
РЕЦЕНЗИИ

Е. А. БОГАТЫРЁВА

ПУБЛИКА КАК ПРЕДМЕТ ИССЛЕДОВАНИЯ

Хренов, Н. А. Публика в истории культуры. Феномен публики в ракурсе психологии масс. – М.: Аграф, 2007. – 406 с.

Может ли категория *публики* послужить тем «рычагом», задействовав который «выводятся на поверхность», эксплицируются лежащие в основе фундаментальные социокультурные закономерности функционирования искусства? Исследование, предпринятое известным теоретиком искусства и культуры Н. А. Хреновым, дает положительный ответ на этот вопрос.

Автор ищет ключ к объяснению специфики того, что позволило бы выделить особенности функционирования сферы художественного из более широкого исторического контекста, не сводя динамику искусства только к динамике макросоциальной. Публика эпохи изобретения печатного станка или кинопублика первого, второго и т. д. десятилетий существования кинематографа – все это, как явствует из книги, неслучайные общности, наделенные определенными социологическими и социально-психологическими характеристиками, а их изучение способно пролить свет на особенности художественной практики того или иного периода. Например, возникновение *кинопублики* и вообще переориентация публики «с печатного слоя на зрелищный» (Хренов 2007: 365) особенно показательны для культуры XX века в целом и могут свидетельствовать о более общих закономерностях социокультурного функционирования искусства, проанализированных в книге.

Искусство XX века как никогда актуализировало исследования проблем восприятия. Различные подходы к изучению восприятия в большинстве своем ориентированы на прояснение вопроса

«как?»): как, каким образом осуществляется коммуникация «произведение – зритель» в новых условиях? Исследование, в фокусе которого оказывается феномен *публики*, предполагает анализ коммуникативной ситуации в аспекте постановки вопроса «кто?». Уместность постановки этой проблемы особенно очевидна в периоды кризисные, переходные, когда сбой в самом функционировании искусства в контексте культуры обнажает ситуацию, в которой становится очевидным, что и традиции есть, и школы художественные есть, а вот воспринимать все это некому.

О том, что цель исследования, несмотря на обширные историко-культурные и историко-искусствоведческие экскурсы, продиктована именно необходимостью изучения современной художественной культуры, автор предупреждает сразу, уже во *Введении*. В качестве сверхзадачи исследования называется «выявление взаимодействия публики, развития и функционирования искусства не как самостоятельных или даже связанных между собой объектов, а как системы, представляющей проблематику теории художественной культуры» (Хренов 2007: 9). А в качестве сквозной идеи – исследование фактора оппозиционности. «Собственно, ради выявления механизма оппозиционности как в коммуникации, так и в культуре и предпринято данное исследование», – отмечает автор (Там же: 16). То есть в замысел работы вписывается исследование механизмов динамики в сфере искусства, особенностей возникновения и освоения художественных новаций.

Система координат, в которой представлен феномен публики, отражена в названиях четырех глав книги («История публики в контексте общей историографии»; «Средство коммуникации как способ преодоления противоречия между развитием и социальным функционированием искусства»; «История публики в контексте истории коммуникации»; «Публика между общественной психологией и государственной идеологией»). Под «публикой» подразумевается прежде всего «социальная общность, способная адекватно понимать и оценивать современные ей художественные процессы, направления и ценности» (Там же: 11). Можно сказать, что в такой постановке проблема публики трансформирует проблематику эстетического восприятия. С одной стороны, это понятие указывает на субъект восприятия, а с другой – в нем схвачена процессуальность, динамика. Значимость публики в качестве объекта исследования состоит уже в том, что она оказывается «транслятором художественных, эстетических и культурных ценностей во

времени, т. е. в истории». Это, по словам автора, «позволяет ей быть идентичной художественному процессу и, следовательно, быть важным механизмом в движении культуры» (Там же).

Своеобразие постановки данной проблемы особенно заметно в контексте ее сопоставления, например, с проблематизацией роли воспринимающего в рецептивной эстетике (ее представители – В. Изер, Х. Р. Яусс, Р. Варнинг и др.). Известная во второй половине XX века теория акцентировала роль читательской активности (речь шла прежде всего о литературных текстах) в процессе функционирования художественных произведений и задавалась вопросом о влиянии «действующей истории» произведения на его бытие в той или иной (актуальной) историко-культурной ситуации. Исследование закономерностей социокультурного функционирования искусства, полагающее в качестве своего предмета феномен публики, «перформатирует» постановку проблемы восприятия. Введение понятия «публика» (не только социологического, но, скорее, психологического феномена) усложняет представление о коммуникативной ситуации «произведение – воспринимающий», поскольку сама публика по определению конституируется в процессе коммуникации.

Понятия рецептивной эстетики, например «горизонт ожидания» или определяющая восприятие «оптика» (понятие из концепции В. Изера), также указывают на зависимость восприятия от актуальной историко-культурной ситуации, от культурных традиций, от степени подготовленности воспринимающего, от художественных вкусов и установок его окружения. Но речь в данном случае не идет об устойчивой структурированной общности, обеспечивающей функционирование искусства в социокультурном и историко-культурном контекстах. Публика представлена в книге как устойчивая общность, и «от других общностей публику отличает то, что коммуникация как необходимый элемент всякой общности из средства превращается в цель» (Хренов 2007: 150). Коммуникативная ситуация в данном случае оказывается более разветвленной сетью, представление о которой не исчерпывается указанием на «автора» и «воспринимающего». Когда автор, обсуждая особенности восприятия и «прочтения» смыслов на том или ином этапе культуры, говорит о восприятии «в соответствии с ранними традициями литературного развития» или «в соответствии с предшествующими традициями», то это напоминает о понятии «имплицитный читатель» в концепции В. Изера.

Постановка проблемы публики как объекта исследования в *первой главе* предстает в историко-культурном, историко-искусствоведческом и историко-психологическом аспектах и снабжена обширным экскурсом в историю соответствующих дисциплин. Во *второй главе* феномен публики рассмотрен в контексте теории коммуникации, в рамках проанализированного в книге противоречия между развитием и социокультурным функционированием искусства и в аспекте взаимосвязи со средствами коммуникации в тот или иной историко-культурный период. Фактом общественного сознания феномен публики оказывается во второй половине XIX века. В этом качестве он становится носителем общественного мнения, попадая в фокус социологии искусства и способствуя ее дальнейшему развитию. Объектом самостоятельного изучения публика, по словам автора, становится только после возникновения социальной психологии как науки. Но «методологически решаемой научной проблемой» история публики оказывается благодаря обращению к исследованиям проблем коммуникации.

Особая значимость проблематики коммуникации и средств коммуникации связана уже с тем, что, согласно отстаиваемой в книге идее, средства и способы коммуникации играют самую непосредственную роль в конституировании публики на разных этапах историко-культурного развития: «На каждом историческом этапе система функционирования искусства представляет сохраняющуюся неизменной иерархию СК. Эта закономерность одновременно оказывается объективной закономерностью истории публики» (Хренов 2007: 153). Средство коммуникации (СК) представлено в книге как самостоятельный фактор социокультурного функционирования искусства. Ему отведена существенная роль в преодолении проанализированного автором противоречия между развитием и функционированием культуры. С распространением тех или иных средств коммуникации (книгопечатания и более поздних систем коммуникации, основывающихся на других носителях) связаны не только новые конstellляции публики, но и значительные социокультурные изменения. Механизм истории коммуникации предполагает отеснение традиционного средства коммуникации новым. «Утверждающаяся с помощью нового СК культура на первых этапах подвергается критике со стороны представителей традиционной коммуникации. Оппозиция между традиционными и новыми СК приводит и к оппозиции коммуникативных общностей по принципу “мы” и “они”» (Там же: 155).

Предложенная в книге концепция средств коммуникации, которые участвуют в разрешении противоречия между развитием и функционированием культуры, наводит на размышления о событиях нашего недавнего прошлого. Речь идет о возможности применить эти категории к анализу некоторых известных культурных сюжетов. В качестве одного из проявлений конфликта между традиционными и новыми средствами трансляции художественных ценностей может быть рассмотрена, на мой взгляд, известная ситуация с прижизненными публикациями творчества В. Высоцкого. Несмотря на то, что *печатные* СМИ это творчество игнорировали, оно довольно активно тиражировалось в виде аудиокассет. То обстоятельство, что аудиозаписи тоже представляли собой вид *публикации*, причем на более современном носителе информации, было далеко не очевидным, поскольку новый носитель коммуникации не получил на тот момент общественно признанной культурной легитимации. Только печатная публикация могла служить свидетельством общественного признания. Но потребность в закреплении и трансляции творчества Высоцкого, которое не могло не пробить себе дорогу, несмотря на то, что не вписывалось в рамки традиционных художественных жанров и т. д., в нашей культурной ситуации оказалась существенно связанной с утверждением нового средства коммуникации. С точки зрения общественного признания и легитимации аналогичную роль выполняет в наши дни такое средство коммуникации, как Интернет, который в этом качестве противостоит даже не печатным СМИ, а другому электронному носителю коммуникации – ТВ.

Характеристика публики XX столетия, процесс превращения человека в зрителя и публики – в кинопублику, формирование кинопублики, представленное поэтапно, – все эти вопросы обсуждаются в *четвертой главе* книги. Автор отстаивает тезис о новой природе публики XX века, связывая ее с «исключительностью» его культуры, прошедшей через культурный нигилизм, отличающейся процессами массовизации и т. д. «Один из значимых признаков публики этого столетия вытекает из нового процесса культуры – “прорыва” в нее древнейших пластов, некогда вытесненных культурой предшествующих эпох на периферию и считающихся исторически изжитыми. Существенная особенность публики нового столетия – ее переориентация с печатного слоя на зрелищный. При этом печатная культура не угасает. Однако процесс принимает такие формы, когда система показа превращается в средство комму-

никации литературной культуры» (Хренов 2007: 364–365). Забегая вперед, отметим, что это соотношение литературного и зрелищного пластов культуры послужит одной из характеристик различных этапов развития киноискусства, поскольку важной особенностью кинематографа, по мысли автора книги, оказывается способность «тиражировать не только зрелища, но и литературу в зрелищных формах» (Хренов 2007: 377). Этот вывод даст основания к несколько неожиданной трактовке такого киножанра, как *экранизация*. Согласно осуществленной в книге интерпретации, экранизация предстает в качестве жанра, принципиального для развития киноискусства и даже культуры XX века в целом. Именно она фокусирует в себе характерную для того или иного этапа констелляцию литературного и зрелищного пластов культуры. «Поэтому экранизация демонстрирует определенное состояние литературной культуры общества, т. е. способность публики прочитывать заложенные в литературном произведении смыслы. Такие способности исторически изменчивы, а их проявление парадоксально» (Там же: 398). То есть именно «литературоемкость» кинематографических средств, как можно заключить, позволила кинематографу стать средством коммуникации, сопоставимым с печатной культурой.

Характерная для XX столетия ориентация на зрелищность, подготовившая восприятие кино и возникновение кинопублики, объясняется Хреновым не только процессами массовизации культуры, но и особенностями городской психологии, сформировавшей этот тип восприятия. Особенности развития кинопублики автор прослеживает параллельно этапам развития кинематографа. «Кино развивается по спирали, то открывая новые, ранее не известные свои возможности, то, наоборот, возвращаясь в свою историю и в историю культуры, возрождая некогда преодоленные традиции... В свернутой форме кино повторяло этап становления культуры» (Там же: 406, 410). Это «возрождение преодоленных литературой этапов» многое объясняет в поведении публики вообще и кинопублики в частности: автор подробно анализирует влияние на массовую публику стереотипов, сформированных фольклорной традицией. Кино оказалось свидетельством того, «как значительные в количественном отношении социальные группы публики начинают входить в культуру, не владея навыками восприятия явлений позднего литературного развития». Поэтому на первых порах «зрелищность в ее кинематографических формах становится способом элементарного приобщения к литературной и культурной традиции».

То есть первые этапы развития кино были связаны с вовлечением в его орбиту прежде всего не посетителей библиотек, а тех людей, которые оказались «к этому времени на периферии читающей публики» (Хренов 2007: 406, 407). К тому же оппозиция, сопровождающая появление нового средства коммуникации, не замедлила проявиться и в случае с кинематографом – ею стала «не только основная масса читающей публики, но и связанная с ней теоретическая и критическая мысль. Активными обвинителями кино выступали хранители сформированных печатной книгой и театром традиций» (Там же: 408). Последующие этапы функционирования публики продемонстрируют как изменение ее установок, так и смену различных ее слоев.

Отмеченные в книге существенные изменения установок в отношении средств коммуникации в 30-е годы подводят к выводу: кинозритель сменяет читателя. По мнению автора, это свидетельствует об изменении логики культурного развития. Если на «докинематографическом» этапе эту логику определяла литература и даже «кинозритель был прежде всего читателем, то с 30-х годов характеристика кинозрителя окажется представительной для всего состояния культуры» (Там же: 389). И уже вкусы и реакции кинозрителя будут теперь влиять на восприятие литературы, с чем автор связывает регрессивные проявления «в эстетическом развитии общества». Реконструируя логику авторского замысла, можно заключить, что обращение к феномену публики должно способствовать выходу на нелинейные закономерности функционирования искусства. Последующие этапы и «зигзаги» в истории художественной культуры XX века анализируются и интерпретируются в книге также сквозь призму понятия «публика» и анализа ее культурно-психологических характеристик.