

ХУДОЖНЯ КУЛЬТУРА В УМОВАХ ГЛОБАЛЬНОГО РОЗВИТКУ ЗМК

Художня культура більшості країн світу в умовах глобалізації являє собою строкату картину, в якій примхливо поєднуються елітарне й масове, національне та іно- або позанаціональне (прикладом останнього є масова культура, що безмежно розповсюджується за допомогою «традиційних» і «нових» медіазасобів). Змінюється й сама система мистецтва і співвідношення її елементів, народжуються нові види мистецтва. Глобалізація в культурній галузі – поняття багатозначне і в принципі не нове (певні її ознаки властиві, наприклад, культурам тоталітарних суспільств минулого). У нинішній культурній ситуації простежуються риси «перехідності», типові для періодів «зламу епох» (мозаїчність художньої свідомості, невизначеність сподівань, активність експериментів, еkleктизм, різке протистояння естетичних поглядів і художніх систем тощо). Засилля масової культури, орієнтованої на примітивну прагматику, поєднується водночас з її гнучкістю, здатністю йти на компроміс із фундаментальною (зокрема – елітарною) культурою, взаємодіяти з нею, внаслідок чого створюються «проміжні» форми. Найвиразніше спорідненість масового та елітарного спостерігається в постмодерністських текстах.

Ключові слова: глобалізація, феномен «перехідності», масова культура, елітарна культура, постмодернізм.

The art culture in the most of the countries of the world under the globalization is a mixture of elite and mass production, national and foreign cultural texts, spread with the help of modern media sources. New types of the art are born in the modern world, and an entire system of the art form relations is developing. Globalization in the cultural sphere is not an entirely new category and it has a lot of meanings. Today we have in mass culture the lines of «transition period» such as the characteristic possibilities of pulling down of the epochs (mosaic of art consciousness, the activity of experiments, eclectic, sharpness into resist of esthetic opinions and art systems). Dominant influence of mass culture which takes

one's bearings into primitive pragmatic is combining with compromises from the fundament culture, possibility the culture of elite. Into the end of this process we have intermediate forms. The example of combination of elite and mass culture is the texts of postmodernism.

Key words: globalization, the phenomenon of «transition period», the mass culture, the culture of elite, Postmodernism

Актуальність проблематики, заявленої в назві статті, полягає в тому, що розвиток художньої культури в умовах глобалізації вражає своєю суперечністю, хаотичністю пошуків, перехрещенням і зіткненням різноспрямованих тенденцій. Значна увага приділяється масовій культурі в її взаємодії з елітарною літературою й мистецтвом, а саме цей аспект дослідження сучасного художнього процесу визначає новизну пропонованої статті. Глобальний розвиток систем масової комунікації дедалі більше впливає на всі сфери суспільного життя – політику, економіку, культуру. Художнє життя більшості країн світу сьогодні являє собою надзвичайно строкату картину, в якій примхливо поєднуються елітарне й масове, народно-традиційне, національне та іно- або позанаціональне (саме таким явищем, значною мірою позбавленим національного коріння, є масова культура американського типу, продукти якої розповсюджуються за посередництвом системи ЗМК). Культурна ситуація уявляється досить складною та неоднозначною – як і перспективи подальшого розвитку культур народів світу. «... Людство нині вступає в інформаційну еру – еру складних процесів комунікаційної революції, інформаційних вибухів, які врешті-решт впливають на встановлення нового світового порядку» , – писала О. Зернецька наприкінці ХХ ст. [Зернецька 1999, с. 7]. Зрушення в галузі засобів масової комунікації призвели до виникнення досі невідомих колізій у різних сферах суспільного життя, зокрема в культурній галузі.

Уже в 80–90-х роках ХХ ст. до традиційних засобів, які ви-

користовуються для надсилання інформації (зокрема художньої) масовій аудиторії (радіо, наземне телебачення, кіно, газети, журнали, книги, платівки, касети тощо) додаються новітні, винайдені зовсім недавно, – супутникове й кабельне телебачення, телебачення з високою чіткістю зображення (цифрові технології), відео. Ці засоби ще називають «новими медіа» – щоб відрізнити їх від «традиційних». Глобального характеру набула також комп'ютеризація, і комп'ютер усе частіше не тільки стає «ретранслятором» художньої інформації, а й зумовлює появу специфічних жанрів у різних видах мистецтва.

Глобалізаційні процеси, що охопили весь світ, розвиток індустрії мас-медіа істотно змінили й саму систему мистецтв, і співвідношення окремих її елементів, ієрархічні стосунки між видами мистецтва. Так, у «старих» мистецтвах під впливом існуючого комплексу аудіовізуальних масових комунікацій відбуваються істотні зміни – утворюються нові жанрові структури, оновлюється тематика, активно запозичуються та освоюються прийоми «технічних» видів мистецтва. Наприклад, в літературі постмодернізму зв'язок з «технічними» мистецтвами виявляється багатоманітно і своєрідно [Маньковская 2000, с. 185].

У статті «Повернення деміургів» В. Єшкілев – письменник і філософ, один із представників так званої «станіславсько-львівської школи» – писав: «Навіть на дуже професійному рівні споживацьких поглядів на мистецтво постмодерністська комбінаторика а priori пов'язується з “техносом”, з комп'ютером – продуцентом дешевої гри, не заглибленої в матеріал метаісторії» [Єшкілев 1998, с. 7].

Сьогодні існує навіть комп'ютерна художня література, твори якої можна адекватно читати лише на дисплеї. Так, роман «класика» цієї літератури Майкла Джойса «Полудень» побудований за принципом гіпертексту («нелінійного лабіринту», з якого важко вибратися): в ньому є «кнопки», натискаючи на

які, можна перемикає рух сюжету в минуле або майбутнє, переставляти епізоди, змінити поганий кінець на хороший тощо.

Поняття гіпертексту пов'язане з комп'ютерними віртуальними реальностями. Воно відбиває своєрідну картину світу, створювану мас-медіа: потоки інформації, що безкінечно перехрещуються, породжують уявлення, наче хтось весь час натискає різні кнопки, і звична «реальність» зникає, перетворюючись на віртуальну. Масове мистецтво також звертається до мотиву блукання людини перехрестями гіпертексту (приклад – фільм «Косар газонів», герой якого не міг знайти вихід з лабіринту комп'ютерної гіперреальності).

У розвинених країнах створено могутній комплекс аудіо-візуальних електронних комунікацій, що набуває світового характеру. З'явилися інформаційні супермагістралі, широко розповсюджені Інтернет, CD-роми, диджитальна та компресована інформація. Інформаційна супермагістраль – це нескінченне павутиння комунікацій та інформаційних послуг, які будуть постачати необмежену кількість інформації споживачам, озброєним персональними комп'ютерами та мультимедіадодатками. Така супермагістраль розвивається швидкими темпами в Європі, США, Японії, об'єднуючи локальні, міжнародні та глобальні мережі, а також Інтернет. Власник комп'ютера, модему й телефонної лінії може отримувати й надсилати безмежну кількість інформації з усього світу за досить помірну плату, зокрема кінофільми, шоу, ігри, інші розваги. Здавалося б, перспектива чудова. Але поки що супермережі мас-медіа створюються лише в розвинених країнах, тож вони можуть нав'язувати свої цінності, ідеали, свої життєві стандарти, оцінки подій країнам «комунікаційно бідним».

Крім того, споживач, отримуючи будь-яку інформацію лише за посередництвом ЗМК, поступово втрачає навички безпосередньої міжособистісної комунікації, обмежуючись віртуальним спілкуванням.

Звичайно, використання прогресивних технологій, висока якість трансляції та наявність великої кількості каналів ще не означає належної якості телепередач – адже головне, що саме передається по численних кабельних чи супутникових каналах.

Невипадково А. Майлн (якого цитує О. Зернецька, відома дослідниця феномену мас-медіа) називає американське телебачення «наркотичним». Нескінченні телесеріали й ток-шоу, бойовики та трилери, схожі між собою, як близнюки, приковують до телевізорів мільйони людей у всьому світі, формуючи в них щось на зразок наркотичної залежності. Телебачення магічно діє на глядачів; дослідники відзначають, що жодна інша технологія в історії так не впливала на культуру. За глобалізаційною парадигмою людина, де б вона не жила, повинна споживати стандартизовані продукти: однакову їжу, ті ж самі програми телебачення, фільми, книжки, одяг тощо. Цей процес загальної стандартизації дістав влучну назву «макдоналізація», – від славнозвісної мережі Макдональдс, що пропонує «фаст-фуд». Людина перетворюється на зразкового споживача, змінюються стиль її життя, шкала її цінностей і зразки поведінки щодо «споживацької» моделі.

Глобалізація в галузі культури – процес, під час якого нівелюються відмінності між цінностями, смаками, духовними потребами, моральними засадами народів різних країн світу, і люди починають ідентифікувати себе з «макдоналізованою» культурою. Поняття глобалізації культури – багатозначне. І в принципі – не нове. Ще римські імператори мріяли про єдину культуру, яка панувала б у світі. Про єдину соціалістичну культуру мріяли комуністи і вбачали втілення цієї мрії в «багатонаціональній радянській культурі» – терміні, який за певними ознаками відповідав уявленням про «глобальну» культуру (спільність ідеологічних та естетичних засад).

Культурологи й філософи другої половини ХХ ст. вислов-

лювали свою стурбованість долею духовної культури людства. «Ми живемо в епоху вирівнювання – урівнюються багатства, вирівнюються культури, вирівнюються слабка і сильна стать», – писав у 1937 році Ортега-і-Гассет, спостерігаючи кризові тенденції в житті європейських народів, породжені, на його думку, «повним захопленням масами суспільного життя», а також «небувалим технічним прогресом» [Ортега-і-Гассет 2007, с. 23]. Відомий німецький філософ Г. Гадамер – «великий старець», – вважав телебачення «не прирученою культурою», силою, що діє часом як руйнівна стихія.

Необмежене споживання «макдоналізованої» духовної продукції викликає в частини аудиторії дивовижні психічні наслідки. Глядачі нескінченних телесеріалів настільки переймаються подіями на екрані та переживанням героїв, що втрачають уявлення про межу між вимислом і дійсністю, між створеною на екрані віртуальною реальністю і реальним життям. На цей психічний феномен звертають увагу дослідники даного жанру телевізійного мистецтва [Широкова 2003].

Персонажі серіалів стають для таких глядачів кимось на зразок друзів або сусідів, за перипетіями життя яких вони емоційно стежать.

У популярному колись романі відомого письменника-фантаста Рея Бредбері «451° за Фаренгейтом» (1953) є моторошний епізод – дружина головного героя весь свій час проводить перед величезним – на всю стіну – телеекраном, спілкуючись із віртуальними «сусідами», і остаточно втрачає контакт із реальним життям. Виявляється, що автор певною мірою передбачав наслідки безмежного поширення телекомунікаційних мереж.

Культура у глобалізованому світі комодифікується, тобто перетворюється на товар. Культурні продукти, вироблені в США (за деякими даними Голівуд виробляє приблизно 80 % кінопродукції, що пропонується глобалізованими ЗМК) та

країнах Західної Європи, поширюються у всьому світі, і на цьому ринку культури більшість країн демонструє свою неконкурентоспроможність. «Як результат руйнуються, пригнічуються автентичні культури щонайменше двох третин земної кулі, відбувається знищення неповторних, оригінальних культур... Тож можна говорити про забруднення світового культурного середовища глобальною культурою, про її шкідливі викиди глобального характеру» [Зернецька 2003, с. 87]. Тому болючою проблемою є не просто експансія «глобальної культури», а нищення нею культурних ідентичностей багатьох народів світу.

Поширення нових ЗМК прямо чи опосередковано діє на сферу художньої культури на всіх її рівнях – чисто технічному (комп'ютеризація, наприклад, відбилася на виробництві фільмів, особливо анімаційних, графіці, праці архітектора, письменника), тематичному, естетичному. ЗМК сприяють необмеженому тиражуванню художньої продукції, специфічній взаємодії мистецтва й реклами. Внаслідок цього шедеври сьгодні можуть втрачати свій ціннісний смисл. Відбувається процес їхньої адаптації до потреб інших сфер культури. Мелодії світової класики (Моцарта, Чайковського та інших) озвучують рекламні ролики, уривки улюблених мелодій із кінофільмів «Шербурзькі парасольки», «Сімнадцять миттєвостей весни», «Іронія долі» використовують як сигнали мобільних телефонів. У рекламних текстах зустрічаємо імена літературних персонажів (шекспірівський Аріель – марка прального порошку), у назвах товарів використовують поняття, що належать до «базових концептів національних ментальних світів» (козаки, Запорізька Січ – горілка «Козацька рада», горішки до пива «Козацька розвага» тощо).

На виставці в Луврі 1999 року статуя Венери Мілоської була представлена в серії варіантів – від оригіналу до етикетки крему для засмаги. «Джоконда» Леонардо да Вінчі також пере-

творилася на предмет реклами, елементи поп-культури. Тобто ці твори перейшли в іншу комунікаційну систему, втратили свій первісний сенс, свою унікальність, зрівнялися з іншими елементами рекламних роликів – накачаними молодиками, напівоголеними красунями.

Мистецтво, профановане та експлуатоване рекламним бізнесом і поп-культурою, протестує – найчастіше іронічно обігруючи подібні ситуації в постмодерністських текстах. А іноді намагається попередити про небезпеку, загрозу не лише для екології культури, а й для людського суспільства й особистості з боку мережі ЗМК, телебачення, що підміняє життєву реальність віртуальною, комп'ютера, що змінює свідомість, творить специфічну, ірреальну картину світу (здаємо хоча б роман Пелевіна «Generation “P”»).

Деякі сучасні художні твори намагаються відтворити й осмислити сенс конфлікту людини з «розумними» машинами, що несуть у собі загрозу невідворотних негативних змін у психіці, моральній сфері, міжособистісних взаєминах. Але зазвичай такі мистецькі тексти дають широкий простір для інтерпретацій. Прикладом може служити «культовий» фільм кінця XX – початку XXI ст. «Матриця». Перша його частина вийшла на екран 1999 року, через три роки з'явилася друга частина під назвою «Матриця (Перезавантаження)». Режисери – маловідомі до появи цього фільму незалежні митці Ларрі та Енді Вачовські.

Фільм викликав значний резонанс, його обговорювали і критики, і відомі вчені. У ньому вбачали то протест антиглобалістів, то «квазіінтелектуальний» бойовик, що відроджує давно забутий стиль мислення – герметизм. В. Руднев іронічно назвав «Матрицю» «прекрасним неоміфологічним вінегретом», але водночас – «справжнім шедевром тієї елітарно-масової культури, яку породила епоха постмодернізму» [Руднев 2001, с. 234].

Першу частину «Матриці» можна розглядати як інтелектуальну версію типового для маскульту сюжету «світової змови». Матриця – це генератор штучної реальності, удаваного світу. Люди поки ще впевнені, що живуть у реальному світі, але цього світу давно вже немає, є лише віртуальна реальність, створена за законами Матриці. Головний герой Нео – хакер і одночасно потенційний Месія, – до певного часу не знає про своє призначення: врятувати людство від зловісної дії Матриці. Але якщо в першому фільмі можна простежити вплив досить розповсюдженої ідеї непримиренності конфлікту людства з новими технологіями, з комп'ютерами, ЗМК, то в другому ця ідея піддається певній ревізії. Виявляється, що опір також передбачений Матрицею – це ще одна система контролю, закладена до її програми. Архітектор Матриці і очолюваний ним повстанський рух – лише частина проекту, необхідна для підтримання загальної гармонії. «Матриця» – фільм, безумовно, двоїстий за змістом – з одного боку, він несе думку про небезпеку для людини необмеженого технічного прогресу, з другого – виявляє розуміння невідворотності цього явища.

Фільм викликає у його інтерпретаторів найрізноманітніші асоціації – від існуючих комп'ютерних програм до ідей неоплатоників епохи Ренесансу або ж євангельських притч. А. Артюр і Д. Комм, наприклад, обстоюють тезу про вплив на зміст твору ідей герметизму (ренесансного вчення, що уявляло універсум як складну систему, створену божественним Архітектором на основі точного розрахунку): «Матрицю» можна вважати першим в історії кіно екшном, дія якого базується на містичній драмі пізнання, вираженій з використанням герметичних ідей» [Артюр, Комм 2003, с. 75].

«Брати Вачовські нічого не винаходили, – продовжують дослідники, – їхня заслуга в тому, що вони – не важливо, свідомо чи ні – перекинули міст між мертвою філософією і сучасним

світовідчуттям, багато розповівши нашій цивілізації про неї саму» [Артюр, Комм 2003, с. 76].

Потужний інформаційний «вибух» ускладнив нинішню ситуацію «перехідності» у порівнянні з процесом «зламу епох», що відбувався наприкінці XIX – на початку XX ст. Саме в «рубіжні» періоди простежуються специфічні риси художньої «перехідної» свідомості: еkleктичність, прагнення «підбивати підсумки» щодо минулого й активно експериментувати в пошуках нового, гостре відчуття розгубленості й навіть відчаю, ознаки кризи, різке протистояння естетичних поглядів та художніх систем [Силантьєва 2000, с. 27]. У художньому контексті сьогодення, як сто років тому, можна констатувати різноманітність індивідуально-авторських вирішень, мозаїчність свідомості, невизначеність сподівань. «І так само, як і на зламі XIX–XX століть, існує загальна тенденція до урівнювання “плюсів” і “мінусів”: одні, заперечуючи минуле повністю, прагнуть виробити принципово нову манеру бачення і відображення; інші, показавши роздрібненість мислення і девальвацію уже канонізованих художніх форм, намагаються реконструювати їх; треті, не обтяжені великим талантом, в ситуації невизначеності і віри, що похитнулася, створюють зразки “усередненої культури” – продукцію, що принижує особистість» [Силантьєва 2000, с. 23]. Ця досить точна характеристика культурної ситуації «перехідності», дана В. Силантьєвою, наводить на думку, що нинішній період «зламу епох» не можна оцінювати однозначно у звичних для нас категоріях «занепаду» чи «розквіту», і що зміни, які відбуваються в мистецтві, не дають підстав для надмірно песимістичних прогнозів, хоча ознаки кризи тут наявні.

«Феномен перехідності», до осмислення якого останнім часом звертаються не лише культурологи, а й мистецтвознавці та літературознавці (а практика мистецтва дає дуже цікавий матеріал для розуміння ознак та особливостей «рубіжної» сві-

домості), доповнює та уточнює усталені раніше уявлення про закономірності спіралеподібного розвитку духовної культури.

Наука вже давно прийняла думку про те, що культура – це система, здатна до саморегуляції. Культура – це активна і відкрита система, відносно стійкі стани змінюються в ній періодами розхитування, різких змін та навіть хаосу. Зв'язки всередині цієї системи рідко бувають урівноваженими; на одних етапах домінують прямі зв'язки, на інших – зворотні. У першому випадку формується система заборон (мистецтво тоталітарного періоду), нерідко мало ефективна. Так, у часи «застою» звичний уже ідеологічний тиск на літературу й мистецтво, обмеження на розповсюдження всього того, що не вкладалося в рамки соцреалізму і взагалі реалістичної традиції, зумовило прояви «контркультури», появу «соц-арту», «нової прози», «самвидаву» тощо. Переважання зворотних зв'язків призводить до розхитування системи, кризових ознак та явищ, до біфуркації (тобто роздвоєння шляхів еволюції, кризи).

І. Пригожин упевнений, що саме зараз «ми наближаємося до точки біфуркації, яка пов'язана з прогресом у розвитку інформаційних технологій, і з усім тим, що до них відноситься, як-от: засоби масової інформації, робототехніка і штучний інтелект. Це суспільство із мережевою структурою (networked society) із його мріями про глобальне село [Пригожин 2002].

Але яким буде результат цієї біфуркації? На якій її гілці ми маємо віднайти самих себе? Яким буде результат цієї глобалізації?». Питання ще не знайшло однозначної відповіді.

З другого боку, саме зворотні зв'язки зумовлюють здатність культури змінювати свою структуру в процесі функціонування, долати розкол (наприклад, між елітарним і масовим), продукувати, на противагу активно поширюваним чужоземним артефактам, власні, вітчизняні. Можна сподіватися на те, що художня культура залишатиметься системою, відкритою до взаємодії з іншими духовними сферами і здатною до саморе-

гуляції – а отже, культивуватиме свої здорові ланки, позбавляючись від тимчасового, хворобливого, утверджуючи й утворюючи вічне.

Сучасна культурна ситуація характеризується ще й тим, що поряд із творами фундаментальної культури величезне місце в духовній продукції посідають твори маскульту. У радянські часи терміни «масове мистецтво», «масова культура» вживалися лише як критичні концепти, їх появу та необмежене поширення оцінювали як свідчення занепаду художньої культури буржуазного суспільства [Руднев 2001]. Існування «залізної завіси» перешкоджало проникненню «масових» зразків на територію соціалістичних країн (до речі, як і творів зарубіжної елітарної культури). Фільми Хічкока, серіал про Джеймса Бонда за романами Я. Флемінга, культовий фільм «Щелепи», фільми-катастрофи й трилери були відомі лише з критичних статей або монографій, в яких викривалися вади буржуазного суспільства та його духовного життя. Тільки відвідувачі «закритих» переглядів могли отримати повне уявлення про їхній зміст, структуру, стилістику.

І сьогодні чимало вчених ставляться до феномену «маскульту» зневажливо або відверто вороже. Американську продукцію, наприклад, нерідко називають «карамельковим потоком» за її солодкість і одноманітність. «Макдоналізована культура», «антикультура», «усереднений тип культури», «дешевий примітив» – такі визначення масової культури зустрічаються й у вітчизняних, і в зарубіжних працях при характеристиці сучасного культурного процесу. Іноді продукції такого роду взагалі відмовляють у статусі «культури», і буває – цілком заслужено.

Маскульт міг і мусив з'явитися саме в наш час. По-перше, це пов'язано із статусом загальної грамотності – не всі здатні зробити крок від простої інформованості до досягнення високих загальногуманістичних істин. По-друге, тому виною самий час – у періоди загострення соціальних суперечностей і відторгнення

людини суспільством мало хто зберігає віру в торжество нетлінних істин. «Так народжуються усередині форми масової свідомості і культура (антикультура) відчаю, але в такі віки все одно є місце і для зразків високої культури» [Силантьєва 2000, с. 9].

З цими твердженнями в цілому можна погодитися, але... Зародки масової культури виникли не сьогодні, коріння її сягає в дуже віддалені часи. Здавна існувала культура для обраних і культура для народу, проте не завжди між цими двома типами культури існував чіткий вододіл. Фольклор, цирк, балаган, лубок задовольняли духовні потреби величезних мас населення, жили й розвивалися поряд з «високою» літературою, професійним театром, живописом, симфонічною музикою. Але це була «культура для народу», а не «масова культура» в сучасному її розумінні. Основна специфічна особливість маскульту – це цілковита його залежність від засобів масової комунікації, за посередництвом яких розповсюджуються твори масової белетристики, кіно, телебачення, естради; поза розвиненою системою ЗМК новітнього типу ця культура не може існувати. Вона є породженням сучасних мас-медіа, вона, як і сучасна система ЗМК, повністю комерціалізована й «отоварена», вона пропонується, рекламується й продається, як і будь-який інший товар. До ХХ ст. масової культури просто не могло бути.

Розважальність, гостросюжетність, здатність підтримувати постійний інтерес не дуже вибагливої публіки – необхідні якості масової культури, які гарантують їй комерційний успіх. Виробництво її мусить бути поставлене на потік – без цього неможливі високі прибутки. Основні риси масової мистецької продукції (ми не відмовляємося від використання стосовно творів маскульту понять «мистецтво», «духовна продукція», оскільки не вкладаємо в дані терміни оціночного сенсу, вважаючи, що будь-яке явище духовного життя заслуговує на розсудливий, спокійний розгляд – без емоцій, істерії чи зневаги) – створюються жорсткими структурними умовами художнього

тексту. Для масової літератури чи кіно необхідні чіткий сюжет, захоплююча інтрига – і чіткий розподіл на жанри. «Характерна ознака масової культури, – пише І. М. Юдкін, – її наскрізна умовність, підкорення поведінки конвенціям» [Юдкін-Рипун 2001, с. 80]. Конвенційною є поведінка і самих творців – «зірок» голівудського кіно, відомих поп-виконавців, конвенційними є характери та дії головних персонажів «масових» творів: герої чітко розподіляються на позитивних і негативних, на уособлення всіх чеснот і всіх можливих гріхів і мають поводитися відповідно до свого статусу і сподівань аудиторії.

Жанрів у системі масової культури порівняно небагато: головні з них – детектив, трилер, мелодрама, фантастика, комедія, порнографія, фільм (роман) жахів, фільм-катастрофа. Найчастіше жанри існують у «чистому» вигляді, хоча зустрічаються деякі проміжні жанрові різновиди-мутанти (наприклад, «іронічний детектив», «еротичний трилер», «містичний трилер», «комедійний фільм жахів» або «комедійна мелодрама» тощо). Взагалі жанрова невизначеність, синтез жанрів, характерні для елітарного мистецтва, тут небажані. Кожний жанр є замкненим світом зі своїми структурними й мовними законами, якими не можна нехтувати. Особливо це стосується кіно, де виробництво вимагає значних фінансових витрат і має давати відповідні прибутки, тому комерційний кінематограф зазвичай відмовляється від експериментів і не може ризикувати тим, що глядач розчарується у своїх сподіваннях.

Масова культура орієнтована на примітивну прагматику, оскільки вона звертається до величезної читацько-глядацької аудиторії, що складається з індивідуумів переважно «споживацького» типу.

Слід також мати на увазі, що в ХХ ст. масова культура частково замінила собою фольклор, який у структурному плані побудований досить чітко, отже, вона розрахована на певний генетично зумовлений тип сприйняття. У 20-х роках ХХ ст.

В. Пропп показав, що у фантастичній казці присутня одна й та сама структурна схема, яку можна формалізувати і представити у логічних символах. Учений відкрив структурно-типологічний метод аналізу фантастичної казки та передбачав продуктивність цього методу в застосуванні його не лише до інших жанрових різновидів казки, а й ширше – до літератури оповідного характеру. Водночас він вважав, що точні методи аналізу художніх творів можуть бути застосовані далеко не завжди. Вони, писав учений, «можливі й плідні там, де є повторюваність у великих масштабах. Це ми маємо в мові, це ми маємо у фольклорі» [Пропп 1976, с. 151]. В індивідуальному мистецтві, підкреслював він, точні методи не спричинять до бажаних результатів. Але масова культура заснована саме на повторюваності, її тексти побудовані за принципами казки, всередині масових жанрів мотиви й сюжети так само безкінечно повторюються і варіюються (мотиви, наприклад, загублених і віднайдених через багато років дітей, уявної смерті героя, тяжкої хвороби й чудесного зцілення тощо). Жанрова визначеність маскультових текстів необхідна для того, щоб жанр був упізнаний одразу, з перших рядків чи кадрів, щоб читач або глядач, який очікує певних вражень, не був розчарований чи збитий з пантелику. Сюжет трилера має бути захоплюючим і небезпечним, фільм жахів залякує, заставляє тремтіти, детектив побудований на таємниці злочину, яку герої-сищик обов'язково розкриває в кінці; правда врешті-решт перемагає, а негідники й злочинці покарані.

Глибинна спорідненість існує між масовою культурою і міфологією. Так, постійне повторення сюжетів і мотивів, отождолення актора з персонажем у свідомості глядача наводять на думку про міфи, для яких повторюваність і співпричетність є найхарактернішими ознаками. Один з основних міфів людськості – міф про «вічне повернення», з яким пов'язані уявлення про циклічність часу та культ помираючого та воскрес-

саючого бога. У сучасній масовій свідомості кінозірки є власне богами, навколо них створюються культи, уміло підтримувані піаром. Герой (ототожнюваний з актором), як архаїчний міфологічний бог, помирає в одному фільмі й воскресає в іншому. Телесеріал – феномен, пов'язаний з установкою масової культури на повторюваність: телереальність, що «вмирає» по завершенню серії, «відроджується» наступного вечора.

Уявлення про те, що всі твори масової літератури й мистецтва абсолютно безвартісні, антихудожні, спрощує образ маскульту. Сюжети, стиль можуть бути примітивними – з погляду високої культури, але у своїй примітивності ці твори мають бути доскональними, майстерно зробленими – без цього їм не досягти успіху, не виправдати затрачених коштів. Серед них є зразки, що свідчать про високий професійний рівень їх творців, наприклад фільми «Чужий», «Щелепи», «Пекло у піднебессі», «Кінг-Конг», «Бухта смерті», твори А. Хічкока (вони стали своєрідною «класикою» масової культури), романи А. Крісті, Ж. Сіменона, Р. Чандлера, С. Шелдона, Дж. Коллінз – перелік цей можна значно продовжити.

Масова культура, що є одним з основних типів культури ХХ ст., є системою специфічною – вона може виявляти гнучкість, іти на компроміс з елітарною культурою, взаємодіяти з нею, утворюючи проміжні форми. За низкою параметрів вона протиставляється фундаментальній («високій») культурі. Так, масова культура – традиційна й консервативна, послуговується простою мовою, виробленою попереднім культурним досвідом. Вона не сприймає стильових манер, естетичних принципів елітарного мистецтва та літератури ХХ ст. Потік свідомості, інтертекстуальність їй чужі. Для неї характерні антимодернізм і антиавангардизм. «...Масова культура, – пише В. Руднев, – це семіотичний образ реальності..., а фундаментальна – це образ глибоко вторинний, “вторинна моделююча система”, що потребує для свого здійснення мову першого порядку. В цьому сенсі

масова культура ХХ ст. була повною протилежністю в одному та її копією в іншому» [Руднев 2001, с. 222].

У чому ж виявляється спорідненість двох основних типів сучасної культури? Насамперед у тому, що елітарна культура, як і масова, орієнтується на архетипи колективного підсвідомого. Можна стверджувати, що фундаментальна культура (починаючи з символізму і закінчуючи постмодернізмом) стала тотально міфологічною [Руднев 2001, с. 244]. Починаючи з 20-х років минулого століття, величезна кількість художніх текстів прямо чи опосередковано будуються на використанні міфу (наприклад, «Чарівна гора» і «Доктор Фаустус» Т. Манна, «Улісс» Дж. Джойса, «Замок» Ф. Кафки, «Майстер і Маргарита» М. Булгакова, «Чума» А. Камю та ін.).

Ця глибинна, часто прихована спорідненість елітарного й масового стає більш виразною в постмодернізмі, який визнав масову культуру і сміливо змішав її з елітарною. Постмодерністський альянс масового та елітарного виник не раптово, не на порожньому місці. Йому передувало таке перехідне компромісне явище, як кітч. Т. Гундорова в дослідженні, присвяченому цьому розповсюдженому культурному явищу, характерному для мистецтва споживання, пише: «Кітч – мікромодель масової культури, семіотична програма якої – імітування, копіювання та перетворення мистецтва на товар» [Гундорова 2008, с. 5]. Вона порівнює кітч із вірусом, який прищеплюється до артефактів, народжених у межах різних художніх напрямів і течій (сентименталізму, реалізму, соцреалізму). І якщо модернізм і авангардизм відкидали кітч (за відсутністю в його природі творчого характеру, новизни), то в постмодернізмі «визнається право використовувати кітч і бути кітчем, відтак кітч як такий більше не відрізняється від високого мистецтва і займає своє місце в художній творчості» [Гундорова 2008, с. 15–16]. Кітч – наслідування, постмодерністський кітч – це масове мистецтво для вибраних, його – на різних

рівнях – сприймають і «усереднений» споживач з невибагливим смаком, і рафінований інтелектуал. Прикладами такого «постмодерністського кітчу» можуть послужити фільми відомого польського режисера Є. Гофмана – «Знахар», «Прокажена». Це мелодрами, зроблені вишукано, на грані пародії на цей жанр, що в ХХ ст. займає значне місце в жанровій системі масової культури й кіно.

Класичні постмодерністські тексти – романи Умберто Еко «Ім'я троянди» (пародія на детектив і новелу Борхеса), П. Зюскінда «Запахи» («Парфумер») – схрещення псевдоісторичного роману, детективу й трилера, фільм К. Тарантіно «Бульварне читиво» (обігрування жанрової канви детективу й трилера) – також активно використовують форми кітчу й масового мистецтва.

Масова культура виникла не лише завдяки бурхливому розвитку техніки і величезній кількості засобів інформації. Формування і зростання її пов'язані також із розвитком демократії, в недемократичному суспільстві в неї просто не буде ґрунту під ногами. Недарма найпотужнішою масова культура стала в США – у найбільш розвиненому демократичному суспільстві. Не забуваймо також, що вже з середини ХХ ст. США стає незаперечним зразком індустріального суспільства. З. Бжезінський писав: «Якщо Рим дав світові право, Англія – парламентську діяльність, Франція – культуру і республіканський націоналізм, то Сполучені Штати дали світові науково-технічний прогрес і масову культуру» [Гончаренко 1987, с. 53].

У тоталітарних суспільствах цей тип культури практично відсутній, бо не терпить ідеологічного утиску, принаймні в безпосередній, брутальній формі. Масова культура принципово деідеологізована (хоча в опосередкованій формі може підтримувати та пропагувати певні ідеологеми, наприклад американський образ життя, ідеї патріотизму, рівноправності тощо).

У культурі тоталітарного суспільства ідеологія охоплює всі

форми художньої творчості – принаймні офіційної. Там вся культура оголошується масовою – у тоталітарній термінології «народною», («мистецтво належить народів») – найпопулярніше гасло радянських часів), хоча насправді такою вона не є. «Улюблені» жанри радянських читачів та глядачів – роман-епосея («епос революції»), виробничий фільм (спектакль, роман) та ін. – були удавано масовими. Вони нав'язувалися аудиторії, дуже обмеженій у своєму виборі, але мало цю аудиторію хвилювали. Соцреалістичні «народні» твори породив не ринок, а держзамовлення, в них присутня ідеологія і відсутній комерційний інтерес. А комерційність, як ми пам'ятаємо – один з базових принципів масової культури сучасного типу. Більшості типово «масових» жанрів у радянській культурі практично не існувало. Порнографія, природно, була під забороною; трилер чи фільм жахів просто не вписувалися в соцреалістичну художню систему. Детективу, власне, не було (місце його посів «міліцейський» роман (наприклад, братів Вайнерів), телесеріали на зразок «Народжена революцією», «шпигунський роман» (Ю. Семенов та ін.), оскільки в радянській дійсності не існувало інституту приватного пошуку, не було ідеї віднайдення істини як приватної ініціативи, без чого традиційного детективного твору не буває.

Однак певний різновид текстів масової культури в добу тоталітаризму все ж існував. Це так звані «культові» твори, що глибоко проникали у свідомість, формуючи навколо себе специфічну інтертекстову реальність і впливаючи на реальність позатекстову. Так, наприклад, культові фільми «Чапаєв», «Діамантова рука», «Сімнадцять миттєвостей весни», «Місце зустрічі змінити не можна» породили масу анекдотів – про Василя Івановича, Петьку й Анку, Штірліца й Мюллера: цитати з цих фільмів увійшли до повсякденної мови, створюючи своєрідні словесні ігри.

З початком «перебудови» уявна масова культура миттєво

зникла, так само, як і «єдиний» метод, що одразу ж здав свої позиції. Але культові твори радянського періоду продовжили своє життя й не втратили популярності; вони засвоювали елітарною культурою, а продуковані ними інтертекстуальні образи включалися в постмодерністські тексти («Чапаєв і Пустота» В. Пелевіна, наприклад).

А оскільки «природа не терпить порожнечі», на місці зруйнованої уявно-масової, «народної» культури починає з'являтися й поступово міцнішає власна масова культура, твори якої розповсюджуються поряд із зарубіжними зразками, що потоком линули на вітчизняний ринок. Бурхливо розвивається російська детективна література (Ф. Незнанський, Ч. Абдулаєв, Л. Леонов, Литвинови, О. Мариніна, Т. Полякова та ін.), на телеекранах демонструються серіали українського та російського виробництва («День народження Буржуя», «Менти», «Чорний ворон», «Повернення Мухтара» – бліде наслідування славетного австрійського серіалу «Комісар Рекс», «Агент національної безпеки», «Глухар» та ін.). Масова культура, що розвивається на пострадянських теренах, певною мірою відбиває особливості специфічного історичного та культурного контексту. Наприклад, «масові» жанри іноді перебирають на себе роль політичної сатири, публіцистики.

Навіщо потрібна масова культура? Ясно, що вона задовольняє потреби великої частини аудиторії, не підготовленої до сприйняття більш складних художніх форм; вона призначена для бездумного повсякденного споживання. За В. Рудневим, масова культура потрібна для того ж, для чого потрібні дві півкулі в людському мозку, для того, «щоб здійснювати принцип додатковості... коли недостача інформації в одному каналі зв'язку замінюється її надлишком в іншому. Саме таким чином МК протиставляється фундаментальній культурі» [Руднев 2001, с. 221–222].

Масова пострадянська культура ще чекає своїх дослідників. Очевидно, фахівців з гендерної проблематики могло б за-

цікавити таке промовисте явище, як швидке зростання кількості жінок у сфері продукування маскульту. Характерно, що постмодерністи-письменники та кінорежисери, за поодинокими винятками, – чоловіки.

Заяложений ідеологічний штамп радянського часу про наявність «двох культур у кожній буржуазній культурі» набув нового сенсу. Фундаментальна (зокрема елітарна) і масова культура сучасного суспільства, з одного боку, видаються чітко поляризованими, з другого – між ними існують глибокі зв'язки і взаємообмін, а межі досить рухомі. Елітарна культура за своєю внутрішньою структурою набагато складніша, більш витончена, її тексти не здатні відчутно впливати на позатекстову реальність, не стають елементами структури самого життя. Вона – «річ у собі». Елітарна культура прагне до ускладненої техніки, умовою її існування є установка на нове. Масова культура розрахована на «пізнання», вона не тяжіє до новизни. Вона чітко орієнтована на свого адресата – пересічну людину з пересічними естетичними потребами. Вона не вимагає глибокого осмислення, не розрахована на різночитання, на досягнення «потенційних смислів»; у ній просто немає цих потенційних смислів, підтекстів, алюзій, ремінісценцій, інтертекстуальних образів – всього того, що для розшифровки вимагає значного духовного досвіду та інтелектуальних зусиль. Масова культура – не обов'язково «макулатура», «мотлох», дешеве «чтиво» або видовище, у ній нерідко виявляються високий професіоналізм і майстерність. Просто їй притаманний особливий підхід до дійсності і, відповідно, вона розрахована на особливий тип читацько-глядацьких сподівань.

У кожній з «двох культур» є власна жанрова-видова система зі всією ієрархією. У деяких випадках структури «масових» текстів з плином часу вливаються в елітарну культуру. Найактивніший жанр масової літератури – детектив – має свої коре-

ні в письменстві давніх часів і в ХІХ столітті належав до сфери серйозної (фундаментальної) культури (Едгар По). Сьогодні він також існує в елітарному варіанті – наприклад, елегантні, зроблені в стилі ретро, постмодерністські за багатьма своїми ознаками детективи Бориса Акуніна або романи нашої співвітчизниці Євгенії Кононенко.

Межа між масовим та елітарним мистецтвом стала рухомою. Не порушуючи меж «масового» жанру, митці можуть запропонувати твори, які задовольняють потреби і досить вибагливого читача та глядача-інтелектуала.

У ринкових умовах гасло «Попит диктує пропозицію» спрацьовує і в сфері мистецтва. Виробники духовного продукту пропонують твори на будь-який смак, для кожного типу аудиторії, а талановиті намагаються – і з успіхом – творити так, щоб зацікавити найширші кола читачів та глядачів.

ЛІТЕРАТУРА

Артур Анджелика, Комм Дмитрій. Екшн познання / *Анджелика Артур, Дмитрій Комм.* // Искусство кино. – 2003. – № 8.

Гундорова Тамара. Кітч і література / *Тамара Гундорова.* – К., 2008.

Єшкілев Володимир. Повернення деміургів / *Володимир Єшкілев*// Плерома 3. – Івано-Франківськ, 1998.

Жуков Ю. Из боя в бой. / *Ю. Жуков* – М., 1973; *Караганов А.* Искусство в борьбе идей. – М., 1974.

Зернецька О. В. Глобальний розвиток систем масової комунікації і міжнародні відносини. / *О. В. Зернецька.* – К., 1999.

Зернецька О. Культурна ідентичність і глобальна культура в добу глобалізації / *О. В. Зернецька*// Політика і час. – 2003. – № 11.

Маньковская Н. Эстетика постмодернизма. – СПб., 2000.

Ортега-и-Гассет Хосе. Восстание масс./ *Хосе Ортега-и-Гассет.* – М., 2007.

Пригожин И. Кость еще не брошена. Послание будущим поколениям / *И. Пригожин*// Наука и жизнь. – 2002. – № 11.

Пропп В. Трансформация волшебных сказок // *Пропп В. Я.* Фольклор и действительность. – М., 1976.

Руднев В. Энциклопедический словарь культуры XX века. / *В Руднев.* – М., 2001.

Силантьева В. Художественное мышление переходного времени (литература и живопись). / *В. Силантьева.* – Одеса, 2000.

Гончаренко Н. Диалектика прогресса культуры. / *Н. Гончаренко* – К., 1987.

Широкова Н. Телесеріал як феномен культури / *Широкова Н.*// Матеріали до українського мистецтвознавства. – Вип. 2. – К., 2003. – С. 15-24

Юджин-Рипун И. Культура романтики. / *Юджин-Рипун И.* – К., 2001.

Художественная культура большинства стран мира в условиях глобализации представляет собой яркую картину, в которой капризно соединяются элитарное и массовое, национальное и ино- или вне-национальное (примером последнего выступает массовая культура, которая широко распространяется при помощи «традиционных» и «новых» медиасредств). Изменяется и сама система искусства, соотношение её элементов, рождаются новые виды искусства. Глобализация в культурной отрасли – понятие многозначное и в принципе – не новое (некоторые её особенности характерны, например, для культур тоталитарных обществ из прошлого). В нынешней культурной ситуации прослеживаются черты «переходности», характерные для периодов «слома эпох» (мозаичность художественного сознания, неопределенность надежд, активность экспериментов, эклектизм, резкое противостояние эстетических взглядов и художественных систем и т.д.). Усилия массовой культуры, ориентированные на примитивную прагматику, сочетаются в то же время с гибкостью, способностью идти на компромисс с фундаментальной (в частности – элитарной) культурой, взаимодействует с ней, вследствие чего возникают «промежуточные» формы. Выразительней всего родство массовой и элитарной культуры прослеживается в постмодернистских текстах.

Ключевые слова: глобализация, феномен «переходности», массовая культура, элитарная культура, постмодернизм.