура» як інший, відмінний від «масової культури», «третьій пласт» сучасної культури. Деякі російські культурологи (А.В.Захаров, наприклад) вважають, що типологія Герберта Генса, в якій він визначає масову культуру як «популярну» [6], застаріла. Вони виділяють «популярну культуру» або «серединну», «третью» культуру (Б.С. Єрасов вводить поняття «спеціалізована культура» або «мідкультура» від «middle culture») як симбіоз масової і народної культури [14]. В той же час ці пострадянські дослідники вважають, що те, що вони звать «популярна культура» не є вже знайомою «поп-культурою» (концепт Л.Райта та інш.). Той же Захаров наполягає на індивідуальній спрямованості «популярної культури» або «культури третього пласту» на «адресата»; ця культура містить в собі нові види художньої практики, тобто вона індивідуально-

креативна. При цьому масова культура, за Захаровим, є «формою», в якій при сучасних умовах функціонує масова свідомість [15; 17; 14].

Пострадянські послідовники функціонального підходу до морфологічної проблеми (К.Е.Разлогов, В.М.Межуєв, В.Скуратівський та інші), спираючись на загально комунікативні теорії М.Маклюєна, Молля, Н.Лумана та інших, розглядають культуру як історично сформований засіб людської комунікації. Згідно цієї концепції, в ХХ ст.. культура стала об'єктом експансії з боку нових засобів комунікації — головного виробника і постачальника культурної продукції. Ця продукція певним чином уніфікована, але достатньо універсальна у ціннісному та образному сенсі система. Відповідно, основним принципом її взаємодії є не ізоляціонізм, притаманний традиційній культурі, і навіть не діалог або обмін культурними цінностями, який характеризував національну культуру, а культурна експансія. При цьому результати такої експансії дослідники оцінюють теж по різному: К.Е.Разлогов вбачає в ній новий етап розвитку комунікативно-адаптивних можливостей людини, тобто оптимістично, а В.М.Межуєв — прагнення до руйнування особливого, унікального в культурі, тобто песимістично.

Одним з найцікавіших об'єктів таких дискурсивних практик стала повоенна візуальна культура і її складові. При цьому для дослідження виділяються дві одночасно діючі тенденції її функціонування: *як візуальної масової культури і як індивідуальної культурно-візуальної практики.*

Функціонування *візуальної масової культури* в новітній період історії розглядалося як межах концепцій соціокультурного простору масової культури, так межах концепцій масової комунікації та концепцій трансформації суб'єкта.

Концепції соціокультурного простору масової культури фокусували свою увагу на механізмах функціонування візуальної масової культури в конкретному соціокультурному просторі. Культурно-антропологічна складова концепції соціокультурного простору масової культури увібрала в себе як позитивізм і прагматизм, так і фройдизм та новітні програми світобачення. Вона фокусувала увагу дослідників на меті, ідеологічних стратегіях конструювання дійсності засобами масової комунікації новітнього типу. Дослідження масової візуальної культури ведеться туг ведеться з позицій виявлення корекцій між концептами «мас-медійний простір» та «національна ідентичність»; «мас-медійний простір» і «глобалізація», «глобалізація» і «медіа культура».

Локальні дослідження формування мас-медійного простору та існування в ньому суспільних спільнот переважно лежать у площині відомих концептів Маклюєна, Тоффлера та Хабермаса. Це свідчить про народження нової цивілізації планетарного масштабу – інформаційної цивілізації, в основі якої є загальнолюдські культурні цінності [1; 7; 11]. На користь реалізації вказаних концептів свідчать дослідження новітніх технологічних

засобів інформації, мас- медійних технологій. Так, в своєму дослідженні Ітіел де Сола Пул зазначає, що поява супутників та супутникового ТБ, а також кабельного ТБ нової формації, фізично підірвало національний характер державного телебачення багатьох розвинених країн і стало новим фактором на користь майбутнього системного розвитку світового мас-медійного простору [9]. Елі Ноам теж підтверджує те, що національну єдність дуже послабляють новітні електронні та супутникові системи, актуалізуючи питання про необхідність збереження національної ідентичності в світовому інформаційному просторі.

Крім цього, телебачення є, як вважає частина західних дослідників, ідеальним засобом для зруйнування існуючої цивілізаційної парадигми та заміни її новою, інформаційною [8].

Таким чином, мало хто на Заході ставить під сумнів зміну цивілізаційної парадигми, розходження є тільки на рівнях трактовки цього процесу. Література, яка досліджує процеси перерозподілу ринків у зв'язку с формуванням глобального мас- медійного простору, фіксує нові трактовки щодо факторів, що спричиняють глобалізацію. Так, Катц та Веделл вважають, що глобалізація західних ЗМІ була спричинена технологічним вибухом, при цьому основна причина була у зменшенні пропускних потужностях ТБ каналів, щодо країн Центральної та Східної Європи – причина інтенсифікації мас-медійних процесів та входження у світовий інформаційний простір – політичні та економічні зміни, рух від державного керівництва в інформаційній сфері до ринку [7]. Англomовна література з проблеми в цілому сходиться у висновку, що телебачення в своєму розвитку на “вільному ринку” не завжди сприяє, а інколи навіть протидіє суспільному форуму, до якого громадяни мають справедливий доступ. І як вважає Монро Прайс, необхідно зберегти баланс між “відкритою” та “закритою” зоною суспільної мови [10].

Поява *концепцій масової комунікації* була актуалізована когнітивною складовою візуальної масової культури. Найявні як семіотичні за своєю інтерпретацією концепції масової комунікації, та і феноменологічні.

Основним об'єктом таких культурологічних праць є телебачення і його когнітивні можливості. *Мас-медійна зона публічного полілогу*, центром якої є телебачення, вивчається західними культурологами з декількох позицій.

По-перше, з позиції аналізу процесів формування зони такого полілогу.

Для багатьох таких досліджень [1; 3; 5] базовою стала думка Ю.Хабермаса про формування суспільної сфери (або як визначає сам Хабермас “ситуації ідеальної мови”), яка виступає зоною дискурсу, що слугує місцем дослідження ідей і формування суспільної думки. Ця суспільна сфера, за Хабермасом, повинна бути вільна від обмежень як з боку національних урядів, так і з боку панівних сил економіки.

По-друге, з позиції дослідження результатів взаємодії різних суб'єктів такого полілогу.

Частина дослідників розглядають процеси в сучасній масовій візуальній практиці як нові форми репресії з боку влади («ЗМІ як «четверта влада», «кінематограф як масовий маніпулятор» тощо). Так, М.Моріс вважає, що владні інтенції сучасних ЗМІ є «тиском, що обмежує вибір, стримує семіозис і формує досвід...»[13, с.226].

Але в більшості досліджень масової візуальної культури кінця 80-х – початку 90-х років ХХ ст. доводиться, що ЗМІ (насамперед, телебачення) в демократичних суспільствах є інструментами демократії [4; 11].

В той же час деякі дослідники, наприклад з Інституту гуманітарних досліджень Аспена в Квінстауні (США), висловлювали побоювання, що потужна комерційна культура країни може зруйнувати або перекрити розвиток поліфункціональної політичної культури, і рекомендували ЗМІ виробити помірковану, нецинічну та виважену політику щодо взаємовідношень між ЗМІ та владою, між ЗМІ та електоратом [7]

В межах концепції *трансформації суб'єкта* візуальної масової культури досліджувався процес виникнення як нових за типом суспільних спільнот, орієнтованих на масове споживання візуального, так і нових типів творців масового візуального продукту.

Для визначення нової якості суспільних спільнот, що утворюються в інформаційній цивілізації, американка Е. Ноам вводить поняття *“телесупільство”* — спільноту, яка не буде мати національної ідентичності [8]. Фіксуючи різні формати проявів національної ідентичності та спроб провідних ЗМІ сформувати аудиторію, не означену проявами національної ідентичності, дослідники культурологічного спрямування вважають, що сучасні ЗМІ є прекрасними інструментами для утворення та підтримання так званих *“уявних спільнот”* (imagined communities), або як зазначалося – *“телеспільнот”* [1; 4].

Щодо впливів глобалізованого мас-медійного простору і національної ідентичності, то тез дві: глобалізація ЗМІ руйнує національну ідентичність аудиторії ЗМІ [10], і глобалізація ЗМІ і захист національної ідентичності – це елементи однієї системи, які підсилюють один одного [2; 4]. Дж. Баудріллард [5] зазначає, що думка щодо “незалежності” суспільної мас-медійної сфери від бізнесових структур та контролю національних урядів дещо утопічна, адже саме бізнесові стратегії масової культури “ловлять на гачок” більшість аудиторії, яку цікавлять перш за все розваги, а не традиційні національні цінності, або дискусії про політичну культуру окремих держав. “Екстаз від комунікації” є саме цим “гачком”, і формування світового мас-медійного (візуального) простору залежить саме від можливості широкої аудиторії задовольнити свої гедоністичні потреби.

Процеси функціонування *індивідуальної культурно-візуальної практики* в сучасній масовій культурі мають значно менше дослідників,

як на Заході, так і на пострадянському просторі. Такі міждисциплінарні культурологічні дискурси марксистського спрямування, як “Cultural Studies” здебільшого зосереджені на стосунках між структурами влади та культурними формами і практикою. Як вказує К. Дрискол щодо основної відмінності досліджень сучасної масової культури представниками “Cultural Studies” від інших досліджень культури на Заході — це відносна новизна у вивченні нових культурних форм без обов’язкового їх протиставлення «ціннішим» галузям культури...» [13, с.227]. В межах сформульованої “Cultural Studies концепції «культурного матеріалізму», Р.Вільямс, наприклад, вказує, що поняття «культура» не є вічним та тим, що універсально трактується. За Вільямсом, можна дослідити динаміку перетворення цього поняття, якщо виходити з трьох важливих показників суспільного розвитку: індустрія (промисловий розвиток), демократія (феномен політичної влади і структури влади) та мистецтва (духовна культура в цілому). Частина представників західних “Cultural Studies” зосереджені на науковій рефлексії щодо сучасних візуальних практик як бартівської «насолоди» (праці А.МакРоббин та інш.). При цьому фіксуються як конструктивні, так і деструктивні моменти.

Але суттєвою лакуною у цій частині культурологічного дискурсу є відсутність системних фундаментальних праць, щодо існування *візуального мистецтва*, як «горизонтального формату» існування сучасної масової культури.

Але все ж можливо зробити певні **висновки**.

Багатогранність культурологічного підходу до осмислення проблеми полягає у тому, що предметом такого аналізу одночасно є як нові механізми функціонування культури, утворення нових «зон» такого функціонування (мас-медійний простір, наприклад), модус репрезентації продуктів та тенденції функціонування масової культури, так і ідеї щодо створення «публічної суспільної зони», нових типів соціокультурних спільнот, які стали суб’єктами в такій культурі, і, власне, самі результати процесів глобалізації в культурі.

Подальші дослідження теж планується присвятити вивченню сучасного стану візуальних мистецтв.

Література:

1. Abramson, J. Democratic Designs for Electronic Town Meetings. Prepared for the Aspen Institute Communications and Society Program. - Queenstone: Aspen Institute, MD, 1992.
2. Altes, W.F. Korthals. Turopean Law: A Case Study of Changes in national Broadcasting// Cardozo Arts and Entertainment Law Journal.- 1993.No 11- P.313 .
3. Anderson,B. Imagined Communities: Reflections on the Origin and Spread of Nationalism.- L.,Verso,1983.
4. Ball- Rokeach, Sandra J. and Cantor, Muriel G. (eds.). Media, Audience and Social Structure. - L.: Sage Publications, 1986.
5. Bandrillard, J. The Ecstasy of Communication. - N.Y., Autonomedia, 1988.
6. Gans H.J. American Popular Culture and High Culture in Changing Class Structure/ /Prospects:The Annual of American Cultural Studies.—Vol.10.—Cambridge, 1985.

7. Mickiewicz E.P. and Firestone Ch. Television and Elections.- Queenstone: Aspen Institute, 1992.
8. Noam Eli M. National Culture and Iron Law of Hollywood Dominance: An Economic Critique.- N.Y.: Oxford University Press, 1992; Noam. Eli M. Television in Europe.-N.Y.: Oxford University Press, 1992.
9. Pool, Ithiel de Sola. Technologies of Freedom. – Harvard, Mass.: Belknap Press, 1983.
10. Prace, M. Television, the Public Sphere and national Identity.- Oxford: Claredon Press, 1995; Smith A.D. National Identity. - N.Y.: Penguin Books, 1991.
11. Raboy, M. and Dagenais, B. Media, Crisis and Democracy: Mass Communication and the Description of Social Order. - L., Sage Publications, 1992.
12. Schlesinger, Ph. Media, State and Nation: Political Violence and Collective Identities.- L.: Sage Publications, 1991.
13. Енциклопедія постмодернізму. За ред..Ч.Е.Вінквіста та В.Е.Тейлора. Пер. з англ. В.Шовкун.Наук. ред.О.Шевченко.—К.: Видавництво Соломії Павличко «Основи», 2003.
14. Ерасов Б.С. Социальная культурология.//Б.С.Ерасов. — М., 2000.
15. Захаров А.В. Традиционная культура в современном обществе// социологические исследования.—2004.—№ 7.-с.
16. Костина А.В. Народная, элитарная и массовая культура в современном социокультурном пространстве: структурно-типологический подход// Обсерватория культуры.—2006.— № 5- с.99-100.
17. Массовая культура: Учебное пособие/ К.З.Акопян, А.В.Захаров, С.Я.Кагарлицкая и др.—М., 2004.
18. Соколов Е.Г.Аналитика масскульты//Е.Г.Соколов.—Спб., 2001.
19. Туроу Л.Будущее капитализма//Л.Туроу.— Новосибирск,1999; Агтали Ж. На пороге нового тысячелетия//Ж.Агтали.М.:Международ.отношения, 1999.