

НАУЧНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ: РАБОТЫ МОЛОДЫХ УЧЕНЫХ

М. В. РАХИМОВА

Американская модель популярной культуры*

Не будет преувеличением заметить, что в работах западных англоязычных авторов наиболее часто популярная культура определяется как американская модель культуры. Необходимо сразу отметить, что в исследованиях американских ученых между понятиями популярной и массовой культуры длительное время не проводилось особых разграничений. Они выступали как синонимы, рождая, таким образом, проблему семантической подмены двух понятий. Только начиная с 70-х годов XX века, когда вследствие смены социокультурных парадигм общество вступило в постиндустриальную эпоху и актуализировало идею конвергенции типов культур, понятие популярной культуры приобрело определенную смысловую самостоятельность.

Сегодня в США функционируют научные центры, занимающиеся проблематикой популярной культуры, среди которых заслуженным признанием пользуются Ассоциация по проблемам популярной культуры (The Popular Culture Association, PCA) и Ассоциация американской культуры (The American Culture Association, ASA); ряд изданий, в числе которых «Журнал популярной культуры» (Journal of Popular Culture), «Журнал американской культуры» (Journal of Ameri-

can Culture). Гуманитарные кафедры университетов Америки предлагают масштабный тематический материал, позволяющий максимально исследовать проблемы популярной культуры. В частности, это такие темы, как криминальная беллетристика, научная фантастика, бестселлеры, мыльные оперы, дневное телевидение, фольклор, проблемы гендерного неравенства, «гей-литература», музыка, еда, мода, символы популярной культуры, кино, спорт, путешествия, литература стран Латинской Америки, индейская литература и так далее¹.

Популярная культура рассматривается как социокультурный «продукт» Америки, на который она, как сказали бы сегодня, имеет авторские права. Данное обстоятельство объясняется многими факторами, среди которых стоит отметить исторический фактор, так как в некоторых американских трактовках популярная культура выступает в качестве основного «лейтмотива» американской истории². Так, английский историк Дэнис Броган, размышляя о характерных различиях в культурах Европы и Америки³, приходит к выводу, что Америка «вынуждена» была создать популярную культуру для урбанизированного населения страны, которое не обладало возможностью унаследо-

* Научный руководитель — д. филос. н., проф. А. В. Костина.

вать или впитать какую-либо национальную культуру. Американцы, в силу определенных обстоятельств, должны были не только модернизировать деревенскую культуру в городской тип культуры, но и создать универсальный, удобный для всех тип культуры, продукты которого могли быть свободно «продаваемыми» в американском понимании этого термина. Рассуждая о культуре США, американский социолог Герберт Гэнс признает определенную сложность идентификации данной модели культуры⁴, поскольку, с одной стороны, популярная культура отражает мечтания и чаяния именно американского населения, однако, с другой стороны, подобные «мечтания и чаяния» могут принадлежать и другим людям разных национальностей и вероисповеданий, то есть — всем⁵.

Гилберт Селдс в 1924 г. с энтузиазмом отмечал появление «Семи Занимательных Искусств» Америки: водевиля, джаза, газетной сатиры, кино, комикса, ревью-обозрения и цирка, которые, по мнению автора, выделяют американскую культуру из ряда других культур, естественно, самым положительным образом. В 1957 г., под «объективным» редакторством двух авторов, Бернарда Розенберга и Дэвида Маннинга Уайта, выходит в печать критическая работа под названием «Массовая культура: популярные искусства в Америке», где шкала критики «популярных искусств» колеблется от простого обвинения до полного отрицания и порицания последних. Американский исследователь Патрик Хазард комментирует эти социокультурные колебания как колебания, отражающие естественное состояние развивающегося микрокосма американской культуры, тех его трансформаций, которые происходят в самой Америке, начиная от интеллектуальных изменений и заканчивая преобразованиями в индустриальной жизни страны⁶. Как будто подытоживая предыдущие высказывания, ведущий американский культуролог, профессор Рей Браун отмечает, что популярная культура — это исследование об Америке...; Американская мечта и кошмар по-американски в одном лице. Это наука об

американском образе жизни, о тех, кто живет в этой стране, в этой культуре⁷.

Существует мнение, что социокультурные преобразования, произошедшие в Америке, повлияли и на развитие мировой культуры в целом, что впоследствии, в период становления информационного общества, привело к развитию понятия «американизации» культуры. Подобное позиционирование Америки как цитадели новой цивилизации характерно, скорее, для западных исследователей, нежели для отечественных авторов, которые мало разделяют позицию культурной избранности Соединенных Штатов. По мнению отечественных исследователей, реальные социально-исторические особенности судьбы американской нации позволяют говорить о своеобразии и специфике США, но не о мессианской предопределенности Америки как страны — прародительницы новой культуры. Дело в том, что культурные «узы» Европы и США предполагают скорее культурное сходство, нежели различие между Европой и Америкой. Известно также, что американские мыслители зачастую находились под сильным влиянием идейного европейского наследия, хотя и придавали ему особую трактовку. Кроме того, государство США, основанное на новом континенте, не имело ни собственного исторического прошлого, ни гомогенного населения, которые формировали бы социокультурные традиции, нормы, установки, вертикальные уровни культур. Отсутствие собственной традиционной культуры, однако, не помешало созданию социальной мифологии, где зародилась идея об избранности и уникальности американской нации и американской культуры. Как отмечает исследователь Пол Бул (Paul Buhle), «общество, которое никогда не принимало «прошлое» как нечто устоявшееся и определенное; общество, которое верило в себя, как зачинателя новой цивилизации, по крайней мере, имеет это — общее для всех прошлое»⁸. Пол Бул отмечает наличие в жизни американцев «фантома», призрака надежды в мощь технологий, в массовую политику, в массовое общество. Именно аме-

риканцы, с их верой в могущество технократического пути развития, по мнению исследователя, обладают уникальной потребностью создания определенной модели культуры — популярной культуры⁹.

Примечательно, что попытки раскрыть неповторимость американской культуры, доказать ее принципиальное отличие от европейской культуры во многих случаях приводили к прямо противоположным результатам, что рождало прохладное отношение европейцев к социокультурным «достижениям» американской культуры. Ситуация несколько изменилась в период после первой мировой войны, когда европейцы, ранее обращавшие внимание на популярную американскую культуру как на «второсортную» культуру, стали отмечать некоторые элементы американской культуры, в которых она, по их мнению, достигла определенных степеней культурной автономии. Европейцев восхищают отнюдь не американские архитектурные достижения, позаимствованные от Старого мира, а мосты новейшей конструкции; не американские симфонические оркестры, но джаз-бэнды, не пьесы, написанные мастерами жанра, но мюзиклы, поставленные на Бродвее.

В данном ключе, среди факторов, сформировавших осто́в популярной американской культуры, отметим фактор индустриализации¹⁰, массовый наплыв эмигрантов, развитие средств массовой печатной коммуникации, радио, кинематограф. Старейшие пласты традиционной культуры были вовлечены в стремительные изменения американского общества конца XIX — начала XX века¹¹. Спорт, который символизировал упорядоченный, пасторальный путь американской жизни, теперь становится невероятно агрессивным: футбол и бокс конкурируют с бейсболом в популярности. Печатные СМИ, заинтересованные в расширении своих тиражей, создают новые формы трансляции развлекающей информации — комиксы, сенсации, биографии, формируя, тем самым, и новый тип потребителя — читателя, ориентированного на пассивное, некритическое

восприятие информации. Киноиндустрия Америки совершила грандиозный переворот в обыденном сознании при помощи освоения, использования новых технических средств. И, естественно, добилась больших результатов, став безусловным фаворитом среди прочих развлекательных элементов популярной культуры. Подобного рода преобразования были призваны демократизировать область культуры, открыть к ней доступ широким сферам населения, укрепить, синтезировать и распространить традиции различных, локально развивающихся этнических культур Америки. Возможно, наиболее важным результатом преобразований стал сдвиг в американской социальной структуре, при котором значительно снизилось влияние элитарного начала на человека и наметился рост массового сознания. Можно сказать, что в Америке произошла революция жизни классового общества — «культура изобилия» проникла в сферы жизни среднего класса и, как следствие, продвинулась глубоко в области социальной жизни общества в целом. Появившийся фактор свободного времени, досуга, постоянный и стабильный финансовый достаток населения в целом, непрерывное производство культурных артефактов, развитие компании общественных отношений, формирование фабрики, штампующей знаменитостей, — все это требовало пересмотра прежних образчиков и ценностных моделей, таких, например, как «тяжелая работа» и «самопожертвование». Акцент на перманентное «продуцирование желаний» стал отличительным акцентом, характеризующим американцев. Продуцирование и распространение подобной культуры представляло собой рекламу американского общества, репрезентацию американского способа жизни в целом¹².

Тому, что именно в американском обществе возникли формы популярной культуры, представляющие существенный научный интерес для современных исследователей, есть, по крайней мере, две исторические причины. Первая причина — это многонациональный, мультикультурный состав американской

аудитории, который провоцировал создание особого типа потребительского рынка — прототипа современного глобального рынка потребления. Индустрия развлечений, широко распространенная в Америке, позволяла различным этническим группам, создающим специфические ее разновидности, развиваться и достигать экономического успеха и социального роста. Соответственно, сила воздействия на популярную культуру различных национальных традиций в Америке была значительно больше, чем в других странах. Результат подобной интеграции проявил себя в поп-музыке, например, в качестве гибрида европейской и африканской традиций.

Второе. В то же время поиск универсального, единого для всех языка межкультурного общения осуществлялся в Америке в условиях более острой конкуренции, чем в европейских странах. Кроме того, самих этих языковых групп, представляющих этнические общности, было гораздо больше, чем в европейских странах. Соответственно, наиболее востребованными в подобных условиях относительной языковой автономии становились те формы популярной культуры, которые опирались на зрительные способы трансляции информации. Это способствовало возникновению культуры перформанса и зрелища как наиболее адекватной социальным запросам современного населения системы.

Следует отметить, что процесс культурных преобразований, отличающих американскую модель культуры, начался с развития городской культуры развлечений. Индустрия развлечений возникла как контркультурное течение по отношению к викторианским идеалам и ценностям. Теперь популярная культура делала ставку на перформанс и зрелище как таковые. Основными формами этой культуры были водевиль, парк развлечений, танцевальный зал, реклама, спорт. В результате поиска культурных форм, способных преодолеть границы национальных и этнических традиций, были выявлены ограниченность речевых средств коммуникации и преимущество аудиовизу-

альных способов общения. Понятие популярной культуры применялось к тем культурным явлениям, которые отменяли ограничения социального доступа и адаптировали уровень сложности культурного явления до необходимого, удобного уровня. Можно сказать, что рождение культуры развлечений послужило «водоразделом» в социокультурной действительности США, так как оно знаменовало собой окончательный переход от культуры печатного слова к культуре зрелища. Ориентируясь на визуальные, зрелищные элементы передаваемого образа, культура перформанса становилась доступной для многих иммигрантов, а потому популярной, широко распространенной среди основного населения, культурой. Как уникальное средство «универсального общения» людей разных этнических групп между собой популярная культура Америки была направлена на удовлетворение интересов наибольшего количества реципиентов. В данном контексте становилась легко обозримой связь спроса и предложения, эксплуатируемая при строительстве не только экономики страны, но и всех остальных элементов надстройки, начиная с системы образования и заканчивая системой общественного питания.

Надо отметить, что современная модель культуры Америки обладает рядом признаков, среди которых основным является соответствие ценностям демократии и либерализма. Отсюда — такие черты американской культуры, как

- доступность и демократизм;
- подчеркивание классовой гомогенности общества;
- чувственность и соответствие психофизиологическим структурам человека;
- коммерческая значимость, где культура рассматривается как механизм, рождающий спрос и регулирующий предложение.

Характерно, что в своих исследованиях Рей Браун неоднократно отмечает именно демократическое начало популярной культуры. Подчеркивая, что это культура «о людях и для людей», Рей Браун отмечает, что

в американской традиции популярная культура выступает как «голос демократии», освещающая многие ее проявления: от высших достижений до явлений типа «фаст фуда» или голливудской кинопромышленности¹³.

Обобщая сказанное, отметим, что популярная американская культура — это культура, получившая значительную степень общественной распространенности, и по большей части именно в Америке. Представители разных уровней общества получили возможность социальной, политической и экономической самореализации. Успех, которого добились женщины в популярной литературе, афро-американцы — в поп-музыке, представители сексуальных и других меньшинств — в театре, был бы невозможен при других условиях развития культуры. В то же время Америка — это страна, изначально не обладающая условиями для формирования единой культуры, что объясняется искусственной природой образования у граждан Америки «национальной идентичности», основанной на гражданстве и политических правах, но не на общностях происхождения, культуры, языка — то есть не на общности этнических корней. Становление новой контактно-коммуникативной среды и городской культуры развлечений, интенсивный поиск культурных форм, способных преодолеть границы национальных и этнических традиций, стремление к созданию универсального языка коммуникации послужили тем социокультурным базисом, который способствовал формированию популярной культуры Америки. Сегодня американское общество предстает как предельно динамичное, инновативное, рационально организованное, но и предельно конфликтное общество. Снятие этой напряженности, выстраивание культурного единого пространства — это одна из ведущих функций популярной культуры.

Еще в 1782 г. французский историк Гектор де Кревекур задался вопросом: «Что есть американец?», и сделал заключение, что американец — это «продукт» истории самой Америки, творец и автор культуры страны,

в которой живет. Современные американские исследователи, и в частности Рей Браун, соглашаются с этой точкой зрения. По их мнению, популярная культура в своем истинном предназначении есть культура Америки, выражающая подлинные стремления и потребности американской нации¹⁴; это американская мечта, выросшая из общего настойчивого стремления создать культуру «для людей и о людях».

¹ Browne R. B. English Literature Departments as Centers of the Humanities // Popular Culture Studies Across the Curriculum. Essays for Educators. North Carolina; L., 2005. P. 15.

² Browne R. B. English Literature Departments as Centers of the Humanities // Popular Culture Studies Across the Curriculum. Essays for Educators. North Carolina; L., 2005. P. 13.

³ Brogan D. W. The Problem of High Culture and Mass Culture // Literary taste, culture and mass communication. Culture and mass culture. Vol. I. Cambridge, 1983. P. 194.

⁴ Gans H. Popular Culture and High Culture. An Analysis and Evaluation of Taste. N. Y., 1974. P. IX.

⁵ Ibid. P. IX.

⁶ Hazard P. D. The Public Arts and the Private Sensibility // Literary taste, culture and mass communication. Culture and mass culture. Vol. I. Cambridge, 1983. P. 133.

⁷ Browne R. B. American Studies and Popular Culture // Popular Culture Studies Across the Curriculum. Essays for Educators. North Carolina; L., 2005. P. 21.

⁸ Buhle P. Popular Culture in America. Minnesota. 1987. P. 10.

⁹ Ibid. P. 11.

¹⁰ Smith H. N. Popular Culture and Industrialism, 1865–1890. N. Y., 1967.

¹¹ Denney R. The Discovery of Popular Culture // Popular Culture: Mirror of American Life. N. Y., 1975.

¹² Цит. по: Buhle P. Op. cit. P. 14.

¹³ Browne R. B. English Literature Departments... P. 11.

¹⁴ Browne R. B. American Studies... P. 19.