

Социология культуры

© 2004 г.

М.В. ГОРНОСТАЕВА

ИСКУССТВО КАК СОЦИОЛОГИЧЕСКОЕ ЯВЛЕНИЕ (некоторые современные концепции в западной социологии искусства)

*ГОРНОСТАЕВА Мария Викторовна - кандидат социологических наук, научный сотрудник
Института социально-политических исследований РАН.*

Существует мнение, что социология искусства до сих пор не обрела единого исследовательского "поля". Она богата теоретическими утверждениями и блестящими исследовательскими находками, однако все они слишком разрозненны. Одни убеждены, что единственный предмет социологии искусства - это аудитория, и изучать нужно лишь то, что извлекают из произведений искусства индивиды. Другие считают, что исследованию подлежат только объективные, "просчитываемые" феномены, а такие понятия, как креативность, гениальность, эстетическое удовольствие не могут являться предметом социологического исследования. Позитивизм в таком случае предстает единственно возможной научной парадигмой.

Тенденция к синтезу различных направлений и подходов в социологии искусства, которая намечается в последнее время, выражается в попытках структурировать ее исследовательское поле и призыве "изучать искусство в целом", охватывая как можно больше сторон данного социального феномена.

Вклад социологов в изучение искусства весьма ограничен. Согласно Р. Страссольдо, лишь около 0,5% всех социологических исследований могут быть классифицированы как исследования по социологии искусства [1]. Это и неудивительно, поскольку, как отмечает Д. Крэйн, "слишком уж мало существует прямых указаний относительно того, как изучать социологически эстетическое и выразительное содержание произведений искусства" [2, с. 148]. Безусловно, недостаточная развитость этой области знания может быть вызвана, в первую очередь, трудностям эмпирического характера. Полагая своей целью изучение объективных фактов, социологи часто ограничиваются анализом сферы организации, рынка, социальных институтов, потребления культурных продуктов. За пределами рассмотрения остаются эстетика, смысл произведения искусства, личность самого художника.

Понятие объективности, однако, достаточно двусмысленно и зависит от конкретной точки зрения специалиста. Можно назвать четыре главных направления, или социологические парадигмы, которые детерминируют цели социологических исследований в сфере искусства. Это позитивистская, понимающая (интерпретативная), критическая и постмодернистская парадигмы.

В рамках позитивистской перспективы в социологии искусства общество рассматривается как "набор каузально взаимосвязанных переменных. Целью социального исследователя является создание законов, описывающих человеческое поведение. Данный подход приводит к концептуализации культурных символов в качестве "черных ящиков", смыслы и взаимоотношения которых не требуют анализа" [3, с. 86]. Понятие

"черных ящиков" в позитивистских исследованиях искусства имеет две стороны. Первое: каузальное (механическое) отношение в данном случае преобладает, позволяя описывать взаимодействие между обществом и искусством как непосредственное и утверждая, например, что произведение искусства напрямую отражает или формирует социум. Второе: собственно эстетические смыслы и значения считаются социологами этого направления недоступными социоземпирическому анализу; изучение их оставляют историкам и философам. Социологи же анализируют демографические характеристики музейной аудитории, репертуары концертов или влияние искусства на культурную политику в различных государствах. Концепция "черных ящиков" наиболее эффективна применительно к анализу сетевой структуры культурной индустрии или рынка труда деятелей искусства. Позитивистская традиция ориентирована на прогнозирование социальной ситуации с помощью выведенных ею каузальных законов.

Понимающая/интерпретативная социология, вслед за М. Вебером и герменевтиками, напротив, основной своей задачей ставит исследование субъективных смыслов. Она пытается ответить на вопрос, каковы смысл и значение конкретного произведения искусства или культурного продукта? Любой из них может рассматриваться как текст, несущий некоторый смысл: картина, книга, фильм, рекламный плакат и т.д. Как этот смысл формируется и как он влияет на социальное поведение индивидов? Данный подход наиболее часто используется при изучении аудиторий и самих предметов искусств. Наиболее распространенные методы исследования в этом случае - глубинное интервью и включенное наблюдение.

Критическая социология концентрируется на проблемах классовой борьбы и культурного контроля элиты над массами средствами искусства. Марксистская теория конфликта и, в частности, положение о том, что идеи правящего класса являются господствующими, сформировали целые течения в исследованиях культуры и искусства. В русле марксистского анализа сложилось такое направление, как критика массовой культуры. Еще один подход, использующий классовый анализ, хотя и не являющийся марксистским, касается процессов потребления культурных продуктов. Различные группы общества воспринимают искусство по-разному, и преимущественно пользуются представители высших слоев. Критической социологией искусство исследуется в его отношении к различным формам социальной дифференциации - половым, расовым и др.

Постмодернистские теории также играют важную роль в исследованиях культуры, и, в частности, в социологии искусства. Как и понимающая социология, постмодернистское течение реализуется в основном в анализе аудитории и восприятия искусства в связи с явлением возрастающего консьюмеризма, его влиянием на социальную идентичность как производное потребительского выбора и избираемого стиля жизни.

Обратимся теперь к различным направлениям и подходам к исследованию произведений искусства и - шире - различной культурной продукции. Прежде всего, рассмотрим отражающий (*reflection approach*) и формирующий подходы (*shaping approach*). В основе первого лежит положение о том, что искусство является зеркальным отражением общества, характерных для него экономических отношений. Например, труд рабочих в условиях индустриального капитализма однообразный, утомительный, не творческий, как и отражающая его массовая культура. В этом ключе теоретизирует Т. Адорно, исследуя популярную музыку. Стори [4, с. 94] конкретизирует его мысль следующим образом: "Труд при капитализме скучен и провоцирует тем самым стремление к бегству, однако, скучен он настолько, что на совершение настоящего побега - обращение к "аутентичной культуре" - энергии остается крайне мало; вместо этого выход находят в таких формах, как популярная музыка. Слушание ее, всегда пассивное и бесконечно повторяющееся, лишь подтверждает, что мир таков, каков он есть". "Скука и ограничения" на работе приводят мужчин и женщин к тому, что они стремятся "избегать всяких усилий" и во время отдыха. Отрицая любые новшества на работе и будучи слишком измотанными для них во время отдыха, "они жаждут стимуляции"; популярная музыка позволяет эту жажду утолить".

Приверженцы данного подхода используют различные исследовательские техники и стратегии. Это, например, интерпретативный анализ в исследовании Е. Хельзингер [5, р. 103-125]. Она рассматривает, как в гравюрах пейзажиста первой половины XIX в. Дж. Тернера отражены различные аспекты национальной идентичности англичан. Примером использования контент-анализа служит исследование популярных образов героев в американских журналах в период с 1901 по 1941 гг., проведенное Л. Ловенталем [6, р. 109-136]. Он показал, что до первой мировой войны национальными героями были "идолы производства" - промышленные магнаты, политики, "серьезные" художники. Их биографии служили явным примером успеха и даже носили образовательный характер. После первой мировой войны герои поменялись: ими стали "идолы потребления" - представители сферы развлечений - спортсмены, актеры и т.д. Люди не могли или не желали более находить жизненные ориентиры в биографиях, чтение во время отдыха должно было давать информацию исключительно о тех, кто принадлежит к индустрии отдыха. Исследование Ловенталю, основанное на позитивистской методологии, вдохновлялось критическим анализом.

Еще один исследовательский метод в рамках отражающего подхода - структурный семиотический анализ. В. Райт [7] исследовал западные фильмы, имевшие большие кассовые сборы с 1930 по 1972 гг. В отличие от Ловенталю, полагавшего, что значение произведения искусства лежит на поверхности, или "манифестируется" содержанием, Райт считал, что оно имеет латентное содержание. Его скрытый смысл может быть обнаружен с помощью техник структурного анализа. Райт методологически следовал за Леви-Строссом, ведя поиски смысла какой-либо истории через содержащиеся в ней оппозиции. Работа аналитика и заключается в раскрытии способов кодирования оппозиций в тексте. Они сигнализируют о наличии определенного конфликта или противоречия в обществе. Если исследование Хельзингер основано на допущении, что великие художники держат руку на пульсе своего времени и способны в своих работах отразить его "великую правду", то Ловенталь и Райт, напротив, предполагают, что рефлексивный механизм заложен в популярности самого произведения искусства и что именно аудитория определяет, резонирует ли данное произведение с обществом.

Еще один пример отражающего подхода - исследование рекламы Э. Гоффманом [8]. Он утверждал, что реклама содержит знакомые ритуалы обыденной жизни, которые выявляют структурные взаимоотношения индивидов. Рекламные изображения схематично представляют эти ритуалы, являются "гиперритуализированными". Реклама, согласно Гоффману, служит идеальным источником знаний о структурных взаимоотношениях в повседневной жизни именно потому, что недвусмысленно представляет эти "гиперритуалы".

Сразу три метода использовали Энтман и Рожеки [9] в изучении изображения расы в американском обществе: контент-анализ различных форм поп-арта - телевизионных шоу, голливудских фильмов и др., качественный анализ телепрограмм и интервьюирование аудитории. СМИ рассматривались как барометр культурных изменений в расовой сфере. Исследователи пришли к выводу, что хотя репрезентация черных американцев в обществе значительно отошла от "старомодного расизма", эра абсолютного принятия различных расовых групп с их полной интеграцией в общество еще не наступила.

Можно согласиться с Дезаном, Фергусоном и Грисвольдом [10, р. 9], что искусство - это искаженное зеркало, околдовывающее одни стороны действительности, понижающее другие, изменяющее третьи, а четвертые оставляющее и вовсе в стороне. Задача же социологии искусства состоит в выяснении того, почему отражение реальности происходит именно данным путем, а не каким-либо другим. Еще одно важное замечание состоит в том, что объекты искусства проходят фильтровку через системы производства и распределения, потребляясь индивидами, которые являются частью обширной социальной системы. Как создатели, так и аудитория формируют объект искусства и его значение таким образом, что аргумент о непосредственном отражении искусством общества становится весьма проблематичным.

Другой подход - формирующий. Строящиеся на нем теории исходят из предположения, что искусство оказывает значительное влияние на общество и способно "нести идеи в массы". Как и отражающий, формирующий подход основан на предположении о простом, прямом и непосредственном отношении между обществом и искусством. Теоретики этой группы обращают внимание на негативное влияние искусства на социум. Например, марксисты утверждают, что поп-арт таким образом "социализирует" рабочих, готовя их к труду в капиталистической системе. По мнению ряда исследователей и критиков, джазовая музыка провоцировала алкоголизм и распущенность в 1920-х годах, беллетристика в 1930-х непосредственно угрожала морали, полеты Супермена в одноименном фильме 1960-х годов провоцировали детей прыгать с крыши, а искусство 1990-х подрывало семейные ценности. Влияние, тем не менее, может и не быть столь трагическим. Фильмы об Индиане Джонсе, например, удивительным образом увеличили число студентов, изучающих антропологию в американских университетах. Однако на положительных аспектах влияния искусства специалисты задерживаются гораздо реже.

В марксистском течении этого научного направления важную роль сыграла развитая А. Грамши идея гегемонии как формы культурного контроля [11]. С точки зрения социологии искусства, гегемония элиты воплощается, в частности, в том, что последняя играет главную роль в создании и распространении культурных ценностей, формируя их идейную заданность. Так, например, общественную жизнь регулирует идея трудоустройства. Фильмы, телевизионные драмы и шоу представляют в выгодном свете людей на их рабочих местах; при этом могут изображаться богатые и незанятые люди (мы завидуем им и работаем еще усерднее) или бродяги и нищие (мы стремимся избежать их судьбы - и опять же работаем). Основная идея этих произведений заключается в том, что общество стремится видеть тебя за работой.

Представители Франкфуртской школы писали о популярных формах искусства, производимых культурной индустрией, точнее организациями, которые извлекают из этого выгоду. Массовая культура однородна, стандартизована, предсказуема и совершенно не отличается от других форм производства: культурный продукт - такой же товар, как машины или обувь. Адорно утверждал, что работа в индустриальном капиталистическом обществе требует оцепенения ума. Поэтому массовые развлечения должны быть таким же "снотворным", лишенными интеллектуальных импульсов, как и повседневная работа. Целью массовой культуры является контроль и развитие конформизма: бессодержательность и банальность культурной продукции оглушают рабочего, заставляя его пассивно принимать (капиталистический) мир таким, как он есть. Лишенная всякого интеллектуального начала массовая культура служит отражением аналогичного характера труда. В свою очередь, бессмысленное искусство пассивно потребляется, не позволяя человеку развить какие-либо критические способности. Можно заметить, что Адорно, как и другие марксисты, отражающий и формирующий эффекты, рассматривал в их диалектической взаимосвязи.

Маркузе полагал, что культурная индустрия формирует "ложные потребности" - в противовес истинным, связанным со стремлением индивида к автономии, самовыражению, ответственности. Искусственные потребности, формируемые культурной индустрией, направлены на то, чтобы рабочий не смог осознать, насколько не удовлетворены его истинные потребности. Индивида стремятся убедить в том, что истинная свобода - это свобода выбрать один товар, а не другой как достойная замена настоящей политической свободы. Теоретики Франкфуртской школы сходились во мнении, что массовая культура опасна именно потому, что она усиливает авторитет элиты. Высокое же, истинное искусство способствует развитию ясного и критического мышления, может спровоцировать революционный эффект.

В 1950-х годах появился ряд теорий, развивавших критику массовой культуры. Они разделяли взгляд на массовую культуру как стандартизованную, недифференцированную. Потребление ее сравнивалось с потреблением наркотиков, т.е. появлением зависимости от телевизора, от любовных романов, от рок-музыки. Заполняя свобод-

ное время, массовая культура развивает в индивидах пассивность, делая их удобными объектами манипулирования и эксплуатации. Существует много работ, посвященных отрицательному воздействию СМИ на аудиторию.

Критика формирующего подхода, так же как и отражающего, исходит из следующих положений. Во-первых, искусство не является монолитным, а аудитория не столь однородна. Во-вторых, определение степени и характера воздействия искусства на социум часто затруднено. Так, В. Александер утверждает, что отрицательный эффект какого-либо явления нередко просто констатируется сторонниками этого подхода, но не подтверждается конкретными данными [12, р. 50]. Аберкромби [13, р. 432] пишет, что влияние СМИ на аудиторию безусловно существует, но оно кратковременно, длительные исследования аудитории практически невозможны уже в силу сложности определения объекта измерения. В-третьих, аудитория состоит не из зомбированных индивидов, пассивно и автоматически поглощающих все предложенное, а из разумных, мыслящих человеческих существ, что немаловажно - вписанных в определенную социальную структуру. Произведение воспринимается не "обществом", но конкретными аудиториями, которые сильно различаются по типу потребления и смыслу, из него извлекаемому. И, наконец, в-четвертых, культурная критика сама иногда рассматривается как продукт элитизма. Возлагая ответственность за отрицательные характеристики общества на массовую культуру, исследователи сами претендуют на абсолютную правоту суждений.

Соблазн упрощенных представлений о типе взаимодействия искусства и общества действительно велик. Искусство - зеркало, отражающее общество. Одновременно искусство формирует модели поведения, позитивные или негативные. Но скорее, все же, связь между социумом и искусством не столь прямолинейна. В противовес описанным выше подходам В. Грисвольд [14, р. 15] разработала модель этого взаимодействия, получившую название "культурного алмаза". "Культурный алмаз" имеет четыре вершины: произведения искусства, его создатели, аудитория (потребители) и общество. Каждая из вершин связана с тремя остальными. Чтобы исследовать произведение искусства социологически, в расчет необходимо принимать все имеющиеся типы связей. "Культурный алмаз" - это эвристическая модель, метафора, стремящаяся привлечь внимание к необходимости синтетического, одновременного видения проблемного поля, а, значит, обеспечить большую объективность исследований. В. Александер подчеркивает, что, несмотря на согласие с тем, что "искусство должно изучаться в целом" [12, р. 308], большинство авторов ограничиваются изучением его производства либо его потребления. Одновременно исследовать все аспекты этого феномена - задача трудно осуществимая, если вообще реальная. Но важно по мере возможности представлять *все* поле исследования и *все* существующие в нем связи. Тогда, пишет Александер, можно увидеть, что поле социологии искусства представляет собой не поле битвы, а скорее поле цветов, разноцветную мозаику.

В целом же концепция "культурного алмаза" - это объемная критика формирующего и отражающего подходов к изучению искусства, акцентирующая отсутствие прямолинейности в отношениях между художественным миром и общественной жизнью. Кроме того, с точки зрения этой концепции социологи не должны игнорировать анализ самих произведений искусства - семиотического кодирования, литературных стилей, художественных композиций, звуковой аранжировки и т.п., что позволяет выявить те условия, посредством которых структурируется и передается смысл произведения.

В заключение надо еще раз подчеркнуть возникающую в социологии искусства тенденцию к синтезу, свойственную в последние десятилетия для социальной науки в целом. Синтетическое, целостное видение поля исследования очень важно независимо от того, в какой мере охвачены все типы связей "культурного алмаза" в каком-либо конкретном исследовании. Речь идет о движении в направлении некоторой метатеории, которая позволяет не только видеть предметы исследования глубже, но и расширить их круг. Это касается, в частности, самой категории эстетического. Проблема со-

стоит в том, что марксистские, психоаналитические и многие другие модели социологического анализа культуры часто выстраивают предмет изучения таким образом, что эстетическое как особая модальность социального опыта остается "за кадром".

Вплоть до недавнего времени эстетическое обсуждалось в терминах трансцендентных универсальных ценностей и внутренне присущих творчеству характеристик. Вопрос художественной ценности, как и самой природы эстетического, в исследованиях как правило не поднимался. Более того, эстетическое считалось характеристикой, естественно присущей высокому искусству, доступному в основном элите [15, p. 13]. Однако, десакрализация этого понятия, выводы о зависимости художественного чувства, суждения и оценки от материальных условий, в свою очередь зависящих от существующих в социуме властных отношений, позволили формулировать эстетическое в социологических терминах. Суждение никогда не может быть *чисто* эстетическим, т.е. обусловленным одним только чувством прекрасного; оно является специфическим способом социальной дифференциации. Это становится особенно очевидным благодаря анализу такого феномена, как high-pop - переплетения "высокой" эстетики и коммерции в массовой культуре, а также при формировании художественного вкуса у индивидов, принадлежащих к различным социальным слоям.

Эстетический опыт, оформляемый искусством, может рассматриваться в качестве посредника между чувственным переживанием и социально определенным способом мышления, а такой угол зрения предполагает одновременное исследование широкого круга вопросов: социально-психологической идентификации и аффективного восприятия художника и зрителя, материальных условий, влияющих на процесс создания произведения искусства, его места в социальном контексте, формальный и исторический анализ и т.п.

Подобное синтетическое видение в определенной степени соответствует предложенному К. Леви-Строссом описанию тотального социального факта, в котором прослеживается ракурс изучения эстетического в социологии искусства. Тотальный социальный факт трехмерен. Исследование его предполагает совмещение социологического измерения и свойственных ему многочисленных синхронных аспектов с измерением историческим, т.е. диахроническим, и измерением физиопсихологическим.

Любой психологический феномен в определенном смысле является и социологическим: психологическое отождествимо с социальным, поскольку лишь в социальном, а именно, в языке, оно обретает смысл. Различные моменты индивидуальной человеческой истории, разные способы физического выражения могут получить глобальное значение и стать целым только в форме тотального социального факта, который находит выражение в конкретном опыте некоторого локализованного во времени и пространстве народа и индивидуальном опыте его представителей.

С другой стороны, доказательство социального может быть только психологическим. Смысл и функция какого-либо социального института, любой модальности социального - юридической, экономической, религиозной, эстетической и т.д. - не могут быть поняты до конца, если не установлено его влияние на индивидуальное сознание в форме определенного переживания. Иными словами, взаимодополняемость психического и социального проистекает из того, что психическое является как простым значащим элементом для обширной символической системы, так и средством верификации некоторой социальной реальности. Рассмотрение искусства именно как тотального социального факта может служить ориентиром для дальнейшего развития единой теории в этой области.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. *Strassoldo R.* La forma e la funzione. Udine, 1998.
2. *Crane D.* The transformation of the avant-garde: the New York art world 1940-1985. Chicago, 1987.
3. *Crane D.* The Production of Culture: Media and Urban Arts. London, 1992.

4. *Storey J.* Cultural Studies and the Study of Popular Culture: Theories and Methods. Edinburg, 1996.
5. *Helsing E.* Turner and Representation of England / Landscape and Power. Chicago, 1994.
6. *Lowenthal L.* The Triumph of Mass Idols / Literature, Popular Culture and Society. Palo Alto, 1961.
7. *Wright W.* Sixguns and Society: A Structural Study of the Western. Berkley, 1975.
8. *Goffman E.* Gender Advertisements. Cambridge, 1979.
9. *Entman R., Rojecki A.* The Black Image in the White Mind: Media and Race in America. Chicago, 2001.
10. *Desan P., Ferguson P., Griswold W.* Editor's Introduction: Mirrors, Frames, and Demons: Reflections on the Sociology of Literature / Literature and Social Practice. Chicago, 1988.
11. *Gramsci A.* Selections from the Prison Notebook. London, 1971.
12. *Alexander V.* Sociology of the Arts: Exploring Fine and Popular Forms. Cornwall, 2003.
13. *Abercrombie N., Warde A., etc.* Contemporary British Society. Cambridge, 1994.
14. *Griswold W.* Cultures and Societies in a Changing World. London, 1994.
15. См. например: *Collins J.* High Pop: Making Culture into Popular Entertainment. Cornwall, 2002.