

K. Burkush

PROBLEM FIELD OF RELATIONAL AESTHETICS

This research proposes historiographical analysis of theoretical suppositions and artistic practices of “relational aesthetics”. “Social turn” in art of 1990s outlines the circle of new concerns: the primacy of social production over material object in art; the accent is made onto daily de-aesthetized practices; articulation of ethics as an important part of artistic process. The research of these changes and transformations will help in critical apprehension of accents shifting in the art of 1990s and contextualize “relational aesthetics” as artistic and sociocultural phenomenon.

Keywords: relational aesthetics, discourse analysis, antagonism, autonomy of art, ethics, aesthetics, representation of the social.

Матеріал надійшов 17.01.2011

УДК 316.7:111.852

Брюховецька О. В.

СПІВВІДНОШЕННЯ СОЦІАЛЬНОГО ТА ЕСТЕТИЧНОГО У КРИТИЦІ КУЛЬТУРІНДУСТРІЇ

Критика культуріндустрії не захищає культуру заради самої культури, естетична автономія (негативний вимір) необхідний для соціальної боротьби. Поширення принципів індустріальної організації праці пізнього капіталізму на культурне виробництво перетворює його на позитивну репродукцію існуючого, разом з яким відтворюється консенсус. Капіталізм заснований на принципі загальної еквівалентності, переведення якості в кількість. Така форма абстракції вже закладена у просвітницькому розумі як систематичній єдності, що містить формальні елементи жорсткої понятійної зв'язності. Протиставляючи гегелівській позитивній діалектиці негативну, Адорно пропонує новий тип неідентитарного суб'єкта, який є тим, що пов'язує між собою естетичний і соціальний вимір.

Ключові слова: естетика, теорія культури, (нео)марксизм, Т. Адорно.

Поняття «культуріндустрії» (Kulturindustrie) вперше з'явилося у «Діалектиці просвітництва» [2], філософських фрагментах, опублікованих 1947 року, що стали результатом діалогу Теодора Адорно і Макса Хоркхаймера, ключових представників Франкфуртської школи. Адорно пояснює, що хоча в розмовах із Хоркхаймером вони вживали словосполучення «масова культура», його було спеціально замінено на «культуріндустрію», щоби унеможливити розгляд мас як спонтанного джерела її походження [3, с. 98]. Культуріндустрія – це протилежність популярної культури, це адміністрована культура, куль-

тура «зверху». Чи залишається це поняття продуктивним для аналізу сучасної ситуації? З одного боку, як зазначають самі автори у вступі до другого видання «Діалектики просвітництва» 1969 року, істина співпричетна часові. З появою принципово нових медіа, які дають можливість активної участі, насамперед Інтернету, відбулась потужна демократизація масової комунікації – блоги, цифровий самвидав, соціальні мережі, кожен споживач, чи, точніше, користувач яких потенційно може стати виробником. З іншого боку, якщо не прив'язувати концепцію культуріндустрії до конкретного історично матеріалу,

а розглядати її як спосіб постановки питання, заснований на поєднанні соціального й естетичного, для якого автономія мистецтва є необхідною умовою його соціальної ролі, тоді вона залишається продуктивною.

Культуріндустрія визначається негативно – це заперечення естетичної автономії. Скасовуючи автономію мистецтва, культуріндустрія підпорядковує культуру чітко прорахованій ефективності. На відміну від техніки у мистецтві, яка стосується внутрішньої організації самого об'єкта, його власної логіки, «техніка культуріндустрії від самого початку є технікою дистрибуції і механічної репродукції, і тому завжди залишається зовнішньою до її об'єкта» [3, с. 101]. Вже саме слово «культура», на думку авторів «Діалектики просвітництва», містить у собі засіб нейтралізації, подібний до монотонності фабричного трудового процесу: «Як спільний знаменник термін “культура” вже включає в себе процедури схематизації, каталогізації, класифікації, які приєднують культуру до сфери адміністрування. І лише на індустріальному рівні, на якому відбувається її послідовне поглинання, досягається повна відповідність цьому поняттю культури. Підпорядковуючи однаковим чином усі галузі культурного виробництва одній-єдиній меті – скріпити всі почуття людини з моменту виходу її з фабрики до моменту проходження її контрольного годинника там само наступного ранку печаттю саме того трудового процесу, безперервний хід якого вона сама повинна підтримувати протягом робочого дня» [2, с. 163–164]. У коментарях до поняття культуріндустрії Адорно зазначає, що мається на увазі щось подібне до «раціоналізації офісної роботи» – культура індустріальна тому, що інкорпорує індустріальну форму організації [3, с. 101]. Культуріндустрія пропагує авторитарний консенсус не стільки через явні повідомлення, скільки через цю індустріальну форму організації виробництва і споживання, за якої «розвага стала пролонгацією праці» [2, с. 171].

У «Діалектиці просвітництва» діє формула – хто говорить про культуріндустрію, має говорити про кіно (хоча джаз і радіо теж згадуються). Кіно є втіленням культуріндустрії, торжеством позитивності, в якому стирається відмінність між мистецтвом і реальністю. Репродукція реальності для авторів «Діалектики просвітництва» автоматично означає репродукцію згоди з цією реальністю. Це все виглядає досить непереконливо сьогодні. Але слід врахувати, що в 1940-ві роки в США кіно було тотожне Голлівуду, а Голлівуд того часу – це не тільки велика система індустріального виробництва, пов'язана з банками і фінансовим капіталом (якою вона є і сьогодні), це також монополія на виробництво і дистрибу-

цію рухомого зображення, конкретне перетворення капіталу на образ, про яке абстрактно говорить у «Суспільстві видовища» Гі Дебор.

Питання, чи може кіно бути мистецтвом, уже давно вирішилось на користь кіно. Статті Андре Базена, батька Нової Хвилі, засновника журналу «Cahiers du Cinéma», відіграли ключову роль у цьому процесі [1]. Він відкрив естетику кіно в глибинному фокусі, який створює негативний вимір засобами, що відповідають «внутрішній організації самого об'єкта», специфічні для самого медіума. Політика авторів, яку обстоював Базен і «Cahiers du Cinéma», проголосила авторами окремих голлівудських режисерів (Орсон Веллс, Біллі Вайлдер, Говард Говкс, Альфред Гічкок), яким удавалось проявити власний почерк, не зважаючи на обмеження, які накладало голлівудське індустріальне виробництво. Наступним кроком стало відкриття «політичного кіно». Але хоча ці події принципово змінили наше розуміння кіно, після чого воно втратило ту гомогенність, якою його наділяли автори «Діалектики просвітництва», це не скасовує критичного потенціалу, закладеного в понятті культуріндустрії. Це винятки, які підтверджують правило.

Якщо завдяки демократизації технології виготовлення і поширення рухомого зображення кишені опору збільшуються, то культуріндустрія теж не стоїть на місці, підтверджуючи найпесимістичніші передбачення авторів «Діалектики просвітництва». Сьогоднішня практика «product placement» (поміщення зображення рекламного продукту «в сюжет», чи точніше, в наративний простір, суцільний візуальний та звуковий ряд фільму) перетворила голлівудське кіно (і не тільки) на серійні реклами брендів. При цьому естетична автономія режисера, оператора, сценариста у процесі виробництва фільму радикально зменшилась, якщо вона взагалі колись була, принаймні поле боротьби за автономію значно звузилось. Як зазначає Марк Кріспін Міллер [9], раціоналізація процесу «product placement» відбулась у 1980-ті роки, коли кіноіндустрія програвала в жорсткій конкуренції не тільки телебаченню, а й новим медіа. Рекламодавцям, метою яких є винятково просування бренду, було надано можливість приймати ключові рішення у виробництві фільму. Тепер перед запуском сценарій детально аналізує «плагстер» («plugster», від «plugging» – вставки), це нова професія, що полягає в пошуку сцен, в яких можна помістити продукт або рекламний матеріал (вивіски, білборди). Плагстер визначає, де саме і як розміщуватимуться в кадрі бренди його клієнтів.

Серед головних втрат, які відбулись унаслідок злиття голлівудського кіно з рекламою, Міл-

лер називає глибинний фокус, панорамну композицію, засоби переходу («fade» і «dissolve»), що «різко зменшило нарративний потенціал фільму», «стерло попереднє різноманіття», «приємні дотики і помітні деталі». Зрештою це «запечило вирішальне поле кінематографічного мистецтва, – пише Міллер, – візуальне поле, достатньо широке, щоб передбачити світ за межами, позаду, інший, ніж гламурний предмет у центрі кадру» [9]. Незалежно від того, чи приймаємо ми тезу Адорно, що будь-яка репродукція реальності тотожна її афірмації, важко не погодитись, що, перетворюючи фільми на серійні дисплеї реклами, засновані на принципі систематичного наголошування (яке має «не стільки риторичний, скільки неврологічний характер» (Міллер)), Голлівуд лише конкретно втілює свою істину, давно ідентифіковану Адорно: бути «public relations, які виробляють реклами, випущені для світу» [3, с. 100], основний зміст яких вичерпується «ідолатризацією існуючого», а отже, існуючої влади.

Пророки «постмодерної обставини» оголошили критику культуріндустрії модерністським метанаративом, заснованим на «великому поділі» [7] – між високим і низьким, авангардом і кітчем, мистецтвом і культуріндустрією, – який вони скасовували помахом пера. Однак «естетичний демократизм» не вирішує соціальних суперечностей, у кращому разі він є їхньою субверсивною афірмацією, з наголосом на останньому слові. «Діалектика просвітництва» створювалась у протистоянні «послужливим інтелектуалам», які тоном «іронічної толерантності» проголошували культуріндустрію «безпечною і навіть демократичною, оскільки вона відповідає потребам, навіть якщо ті стимулюються» [3, с. 102–103]. Іронізуючи таким чином в есе «Переосмислюючи культуріндустрію», Адорно мав на увазі Поля Лазарсфельда чи Едварда Шилза, однак це стосується будь-якої афірмації, навіть якщо вона проявляється у формі постмодерністського «заперечення заперечення». Незважаючи на те, що постмодернізм нині вже не домінує на інтелектуальній сцені, Адорно не повернувся до сучасного інтелектуального істеблшменту: його ім'я викреслено разом із модернізмом. Але якщо «Адорно як інституція мертвий»¹, Адорно як мислитель – ні.

Те, що об'єднує лібералів 1950-х років із постмодерністами 1980-х, можна охарактеризувати як культурний популізм [8] – термін, який специфічно застосовується до англо-американських

cultural studies. Культурний популізм наголошує на активності людей (people), які виробляють свою власну популярну (popular) культуру. Не тільки від образу пасивних, обманутих мас, а й від самого слова «маси» ще 1958 року відмовився Раймон Вільямс у програмній для cultural studies статті «Культура звичайна»: «Мас не існує, існує лише спосіб говорити про людей (people) як про маси» [11, с. 11]. Однак ця «популярна активність» не пішла далі декодування повідомлень: у своїх найвульгарніших формах (Дж. Фіск) культурний популізм ототожнює «людей» із медійною аудиторією, яка «чинить опір» не відходячи від телевізора. Основне завдання «критики» такого типу полягає в тому, щоб виявити «прогресивні» резистентні прочитання, тактики опору і насолоди людей, які містять утопічний вимір [5; 6]. Показовим є те, що слово «насолада» стало неодмінним атрибутом опору. В «Одномірній людині» (1960), яка багато в чому є популярним викладом «Діалектики просвітництва», Маркузе вводить поняття репресивної десублімації, насолоди, що є формою підкорення Великому Іншому, який наказує насолоджуватись. У «Діалектиці просвітництва» говориться, що культуріндустрії чужа сублімація, їй властива репресія.

Культурний популізм і постмодернізм (а також академічне no-brow, в якому розчинились обидва) мали гедоністичний характер – насолода оголошувалась прогресивною популярною формою, з якою інтелектуали мали солідаризуватись. Адорно розуміє солідарність протилежним чином: «Адаптувати слабкості підпорядкованих означає підтвердити для них передумови влади і розвинути в собі грубість, нечутливість і насильство, які необхідні для здійснення домінування... Для інтелектуала непорушна ізоляція є тепер єдиною формою показати якусь міру солідарності. Всяка співпраця, вся людська цінність соціального змішування і участі просто маскує мовчазне прийняття нелюдськості. Треба поділяти з людьми їхні страждання, найменший крок, що наближає до їхніх насолод, є кроком, що посилює їхній біль» [4, с. 26].

Як зазначає Серджіо Тішлер, біль є вихідною епістемологічною точкою для негативної діалектики, яку Адорно протиставляє гегелівській позитивній діалектиці. Центральними категоріями негативної діалектики є суперечність, партикулярність, надлишок, який виникає в результаті соціального антогонізму, тоді як у позитивній діалектиці це місце відведене категорії тотальності. Адорно відкидає лукавіську позитивну діалектику універсального класу та його ідентитарного синтезу – класової свідомості, носієм якого є авангардистська партія ленінського типу. У текстах Лукача наявні два підходи до розумін-

¹ «Адорно як інституція мертвий» – лозунг, із яким студенти оголили свої груди на знак протесту проти того, що він не приєднався до студентського руху, а навпаки, викликав поліцію, коли студенти окупували інститут. Цькування, яких зазнав Адорно з боку прогресивних студентів, привело до його передчасної смерті в 1969 році.

ня тотальності – критичний і позитивний. Критичний підхід передбачає погляд на тотальність як на об'єднуюче знання реальності, яка є суперечливою, знання, яке є теоретичною свідомістю соціального суб'єкта (Пролетаріату, який протистоїть Капіталу), тотальність як класова боротьба. Позитивний підхід до тотальності розглядає її як альтернативну тотальність, революційний пролетаріат, який вимагає опосередкування через синтез (авангардистську партію) [10, с. 105–106]. Адорно відмовляється мислити соціальні зміни в авангардистський спосіб, тобто розглядати концепцію революційного суб'єкта як позитивну тотальність. На думку Адорно, альтернативна тотальність (Праця, Пролетаріат, Партія) завжди відображатиме існуючу тотальність (Капітал), засновану на відносинах панування, і тому не може бути інструментом звільнення. Це насамперед стосувалося радянського суспільства, в якому авангардистська партія перетворюється на владний апарат, метою якого стає забезпечення власного панування. Усвідомлення цього передбачає відмову від панівного способу концептуальної організації класової боротьби і перехід від авангардистської партії до автономної організації суб'єктів боротьби. Дехто впізнає неідентитарну модель класової боротьби, засновану на негативній діалектиці, в методі запатистів *preguntado caminamos* [10, с. 118].

Критична теорія не протиставляє одній тотальності іншу, встановлюючи між ними суперечність, а мислить тотальність-у-кризі, внутрішню суперечливість будь-якої тотальності. Синтезом в останньому випадку є не альтернативна тотальність, а подолання тотальності як такої, вироблення соціальних відносин, побудованих на цілковито іншому принципі, а не на перемозі «прогресивної» тотальності (Праці, Пролетаріату, Партії). Саме тому йдеться про негативний (подолання тотальності), а не позитивний синтез. Революційний клас – це не синтез, як буржуазія, а констеляція боротьби проти синтезу капіталу. Можливо, разом з негативним синтезом буде реалізовано й позитивний. Однак наперед ми можемо говорити лише про його негативні ознаки (подолання поділу праці на ручну і розумову, відмінності між містом і селом). Основні характеристики утопії є негативними абстракціями, які потрібно конкретизувати під час реальної соціальної боротьби, що подолає усі форми соціальної нерівності.

«Діалектика просвітництва» є спробою відповіді на питання: чому людство замість звільнення дедалі більше скочується у варварство, чому просвітництво, що є інструментом вислизання з міфу, саме стає міфом. Критикуючи просвітництво, «паралізоване страхом перед істиною» [2, с. 11], автори «Діалектики просвітництва» відмежовуються від будь-яких форм антиінтелектуалізму – репресивної егалітарності фашизму [2, с. 27] чи містичного єднання, в якому проявляється «зраджена революція» [2, с. 57]. Деміфологізація просвітництва означає не відмову від розуму, а розвінчання нереалізованості його завдань, яка має привести до його самосвідомості. Розум – це «власне здригання природи перед самою собою», яке «дає можливість виміряти дистанцію, що увіковічує безправність» [2, с. 14]. Однак перспектива знищення панування, закладена в просвітництві, реалізується в посиленні панування, для якого чистий розум стає ефективним інструментом контролю і насильства. Кантівський чистий розум – це формальна система, «діяльність зі встановлення одноманітного наукового порядку і виведення фактичного знання із принципів», «інструкція для ієрархізовної структури понять» [2, с. 104]. Такий формалізм, націленість чистого розуму на самого себе, робить його сліпою і тим ефективнішою зброєю пригноблення, бо «змістовна ціль» для нього завжди є ілюзією, обманом [2, с. 105]. Чистий розум не може сказати, чому не можна вбивати. У цьому полягає ірраціональність раціонального, найповнішим і найпослідовнішим втіленням якої є фашизм.

Розділ «Культуріндустрія: просвітництво як обман мас» – найбільш фрагментарний із філософських фрагментів – розміщений у центрі «Діалектики просвітництва». Культура (сфера думки) – це сфера, в якій міфологізація розуму відбувається найбільш наглядно, але, водночас, це обіцянка звільнення, яку треба реалізувати. Такий спосіб постановки питання передбачає, що культуріндустрія розглядається не як легка розвага чи корисна форма інтеграції суспільства, а як чистий інструмент панування. Непоступливість критичної теорії проявляється в тому, що культуріндустрія сприймається «серйозніше, ніж вона сама б цього хотіла», адже вона має «претензію на те, щоб бути естетичними творіннями і, тим самим, формою істини» [2, с. 14].

Література

1. Базен А. Что такое кино? : сб. ст. / А. Базен – М. : Искусство, 1972.
2. Хоркхаймер М. Диалектика просвещения / М. Хоркхаймер, Т. Адорно. – М. : Наука, 1998. – 310 с.
3. Adorno T. Culture industry reconsidered / T. Adorno // The Culture Industry: Selected Essays on Mass Culture. – London : Routledge, 2001. – P. 98–131.

4. Adorno T. *Minima Moralia* / T. Adorno. – London : Verso, 1987. – P. 26.
5. Dyer R. *Entertainment and Utopia* / R. Dyer // *The cultural studies reader* / ed. by S. Daring. – London : Routledge, 1993. – P. 371–381.
6. Fiske J. *Understanding Popular Culture* / J. Fiske. – London : Routledge, 1991. – 206 p.
7. Huyssen A. *After the Great Divide: Modernism, Mass Culture, Postmodernism* / A. Huyssen. – Indiana University Press, 1987. – 256 p.
8. Mcguigan J. *Cultural Populism* / J. Mcguigan. – New York : Routledge, 1992. – 290 p.
9. Miller M. C. *Hollywood: The Ad.* [Електронний ресурс] / M. C. Miller // *Atlantic Monthly*. – April 1990. – Режим доступу : <http://www.theatlantic.com/magazine/archive/1990/04/hollywood-the-ad/5005/>. – Назва з екрана.
10. Tischler S. *Adorno: The conceptual prison of the subject, political fetishism and class struggle* / S. Tischler // *Negativity and Revolution: Adorno and Political Activism* / ed. by J. Holloway, F. Matamoros, S. Tischler. – Pluto Press, 2008. – P. 103–120.
11. Williams R. *Culture is ordinary* / R. Williams // *Resources of Hope: Culture, Democracy, Socialism* / ed. By Robin Gable. – London : Verso, 1989. – P. 3–18.

O. Bryukhovetska

RELATION BETWEEN SOCIAL AND AESTHETIC IN CRITICISM OF CULTURE INDUSTRY

Criticism of culture industry does not defend culture for its own sake, aesthetic autonomy (negative dimension) is necessary for social struggle. Extension of the principle of industrial organization of work of late capitalism to the cultural production transforms it into the positive reproduction of existing, reproducing with it consensus. Capitalism is based on the principle of general equivalence, transforming quality into quantity. Such form of abstraction is already implied in Enlightenment's understanding of mind as a systematic unity, which consists of formal elements of rigorous relations between the concepts. Opposing to Hegelian positive dialectic his negative one, Adorno proposes the new type of non-identitarian subject, which is what relates aesthetic and social dimension.

Keywords: aesthetic, theory of culture, (neo)Marxism, T. Adorno.

Матеріал надійшов 28.03.2011