

Masinė kultūra ir kultūros kritika

Almantas Samalavičius

*Vilniaus Gedimino technikos
universiteto Architektūros pagrindų ir
teorijos katedra,
Trakų g. 1/26,
LT-01132 Vilnius,
tel. (+370 5)274 52 10*

Straipsnyje siekiama apžvelgti ir išryškinti masinės kultūros interpretavimo kaitą Vakarų kultūros kritikos raidoje. XX a. antrojoje pusėje masinė kultūra buvo siejama su masių visuomenės atsiradimu, pabrėžiant jos formavimosi, gamybos ir sklaidos mechanizmus. XX a. šeštajame ir septintajame dešimtmečiuose pagausėjo bandymų teoriškai reflektuoti masinės kultūros reiškinius, išskleisti redukcionistinę kultūros lygmenų hierarchiją. Tokio pobūdžio pastangas reprezentuoja straipsnyje išryškintas Čikagos sociologijos mokyklos atstovo E. Shilso indėlis į masinės kultūros konceptualizavimą, glaustai aptariamą jo pasiūlytos kultūros analizės schemos ir vertybiškai orientuota „kultūrų“ hierarchija. Su šiais požiūriais lyginama „pirmosios bangos“ britų kultūros studijų tradicija ir jos kūrėjų R. Williamso, W. Hogartha marksistinės interpretacijos, dariusios kurį laiką nemenką poveikį masinės kultūros analizės principams. Parodoma, kaip kito kultūros kritikos trajektorijos, sociologams ir kultūros kritikams pakeitus žiūros taškus: nuo masinės kultūros gamybos ir sklaidos principų ir ypatumų analizės pasukus prie publikos grupių skonių vertinimo, o kartu atmetus masinės kultūros ideologiją.

Raktažodžiai: masinė kultūra, masių visuomenė, kultūros produkcija, skonio kultūros

Per pastaruosius keliolika metų Lietuvos visuomenė patyrė esminių pokyčių, kurie šiandieną akivaizdžiai išvelgiami. Tuos pokyčius išreiškia gerokai pakitęs socialinių terminų žodynas, kuriame vis dažniau galima aptikti „rinkos visuomenės“, „vartojimo“, „vartotojų kultūros“, „masinės kultūros“ sąvokas, anksčiau ženklinusias tolumo ir svetimo Vakarų pasaulio realijas, pažįstamas iš turistinių išpuodžių ar pro „geležinę uždangą“ prasiskverbusių palaikių anos kultūros produktų. Bandymų konceptualizuoti šių sąvokų turinį, aptarti vieną ar kitą jų referuojamų reiškinių aspektą jau būta, tačiau pažymėtina, kad kol kas teorinės refleksijos nėra adekvačios realijoms, kurių poveikis šiandieną itin aiškiai juntamas. Tad šio straipsnio tikslas ir bus pasiaiškinti masinės kultūros turinį, jos prielaidas bei ankstyvasias XX a. šeštojo–aštuntojo dešimtmečių vakarietiškas koncepcijas, skirtas masinės kultūros apmąstymams.

Masinė kultūra jau pirmaisiais dešimtmečiais po II pasaulinio karo Vakarų teorinėje mintyje sieta su masių visuomenės atsiradimu ir įsigalėjimu XIX–XX a. sandūroje, todėl ryškesnių jos užuomazgų ieškota modernizacijos, urbanizacijos, industrializacijos, standartizacijos procesų sukeltuose socialiniuose padariniuose. Sąvoka „masės“ iš sociokultūrinių diskursų veikiai išstūmė anksčiau itin populiarią „minios“ sampratą, ne tik taikytą apibrėžti didesnei žmonių sancaupai konkrečioje teritorijoje, bet ir turėjusią aiškiai niekinančią konotaciją, parankią ją vartuju-

siam anglų ir prancūzų kultūros ir intelektualiniam elitui, siekusiui atsiriboti nuo prastuomenės ir jos vertybių. Kiek vėliau vokiečių sociologai pasiūlė kitą, teoriškai geriau artikuliuotą, mąstymo perspektyvą, įtraukdami *Gemeinschaft/Gesellschaft* sąvokas ir pademonstruodami, kaip suirus seniesiems bendruomeniniams santykiams visuomenė atomizavosi ir susvetimėjo. Žodžio „masės“ įsigalėjimą moderniojoje sąmonėje britų kultūros teoretikas Raymondas Williamsas, šiandieną laikomas bene ryškiausiu „kultūros studijų“ problematikos ir metodologijų kūrėju, aiškino išskirdamas tris, jo nuomone, esmines tendencijas, išryškėjusias industrinių procesų raidoje. Tai, pirmiausia, gyventojų santalka industriniuose miestuose, kuri augo kartu su moderniosios urbanizacijos tempais, antra, darbininkų santalka anuometiniuose fabrikuose ir gamyklose ir, trečia, darbininkų klasės organizacija bei saviorganizacija, veikiai įgavusi tiek socialinį, tiek politinį pobūdį [13: 287]. Masių vyravimas, iš pradžių susijęs su mašinų gamybos raida ir spartėjančiais Vakarų industrializacijos tempais bei vartojimo galimybių augimu, ilgainiui transformavosi ir į masinės demokratijos reiškinį, įsitvirtinusių visuomenėje įvairiomis socialinėmis, politinėmis bei kultūrinėmis formomis. Masinė gamyba, masinis prekių paskirstymas, masinis vartojimas bei jo skatinimas naudojantis reklamine vaizdine medžiaga ir, galiausiai, nuolatinis naujų poreikių kūrimas tapo esminėmis moderniosios visuomenės funkcionavimo są-

lygomis, tad šie kompleksiški reiškiniai neišvengiamai atsispindėjo ir jos kultūroje. Masių vyravimas modernybės socialiniame kosmose tyrinėtojams leido ją apibrėžti kaip masių visuomenę, kuriai būdingi tam tikri, visur pasireiškiantys tipologiniai bruožai. Galima tvirtinti, kad kilusi iš europinių šaknų (nes būtent čia įvyko industrinė revoliucija) masių visuomenė veikia išsivystę į antnacionalinį reiškinį, su modernybės sklaida išvirtinusių tiek demokratinuose Vakaruose, tiek totalitariniuose Rytuose, kurie priėmė tą pačią modernybės raidos logiką, tiesa, savaip ją panaudodami ir deformuodami. Vėlgi įdomu pažymėti, kad ryškesnių Vakarų teoretikų pateikti masių visuomenės apibrėžimai su nedidelėmis korektūromis galėjo būti pritaikyti ir sovietiniam totalitarizmui, propagavusiam ir skiepijusiam vadinajamą proletkulto kultūrą. Tą kultūrą galima laikyti savotiška Vakarų masinės kultūros modifikacija: nors ji buvo gerokai skurdesnė, jos turinys labiau kontroliuojamas, papildytas privaloma ideologija, tačiau jos „gamybos“ ir sklaidos principai buvo panašūs, nulėmti technologinės pažangos.

Pavyzdžiui, kone chrestomatiniame amerikiečių autoriaus Irvingo Howe'as masių visuomenės apibrėžime ji nusakyta kaip tokia ganėtinai komfortabili pusiau gerovės, pusiau garnizono visuomenė, kurioje gyventojų masė tampa „pasyvi, inertiška ir atomizuota; kurioje tradiciniai santykiai, ryšiai ir asociacijos išdrinka arba galutinai išnyksta; kurioje žmogus tampa vartotoju, gaminamu lygiai taip pat masiškai kaip ir produktai, skirtybė bei vertybės, kurias jis absorbuoja“ [7: 24]. Šiuos teiginius praplečiantys masių visuomenės požymiai išvardyti pagarsėjusiam prancūzų sociologo Jacques'o Ellulo veikale, kuriame savo ruožtu tvirtinama, kad „Masių visuomenė yra visuomenė, turinti didelį gyventojų tankį, kurioje vietinės struktūros bei organizacijos yra gana silpnos, nuomonių srovės – stipriai jaučiamos, o žmonės grupuojami į didelius ir įtakingus kolektyvus, kurių individai yra šių kolektyvų dalis ir kur egzistuoja tam tikras psichologinis bendrumas. Dar daugiau, masių visuomenę apibūdina materialinio gyvenimo vienodumas. Nepaisant aplinkos, išsilavinimo ar situacijos skirtubių, žmonės pasižymi tuo pačiu dėmesingumu techniniams klausimams, tais pačiais mitiniais įsitikinimais, tais pačiais prietarais“ [2: 94]. Savaip įdomu, kad analizuodamas propagandos veikimo visuomenėje mechanizmus Ellulas anaipol nepasiribojo totalitarinės sistemos aptarimu. Atvirkščiai, tyrinėdamas, kaip individus ir visuomenes veikia ir „gamina“ masinio informavimo sistemos bei jose veikiantis propagandos mechanizmas, jis kalbėjo apie sienų nepripažįstančias moderniąsias technologijas bei modernybės projekto raidos logiką. Tad nepaisant ideologinės poliarizacijos bei principinio buržuazinio ir proletarinio požiūrių nesutaikomumo, demokratines ir totalitarines visuomenes sujungė ir

formavo tos pačios jose veikiančios ir jas sukūrusios moderniosios industrinės technologijos. Jos buvo siejamos su abiejuose visuomenių tipuose veikiančiais propagandos mechanizmais. Pasak Ellulo, be masinių informacijos priemonių egzistavimo jokia propaganda būtų išvis neįmanoma ir nėra labai svarbu, ar tos priemonės sutelktos valstybės, ar kelių privačių monopolistų rankose. Tačiau tik tuo atveju, jei kažkas turi žiniasklaidos monopolį, įmanoma pritaikyti mokslinius metodus tam, kad žmonių sąmonei būtų daromas kryptingas poveikis. Be kita ko, jis pastebėjo keistą masių visuomenės paradoksą: kuo daugiau individas dalyvauja jos gyvenime, tuo noriau jis priima stereotipinius simbolius, išreiškiančius kolektyvines sampratas apie praeitį ir ateitį; kuo tokių stereotipų daugiau, tuo lengviau suformuojama viešoji nuomonė ir manipuliuojama žmonių protais. Masių visuomenės tapsmo procesą jis siejo tik su techninėmis priežastimis. Technologijų raidos paskatintas visuomenės masiškėjimas „sunaikino viską, kas bent kiek primena bendruomenę“ [3: 333]. Prancūzų sociologas atkreipė dėmesį ir į naują kapitalizmo sąlygomis atsiradusią reklamos technologiją. Pagrindinis jos tikslas esąs „sukurti tam tikrą gyvenimo stilių. O čia jau tampa mažiau svarbu įtikinti individą racionaliai, svarbiau implantuoti jame tam tikrą gyvenimo koncepciją. Objektas, kurį reklamos gamintojas siūlo parduoti, yra natūraliai neatsiejamas nuo tokios gyvenamosios įgyvendinimo. Tad visi reklamuojami objektai yra to paties technologinio proceso rezultatai ir kultūros požiūriu identiški. Tad reklama siekia įrodyti, kad visi šie objektai yra neišvengiamos nurodos į pasaulį, žmogų, pažangą – trumpiau tariant, gyvenimą“ [3: 406]. Taip apibūdintas reklamos galios mechanizmas iš esmės buvo prilygintas propagandai, kitiems tikslams naudojančiai tas pačias technologijas ir poveikio principus.

Samprotaujant apie masių visuomenę (septintajame dešimtmetyje jai prigijo „technologinės visuomenės“ terminas) buvo imta svarstyti jos kultūrinius ypatumus. Vakarų visuomenėje išgalėję masinės kultūros reiškiniai veikia pateko į JAV kultūros kritikų intelektualinių interesų akiratį. Jau XX a. 6–7 dešimtmečiuose pasirodė nemaža sociologinių ir kultūrologinių tekstų, kuriuose analizuojamos masinės kultūros atsiradimo priežastys, formos, santykiai su „elitine“ kultūra ir moderniuoju Vakarų menu. Žinomas anuometinis meno kritikas Miltonas Klonsky'is, interpretuodamas masinę kultūrą, teigė, kad ji funkcionuoja horizontalioje dimensijoje, kur fundamentalios prasmės ir reikšmės nunykusios, todėl masiniai menai „nepajėgūs panirti į prasmės gylį, simbolinį ar anagoginį, kurį gali suteikti tik forma“ [8: 349]. Populiariosios kultūros formos gimė kartu su autonomiška vertybių sistema, neturinčia nieko bendro su jokiais meno kritikos standartais ar tradiciniu Vakarų menu. Tuo tarpu, jo nuomone, netgi Ro-

mantizmo eroje plitusi muzika ir poezija, nors ir skirta gana nedidelei publikos daliai, kokybiškai nedaug skyrėsi nuo tuometinio meno produktų – ji visuomet rėmėsi tomis pačiomis baladžių, liaudies dainų formomis bei tais pačiais šokiais, kurių principai buvo išvesti iš tradicinio meno žanrų. Tad skilimas tarp „masinės“ ir „elitinės“ kultūros dimensijų atsirado tik moderniojoje eroje, veikiant šiuolaikinėms technologijoms, išgalėjus masiniams produktų vartojimui ir to vartojimo skatinimo mechanizmams. Jis, beje, gana išvalgiai pastebėjo, kad masinės kultūros plėtra Vakarų visuomenėje reiškė esminius pokyčius religijos ir meno vertybių sferose: šios dimensijos susitraukė ir jų vietą užėmė popkultūros artefaktai, o „puritonizmo žlugimas sukūrė vakuumą milijonų žmonių vidiniame gyvenime – slaptą sapnų pasaulį ir uždraustą nišą beveik absoliučiai užvaldė seksualiniai kodai, bendravimo stiliai ir erotiniai vaizdiniai, perkelti iš masinių menų“ [8: 351]. Pridurkime, kad šios išvalgos buvo pateiktos laikotarpiu, kuris žvelgiant iš šių dienų visagalio pliuralizmo pozicijų atrodo dar pakankamai represyvus ir sublimuotas. Tame pačiame leidinyje savo straipsnį paskelbęs meno sociologas Arnoldas Hauseris, analizavęs kiną kaip masinio meno formą, iš viso abejojo jos bei kitų modernių meno technologijų pretenzijomis į vertingumą. Jo pasisakyta itin kategoriškai ir bekompromisiškai: vienintelė meno forma, pasiekusi dvidešimtąjį amžių neprarasdama savo kokybės, buvo romanas ir nors jis atspindėjo žmogų, kurį galime laikyti masių visuomenės suformuotu individu, „joks kitas žanras nebuvo pajėgus išreikšti moderniojo žmogaus sudėtingumo, prieštaravimo ir trūkumų. Tik romanas galėjo deramai atspindėti jo proto įvairiapusiškumą ir atomizaciją, jo neslopstantį siekį eksperimentuoti, jo dviprasmišką moralę ir prieštaringas emocijas“ [5: 276].

Greta kritinių pastabų gausėjo ir bandymų brėžti tvirtesnius teorinius pagrindus masinės kultūros refleksijai. Juos gana gerai atspindi vieno ryškesnių Čikagos sociologijos mokyklos atstovų Edwardso Shilso kryptingos pastangos sukurti rėmus masių visuomenei ir masinei kultūrai conceptualizuoti. 7-ojo dešimtmečio pradžioje išleistoje antologijoje (beje, JAV ilgai laikytoje chrestomatiniu ir pavyzdiniu masinės kultūros tyrimu) jis pateikė savus metmenis teorinei masių visuomenės analizei. Pateikęs trumpą apžvalgą, kaip masių visuomenės užuomazgos buvo aptiktos XIX a. Europoje, kur sparčiai besiplėtojantis kapitalizmas žmogų privertė pasijusti vienišu ir bejėgiu, o tolesnę tos visuomenės plėtrą spartino naujų (masinės) komunikacijos technologijų pažanga. Galiausiai radosi masių visuomenės vaizdinys, pagal kurį tai „milžinišką teritoriją užimanti visuomenė, turinti daug gyventojų, aukštą urbanizacijos ir industrializacijos lygį. Šioje visuomenėje telkiasi galia, ir didžioji jos dalis reiškiasi manipuliacija masėmis masinės ko-

munikacijos priemonių pagalba. Pilietinė dvasia silpna, vietinių įsipareigojimų maža, pirmykščio solidarumo praktiškai nesama. Nėra individualumo, tik nuolatinis ir žlugdantis egoizmas. Ji panaši į valstybę, kurią apbūdino Thomas Hobbesas, išskyrus tai, kad vieša netvarka yra nuosaiki dėl elito manipuliacijų ir apatiško masių idiotizmo“ [10: 31]. Tačiau šis vaizdinys, pasak Shilso, iškreipia daugelio liberalių Vakarų demokratijų realijas. Nors masių visuomenė yra naujas reiškinys, jo ištakas galima išvelgti jau graikų polyje, o kiek vėliau romėniškoje bendros pilietybės idėjoje. Nacionalinės valstybės ideologai, išvaizduodami ją kaip apimančią bendrą teritoriją, apgyvendintą ta pačia kalba kalbančio kolektyvo, nesąmoningai tapo masių visuomenės kūrėjais. Tačiau šiuolaikinei masių visuomenei būdinga tai, kad, nepaisant vidinių konfliktų, ji yra sukūrusi tokias legitimuotas, konsensuso principu paremtas institucijas, kurios nustato tokių konfliktų ribas. Todėl „masių visuomenė nėra taikingiausia ar „tvarkingiausia“ iš visų kada nors egzistavusių, bet konsensualiausia“, modernioji visuomenė yra išskirtinė ta prasme, kad „inkorporavo mases į šios visuomenės moralinę tvarką“ [10: 37]. Periferijoje esančių masių santykis su centru (beje, kaip taikliai pažymėjo sociologas, būtinu kiekvienai visuomenei) tapo glaudesnis ir aktyvesnis. Be to, elitams, nors ir kaip jų skoniai ar nuomonės besiskirtų nuo masių, jos ėmė reikšti gerokai daugiau nei ankstesnėse socialinėse organizacijose. Konsensusas, savo ruožtu, sąlygojo pilietiškumą. Nors piliečio sąvoka nėra modernybės kūrinys, ji plačiausiai paplito tik masių visuomenėje. Kita vertus, tik masių visuomenė sugebėjo sukurti bendrą kultūrą, kurios niekad nebuvo arba ji apėmė tik atskirus visuomenių segmentus: sunyko regioniniai, klasiniai, profesiniai kultūrų skirtumai. Shilso pabrėžė, kad, nepaisant didėjančio kultūros uniformiškumo, jo santykį su individualumu reikėtų išvaizduoti dialektiškai, kadangi didesnė vertė, skiriama mėgavimuisi dabartimi užuot garbinus tradiciją, verčia individą atsiverti asmeniškam patyrimui. Šitai neišvengiamai siejasi su tam tikrais pavojais, nes kultūroje dažniausiai įsigali paklusnus priėmimas tų modelių, kurie jau pagaminti, ir todėl individualybė masių visuomenėje atsideria nė kiek ne geresnėje situacijoje nei tradicinėje. Sociologas pabrėžė, kad masių visuomenė neišvaizduojama be industrijos ir ekonomikos plėtos, kadangi būtent industrializacijos procesai įgalino daugybei žmonių susidurti su kitų regioninių bendruomenių gyvensena, kita vertus, ji skatino švietimo raidą, būtiną technologijoms išmanyti. Išsivadavimas iš slegiančių moralinių tradicijų, sunkaus rankų darbo, laisvalaikio galimybių padidėjimas, taip pat patirties sureikšminimas sukūrė naujo tipo visuomenę. Tačiau nepaisant ženklų poslinkių, masių visuomenės plėtra savaip ribota, nes visuomet egzistavo ir egzistuos profesiniai, amžiaus,

seksualumo, lokalizacijos skirtumai, įvairūs intelektualiniai polinkiai, poreikis nusišalinti bei išlaikyti distanciją ir pan. Galutinė šio tyrimo išvada – būtent dėl šių aplinkybių absoliutus bendros kultūros užtikrinimas masių visuomenėje tampa neįmanomas.

1971 m. nedidelėje studijoje „Masių visuomenė ir jos kultūra“ Edwardas Shilas pateikė dar išsamiau išplėtotą ir tvirčiau suręstą masinės kultūros konceptualizavimo schemą [11: 64–71]. Tėn jis teigė, kad masių visuomenės kultūra pasižymi tam tikromis fundamentaliomis savybėmis, kurios visose visuomenėse yra tokios pačios. Tai reiškė, kad visas Vakarų visuomenės buvo galima aiškinti kaip masinės kultūros veikimo lauką. Shilas siūlė skirti tris kultūros lygmenis, išsidėstančius hierarchine tvarka. Tų lygmenų kokybė matuojama estetiniais, intelektualiniais ir moraliniais standartais. Tai aukštoji (arba rafinuotoji), vidutinioji ir brutaliųjų kultūros. Pirmąją kultūros lygmenį apibūdina kūrinių turinio rimtumas. Tai daugiausia poezija, filosofijos ir mokslo veikalai, skulptūra, tapyba, muzika, spektakliai, architektūra, skirta tik labiausiai išsilavinusiems, gerą skonį išsiugdžiusios publikos daliai. Ši kultūros kategorija neapeliuoja į koki nors apibrėžtą socialinį statusą ir netgi jo nenurodo – ji paprasčiausiai apeliuoja į tiesą ir grožį, kurį gali suvokti nedaugelis asmenų. Ji gerokai turiningesnė už kitus lygmenis ir dėl to, kad į jos visumą įeina ne tik geriausi dabarties kūriniai, bet ir rafinuočiausia, laiko išbandymus išlaikiusi ankstesnių istorijos laikmečių kūryba. Vidurinėsios kultūros lygmuo – tai toji kūryba, kuri neatitinka aukštosios kultūros standartų; ji ne tokia originali, nors ir remiasi tais pačiais meno žanrais. Be to, vidutinioji kultūra paprastai yra laikino pobūdžio, bet joje gali egzistuoti ir ankstesnių epochų kūriniai. Ji pasižymi ir įvairiomis teigiamomis savybėmis, nes gali būti pakankamai sąžininga ir morali, remtis savomis tradicijomis. Trečiąją kultūros lygmenį Shilso schemeje užima brutaliųjų, kuri yra gerokai elementaresnė. Nors kai kurie jos žanrai yra tie patys (pavyzdžiui, muzika arba romanas), tačiau jų pobūdis visiškai kitoks: čia vyrauja masiniai renginiai (pavyzdžiui, sportas), o jų simbolinis turinys yra minimalus. Brutaliąją kultūrą sociologas siejo su oraline tradicija, tad jos ištakas išžvelgė ikimoderniojoje visuomenėje. Be kita ko, buvo tvirtinama, kad šie trys kultūros lygmenys skiriasi ir vartojimo kiekiu: aukštosios kultūros vartotojų visada yra nedaug – tiek ikimoderniose visuomenėse, tiek šiuolaikinėje. Tai asmenys, kuriuos galima priskirti intelektualų kategorijai. Vidurinėsios klasės atstovų tarp jos vartotojų esti vėlgi gana nedaug: jiems artimesnė vidutinioji ir brutaliųjų kultūros. Tačiau eksplikuojant šią schemą ypač paryškina bŪtynybė išskirti dar vieną tarpklasinę kultūros vartotojų grupę, kurią masių visuomenėje paprastai sudaro jaunimas: „Prieš įsiga-

lint masių visuomenei maža jaunimo dalis buvo rigoristiškai susijusi su aukštąja kultūra; visi kiti buvo brutaliųjų kultūros taikiniai. Vienas masių visuomenės požymių yra tai, kad jaunimas tapo pagrindiniu vidutiniosios ir brutaliųjų kultūros variantų vartotoju [...]. Didžiuliai popmuzikos, vidutiniųjų ir brutaliųjų filmų kiekiai, periodinė lektūra bei šokio formos gaminami jaunimui ir yra vartojami jaunimo. Tai beprecedentiška ir tai yra masinės kultūros revoliucijos šerdis“ [11: 64–71].

Josephas Bensmanas ir Bernardas Rosenbergas masinės kultūros šaknis siejo su Gutenbergo spausdinimo mašina, kurios dėka tekstas, anksčiau būvęs retenybe, jau galėjo pasiekti iš pradžių tūkstantines, o vėliau milijonines auditorijas. Raštingumo sklaida, lydėjusi spausdinimo preso ir tiražuojamos spaudos atsiradimą, be perstojo kūrė masinę auditoriją, o šioji savo ruožtu reiškė skonių demokratizaciją ir ankstesnių kultūros lygmenų nynykimą. Gramofono, radijo, televizijos ir kitų masinės komunikacijos technologijų raida spartino masinės kultūros plitimą, nuomonų, pažiūrų standartizaciją, prierašumą prie vienuodų vizualinių vaizdinių. Tyrinėtojai pastebėjo, kad nors žmonės visuomenėje leidžiasi į tiesioginius socialinius santykius, jų kokybė priklauso nuo to, kas yra perteikiama, – masinės komunikacijos plėtra reiškė, kad dabar žinios ir nuomonės buvo primetamos milijonams asmenų visuose pasaulio kampeliuose. Todėl masinės komunikacijos priemonės jie apibrėžė kaip „nuasmenintus socializacijos veiksnius“ [1: 171]. Tai esą paaiškina, kodėl šiuolaikinėje visuomenėje milijonai gali sekti krepšinio komandos sėkmes ir nesėkmes arba garsenybių privataus gyvenimo istorijas, kol tos pačios priemonės juos pakeičia naujais, tačiau panašaus lygio dėmesio objektais. Kita vertus, buvo išvalgiai pastebėta, kad socialinė ir asmeninė diferenciacija yra neišvengiamai susijusi su ugdyimu, asmeninėmis pastangomis, kultūrine kilme ir kitais dalykais, tačiau kai pranešimas emociškai supaprastinamas, jis gali pasiekti tiek labiau, tiek menkiausiai išprususias auditorijas, o galiausiai sudėtingesnių pranešimų išvis nepateikiama ir dėl šios aplinkybės masinė kultūra tampa ne sudėtinga, o supaprastinta, veikia konkreti nei abstrakti, labiau emociška nei intelektualai [1].

Britanijoje į masinio komercinės kultūros (pramoginės spaudos, populiariosios literatūros) vartojimo pobūdį 6 dešimtmetyje gilinosi Raymondo Williamso bendražygis, kultūros kritikas Williamas Hogarthas [6]. Komercinę kultūros produkciją britų analitikas laikė „vienoda dieta“, masinės industrijos įmonių pateikiama didžiausiai žmonių masei. Tačiau jis neįvertino gana svarbios aplinkybės, kad tą masę sudarantys kultūros vartotojai nėra vienalyčiai, juoba, nebuvo disponuojama ir sociologiniais duomenimis, kokios socialinės grupės kokio pobūdžio produkciją

vartoją. Kita vertus, buvo įžvalgiai pastebėta, kad masinė lektūra įtvirtina tokias pasakojimo klišes ir struktūras, kurios galiausiai nulemia vartotojo prierašumą prie tokių masiškai gaminamų standartizuotų produktų. Populiarioji spauda, pasak jo, privalo apeliuoti į tokius požiūrius, kurie labiausiai paplitę visuomenėje, nors to paplitimo priežastys, deja, nebuvo aptartos. Masinę kultūros produkciją tyrinėtojas prilygino parduotuvėms, pateikiančioms savo klientūrai ribotą marškinių modelių kiekį už mažiausią kainą. Tačiau kainą, kurią visuomenė sumoka už tokio pobūdžio populiarią skaitalą, visiškai neproporcinga jo gamybos kaštams: menkiausias vaizduotės ir intelektualinio lygio leidiniai primeta didžiausią savo patiekiamos produkcijos vienodumą didžiausiai visuomenės daliai. Masinės kultūros industrija, jo nuomone, nusitaikė į darbininkų klasę, nes ji iš anksčiau „degradavusiu“ laikyto socialinio luomo virto industrijai ir komercijai itin patogia „mase“, iš kurios galima puikiai pasipelnyti. Akivaizdu, kad Hogartho teorinėje schemoje masinės (populiariosios) kultūros vartotojai buvo išivaizduojami kaip pasyvūs, inertiški jiems parduodamos produkcijos vartotojai, nesvarstant galimybės, kad net ir masių visuomenėje gali egzistuoti įvairūs skoniai, preferencijos bei anaipol nemonolitiškos vartotojų grupės.

Panašūs požiūriai, kurį laiką itin stipriai veikę populiariosios kultūros vartojimo interpretacijas anglų–amerikiečių kultūros kritikoje, ilgainiui ėmė kisti. Amerikiečių popkultūros tyrinėtojas Leo Lowenthalis 7 dešimtmečio pradžioje pabrėžė, kad aiškinantis „rimtosios“ ir „pramoginės“ literatūros skirtumus, pirmiausia privalu atlikti „estetinę vertybių analizę“, o po to tyrinėti, ar tos estetiškos vertybės nesikeičia masinės reprodukcijos sąlygomis“ [9: 12]. Jis tvirtino, kad dalis analitinių kategorijų, vartojamų masinei kultūrai nusakyti, yra iš esmės neveiksmingos, kadangi tokios neva savaime akivaizdžios sąvokos, kaip standartizacija, skirtinguose kontekstuose gali reikšti visiškai skirtingus dalykus. Galiausiai, prieštaras, kylančias dėl populiariosios kultūros vertinimo, jis siejo su sena istorine tradicija – Pascalio prakeiksmu bet kokio pobūdžio pramogoms. Šitai artikuliuojamų tezių veikiami teoretizuojantys sociologai ėmė keisti žiūros taškus ir tyrimo trajektorijas. Buvo imta ne tiek analizuoti masinės kultūros produkcijos prigimtį ir paplitimo priežastis, kiek tyrinėti vartotojų požiūrius. Kitaip tariant, aiškintasi, kaip skirtinguose sluoksniuose ir grupėse yra priimama ir suvokiama masinė kultūra. Amerikiečių sociologas Herbertas J. Gansas veikale „Populiarioji ir aukštoji kultūra: skonio vertinimo analizė“ 8 dešimtmetyje atvirai atsisakė ankstesnės tyrimų perspektyvos. Jis nebesiėmė analizuoti masinės kultūros lygmenų prekės ir gamybos principų požiūriu, bet ėmė vertinti tą kultūrą atsižvelgdamas į jos vartotojų auditori-

ją(as) ir atitinkamai matavo ją remdamasis kelių grupių, pasižyminčių panašiais skoniais, kriterijais. Kitaip tariant, buvo liautasi vaizduotis, kad visi vartotojai privalo būti tokio pat skonio ir išsilavinimo, kaip kultūros kritikai, „pripratę prie individualizmo ir individualiai sprendžiantys problemas, kad jie jau tiek socializuoti ir išsilavinę, jog patys siektų kūrybiškumo bei saviraiškos, ir kad jiems užtenka patyrimo tiesiogiai ir racionaliai spręsti savo problemas nenusišalinant ir nepasineriant į pramogas“ [4: 59]. Toks tyrimo principų pakeitimas sociologui leido pademonstruoti, jog tai, ką jis pavadino skonio kultūromis, anaipol nėra vieningos, koherentiškos vertybių sistemos, o skonio publika nėra organizuota grupė: tai veikiau panašias vertybes su panašiu, tačiau vis dėlto nevienodu turiniu išpažįstančios kultūros vartotojų grupės. Kiekvienai iš jų priskirtini asmenys, kurie yra panašių vertybinių požiūrių, išsilavinimo, kurie renkasi panašius problemų sprendimo būdus ir panašius kultūros produktus. Skirtingai nei masinės kultūros kritikai, griežtai poliarizavę kultūrą į aukštąją ir masinę (ar populiariąją, pramoginę), sociologas išskyrė nebe du poliarizuotus ar kultūros lygmenis (Shilso schemoje praplėstus iki triados), bet gerokai platesnį ir įvairesnį jų spektrą, siedamas jį su penkiomis publikos rūšimis. Šios vartotojų grupės – aukštoji, aukštesnioji vidurinė klasė, žemesnioji vidurinė klasė, žemoji ir kvazifolklorinė žemoji klasės. Be kita ko, šiame tyrime Gansas nurodė, kad aukštoji kultūra aiškiai orientuota į kūrėją (todėl negali būti priimtina visiems, nors to ir norėtume), o populiarioji – į vartotoją (pridurkime, kad tarp pastarųjų esama ir pirmajai kategorijai priklausančių asmenų). Pasak jo, aukštosios kultūros universalumas galėtų būti pateisinamas tuo atveju, jei kritikai sugebėtų įrodyti, kad populiarioji kultūra daro kokią nors apčiuopiamą žalą visuomenei ar bent reikšmingai jos daliai, be to, trukdo daugumai realizuoti savo tikslus arba, pavyzdžiui, ženkliai pažeidžia teisėtus mažumos siekius. Ganso tyrimas buvo paskata sociologams ir antropologams imtis „lauko“ tyrimų, t. y. analizuoti atskiras vartotojų grupes, aiškintis jų preferencijas, skonius, atrankos ir vertinimo kriterijus.

Kiek vėliau kai kurių išankstinių masinės kultūros teoretikų prielaidų nepagrįstumą patvirtino sociologai. Atlikę įvairių masinės kultūros vartotojų grupių tyrimus, akivaizdžiai įrodė, kad vadinamąją populiariąją (ar pramoginę) kultūrą neretai renkasi žmonės, priklausantys aukštesniems socialiniams sluoksniams, turintys aukštesnį išsilavinimą, taip pat galimybes vartoti vien „aukštosios“ kultūros produktus. Tyrimų perspektyvos kaita savaip grindė ir požiūrius, atvirai abejojančius masinės kultūros teoretikų prezumpcijomis. Šio požiūrio šalininkai tvirtino, kad masinės kultūros kritikai neatsižvelgė į daugelį

naujų veiksmų: šiuolaikinėje visuomenėje esama kur kas daugiau galimybių estetiškai mėgautis „aukštąja“ kultūra nei kada nors anksčiau, kadangi Shakespeare'o pjesę ar Mozarto operą, transliuojamą per televiziją ar radiją, pamato ir išgirsta daugiau žmonių nei jų apsilanko teatre ar operoje. Kita vertus, Shakespeare'o laikais tokių žiūrovų buvo nepalyginamai mažiau. O *Iliada* ar Beethoveno simfonija netampa mažiau vertingos, jei jos parduodamos neelitiniuose knygynuose ir įrašų parduotuvėse, bet supermarketuose. Atvirkščiai, tai leidžia plėsti „aukštosios“ kultūros vartotojų ratą. Alanas Swingewoodas, žvelgdamas į šias problemas iš marksistinių pozicijų ir 8 dešimtmetyje paskelbęs veikalą, skirtą nuvainikuoti masinės kultūros kritikai, radikaliam pareiškė: „Nėra nei masinės kultūros, nei masių visuomenės, yra masinės kultūros ir masių visuomenės ideologija. Kapitalistiniame dominavime būtini mitai, nes jo gamybos būdas yra paremtas darbo jėgos eksploatacija ir jos transformavimu į prekę, todėl kapitalizmo realybė privalo būti paslėpta ir užmaskuota, o socialiniai gamybos santykiai paversti natūraliomis, neistorinėmis sąlygomis. Ideologinėje legitimacijoje mito funkcija yra eliminuoti istorinius institucijų ir procesų santykius ir masinėje sąmonėje įtvirtinti neišvengiamą klasinės nelygybės bei klasinės galios faktą“ [12: 109]. Jo nuomone, tiek masių visuomenės, tiek masinės kultūros koncepcijos, kurios pasitelkiamos apibūdinti šiuolaikinį kapitalizmą, turi gana nedidelę vertę, nes kapitalistinė kultūra nėra totalitarinė sistema. Sutikus su teiginiu, kad kultūra yra priemonė, padedanti žmogui patvirtinti savo žmogiškumą, laisvės ir orumo siekį, tektų pripažinti, kad masinės kultūros koncepcijos kaip tik ir yra viso to neįgimas.

Taip klostėsi prielaidos kitokiems požiūriams į masinės kultūros reiškinių. Vakarų sociologijoje stiprėjo tendencija ne tiek tyrimo objektu rinktis gamybos principus (o šie vystantis technologijoms darėsi vis komplikuočiau), kiek analizuoti vartotojų – televizijos, kino, video žiūrovų, radijo klausytojų – auditorijas. Daugelis autorių ėmė tvirtinti, kad nebeįmanoma vaizduotis kokį nors vieną prekių ir vaizdinių gaminimo ir distribucijos centrą: vystantis kapitalizmui šie procesai tapo persipynę, nebeatpažįstami, surizgę į kamuolį, kurį norint išpailioti tenka pasitelkti nebe vienos, o daugelio disciplinų intelektualinę amuniciją. Ilgainiui masinės kultūros teorizavimas tapo naujos kultūros studijų bangos, integravusios daugiau nei pustuzinį tradicinių disciplinų ir dar daugiau tyrimo metodologijų, prerogatyva. Daugelis problemų natūraliai atsidarė *mass media* analitikų intelektualinėje darbotvarkėje. Tačiau šios temos nagrinėjimas lieka už straiptinio ribų.

Gauta
2004 06 11

Literatūra

1. Bensman J. and Rosenberg B. Mass Media and Mass Culture. *America as a Mass Society*, ed. Philip Olson. London: The Free Press of Glencoe, 1963.
2. Ellul J. Propaganda. New York: Vintage Books, 1965.
3. Ellul J. Technological Society. New York: Vintage Books, 1970.
4. Gans H. J. *Popular Culture and High Culture: Analysis and Evaluation of Taste*. New York: Basic Books, 1974.
5. Hauser A. Can movies be Profound? *New Partisan Reader 1945–1953*, ed. Philip Rahv. New York: Harcourt, Brace and Company, 1953.
6. Hogarth W. *The Uses of Literacy*. Harmondsworth: Penguin, 1957 (1968).
7. Howe I. Mass Society and Postmodern Fiction. *Postmodernism. A Reader*, ed. by Patricia Vaugh. London: Edward Arnold, 1992.
8. Klonsky M. Along the Midway of Mass Culture. *New Partisan Reader 1945–1953*, ed. by Philip Rahv. New York: Harcourt, Brace and Company, 1953.
9. Lowenthal L. Literature, Popular Culture and Society. Palo Alto. California: Pasific Books, 1961.
10. Shils E. The Theory of Mass Society. *America as a Mass Society*, ed. Philip Olson. London: The Free Press of Glencoe, 1963.
11. Shils E. Mass Society and Its Culture. *Mass Culture Revisited*, ed. Bernard Rosenberg and David Manning White. New York: Van Nostrand Reinhold Company, 1971.
12. Swingewood A. The Myth of Mass Culture. Atlantic Highlands. New Jersey: Humanities Press, 1977.
13. Williams R. *Culture and Society*. Harmondsworth: Penguin/ Chato and Windus, 1963.

Almantas Samalavičius

MASS CULTURE AND CULTURAL CRITICISM

S u m m a r y

The aim of the article is to overview and emphasize the shift in the interpretations of mass culture in the development of Western cultural criticism. In the second half of the 20th century mass culture was linked to the emergence of mass society, cultural critics elaborated on the mechanisms of its emergence, production and dissemination. The sixties and seventies witnessed the attempts toward theoretical reflections of mass culture, to establishing a reductionist hierarchy of the levels of culture. One of the examples of this kind was conceptualization of mass culture provided by sociologist E. Shils (Chicago); his schemes of analysis and value-oriented hierarchy of cultural levels is discussed. These viewpoints are compared with the tradition formed by the first wave of British cultural studies, namely the Marxist interpretations of culture developed by R. Williams and W. Hogarth that for a rather long time made a significant impact on the principles of analysis of mass culture. The author shows how the tendencies of cultural criticism changed when sociologists and cultural critics gave up the analysis of principles and peculiarities of mass culture production and dissemination, abandoning the ideology of mass culture, and turned to describing the preferences of the so-called “cultures of taste”.

Key words: mass culture, mass society, culture production, cultures of taste