

УДК 130

Оленіна О. Ю.

ПРОБЛЕМИ КОМУНІКАТИВНОСТІ МИСТЕЦТВА У ПРОСТОРІ СУЧАСНОЇ ГУМАНІТАРИСТИКИ

Розглянуто наукові видання і праці, що присвячені аналізу художньої культури та вивченню мистецтва в контексті комунікативної проблематики.

Ключові слова: *художня культура, мистецтво, художня комунікація, мас-медіа, комунікаційні процеси, інформаційні технології, філософсько-естетична традиція.*

Рассматриваются научные издания и труды, посвященные анализу художественной культуры и изучению искусства в контексте коммуникативной проблематики.

Ключевые слова: *художественная культура, искусство, художественная коммуникация, масс-медиа, коммуникационные процессы, информационные технологии, философско-эстетическая традиция.*

Scientific journals and writings about the analysis of artistic culture and the study of art in the context of communication problems are regarded in this work.

The keywords: *art culture, art, artistic communication, media, communication processes, information technology, philosophical and aesthetic traditions.*

Актуальність. Для сучасного соціуму характерними є процеси омасовлення духовного життя, стрімкої зміни світу мистецтва та його рольової специфіки, поява потужних засобів трансляції, які зробили художню культуру доступною широкому загалу. Цьому сприяють значущі фактори, найважливіший із них – розвиток засобів масової комунікації, що активно впливає на трансформацію мистецтва, зумовлюючи в контексті комунікаційних революцій, формування нових мистецьких видів і жанрів (фотографія, кіно, телебачення, дигітальне мистецтво). Сьогодні ми можемо спостерігати, як під впливом комунікаційних процесів здійснюється формування нового типу свідомості, оцінки й сприйняття різних систем цінностей і естетичних смаків, новий тип менталітету й мислення.

Різні аспекти мистецтва, а також його місце й роль у соціально-культурному континуумі стали предметом дослідження багатьох наукових дисциплін: культурології, мистецтвознавства, психології, соціології і, в першу чергу, філософії й естетики, де зосереджена значна кількість праць, що безпосередньо стосуються трансформації розуміння мистецтва в парадигмі постмодернізму. Оригінальний підхід до проблем висвітлення специфіки функціонування мистецтва в соціокультурному просторі сформувався в американській філософії мистецтва, що почала домінувати з другої половини ХХ ст. в англomовних країнах. Так, зокрема з позицій антиесенціалістів (М. Вій, П. Зіфф, В. Кенник, М. Коен) очищення мови естетики від понять, що претендують на розкриття сутності мистецтва, прекрасного, естетичної позиції, є головним у розумінні інноваційної ролі мистецтва. Однак це спричинило зворотний процес, що зумовило вихід на авансцену символічної

(Н. Гудмен) та інституціональної (Дж. Дікі) теорій мистецтва.

Деякі аспекти естетичних комунікацій у рекламних технологіях досліджують Е. Сальнікова, Р. Сапенко, Л. Васильєва, А. Ключевська. Окремим феноменом у системі масової комунікації присвячені праці В. Климової, яка вивчає культурфілософський аспект масової культури й особистості, Е. В. Кузнецової, яка акцентує увагу на інституті зв'язків із громадськістю як феномені культури.

Водночас необхідно відзначити домінуючу роль системи «мистецтво – комунікація» в осмисленні художньої творчості й сприйнятті його результатів як процесів створення, передання й перероблення інформації.

Саме тому мета нашого дослідження – здійснити детальний аналіз джерел та наукових досліджень, присвячених комунікативним аспектам мистецтва.

Говорячи про проблему комунікативності й діалогічності естетики й мистецтва, Н. Киященко стверджує, що це «одна з тих проблем, що зі століття в століття сприяла перетворенню імпліцитної естетики в експліцитну, а всі види й роди мистецтв, що формувалися історично, з їхніми специфічними й неповторними мовами конституювала в найважливіші засоби спілкування індивідів, особистостей, етносів, народів, країн і континентів» [5, с. 573].

Досить позитивно він оцінює майбутнє мистецтва й естетики, які, на його думку, в інформаційному суспільстві «через „Всесвітню павутину” Інтернет та інформаційні технології зможуть стати настільки доступними людині майбутнього, що її душа й дух постійно перебуватимуть у стані чуттєво-емоційно й інтелектуально активного життя, що приводить особистість до гармонійного стану душі й тіла, почуттів і духу» [5, с. 574].

Є. Басін вважає, що вивчення комунікативних проблем мистецтва в історії естетичної і філософської думки набуває все більшої актуальності у зв'язку зі значенням, яке набуло дослідження комунікативного аспекту культури в сучасній науці, а також із тим впливом, що має в сучасній естетиці семантичний напрям. Вирішуючи важливе методологічне завдання, що постає перед дослідником комунікативних проблем мистецтва в процесі історичного розвитку філософської й естетичної думки: відібрати ті проблеми, які належать до комунікативних, Є. Басін основним критерієм вважає розгляд мистецтва тими або іншими мислителями з позицій категорії знака й значення, способів репрезентації значення в мистецтві. «Сферу комунікативних проблем можна подати й більш диференційовано, з огляду на те, що значення в мистецтві репрезентується за допомогою різного виду знаків – природних (симптомів, ознак) і штучних. Останні поділяються на образотворчі (образні) й умовні (довільні). У свою чергу образотворчий (образний) спосіб репрезентації значення в мистецтві по-різному реалізується в зображення-копії, у символі, алегорії, метафорі, уособленні, емблемі. Умовний (довільний) знак – це, переважно, слово. Тому проблема „мова (мовлення) і мистецтво” належить до комунікативних. Проблема ця комплексна. Вона передбачає, з одного боку, розгляд словесного мистецтва, а з іншого – мови творів мистецтва. Є й третій аспект: аналіз мистецтва, розглянутого в цілому як мова» [1].

Як основні комунікативні проблеми мистецтва в історії філософської й

естетичної думки він виділяє три проблеми: мистецтво і зображення, мистецтво і символ, мистецтво і мова (мовлення). Є. Басін поділяє позицію тих авторів, які пов'язують висвітлення комунікативних проблем із семантичною філософією мистецтва, таким чином долучивши останню до філософсько-естетичної традиції. Він вважає, що семантична філософія мистецтва міститься не тільки в загальній лінгвістичній орієнтації філософії, характерній для багатьох напрямків західної філософії ХХ ст., і не тільки в деяких особливостях розвитку мистецтва ХХ ст. (абстракціоністські тенденції), а й має свої історичні корені в естетичних вченнях минулого. На підтвердження цієї тези він звертається до аналізу естетичної думки античності, середньовіччя, Відродження, Просвітництва, аж до німецької класичної естетики.

Розглядаючи комунікацію як базовий елемент у структурі людської цивілізації, Г. Почепцов особливе місце приділяє художній комунікації. Здійснюючи пошук зближувальних характеристик, що підкреслюють розходження, двох варіантів породження символічної реальності – художньої комунікації й мас-медіа, дослідник дійшов висновку, що мас-медіа породжує тексти недовговічні, а література й культура – довговічні. На його погляд, це може бути пов'язане з такими особливостями їхнього функціонування: тексти мас-медіа немовби витісняють один одного, завтрашня розповідь про об'єкт для людини буде важливішою, ніж розповідь учорашня.

Водночас художня комунікація породжує тексти альтернативні, а не ті, що витісняють один одного. У її полі можуть співіснувати тексти різного виду, тоді як у полі мас-медіа тексти взаємознищують один одного. Г. Почепцов припускає, що побічно це може бути пов'язане ще й з тим, що тексти мас-медіа, змінюючи один одного, часто розповідають про ті ж об'єкти. Художні ж тексти оповідають про різні об'єкти, тому поняття подібної конкуренції тут стає неприйнятним. «Комунікації мас-медіа ми визнаємо об'єктивнішими, тобто психологічно вони більше відповідають дійсності, художня ж комунікація розглядається суспільством як суб'єктивна. Більше того, кожний із цих полюсів комунікації прагне досягти максимуму: з одного боку – об'єктивності, з іншого – суб'єктивності. В останньому випадку авангардне мистецтво може пропонувати широкій публіці типи повідомлень, які взагалі недоступні дешифруванню, але виконують необхідний стандарт суб'єктивності. При цьому при досягненні стандарту об'єктивності журналісти можуть потрапляти під обстріл, гинути на місці подій, що важко уявити собі у випадку з письменником» [7].

Г. Почепцов акцентує увагу на тому, що художня комунікація принципово відрізняється від комунікації прикладної. Якщо в першому випадку комунікація з'являється багато в чому як самоопис і тільки додаткові інтерпретації дозволяють робити перенесення на дійсність, то комунікація прикладна безпосередньо спрямована на зміну дійсності. Художня комунікація ґрунтується на дійсності, але на складнішому рівні, вона реінтерпретує дійсність, імовірно, в романтичнішому модусі. І досить часто саме вона стає путівником масової свідомості по історії.

Як художньо-комунікативну й культурно-антропологічну систему розглядає мистецтво Т. Круглова. Аналізуючи мистецтво соцреалізму, вона виявляє його

історичні підстави, специфіку дискурсу й соціокультурну роль. Абсолютно справедливо автор зауважує, що культура й мистецтво у ХХ ст. розвиваються не по висхідній лінії, а як чергування різних фаз: виклику модернізації й відповідної реакції на нього. Вона вважає, що зрозуміти консерватизм і модернізм як дві сторони одного процесу – нагальне завдання філософії мистецтва. «Естетичні теорії, які породжувалися магістральною лінією розвитку модерністської парадигми, робили предметом свого міркування інновації, що стимулюють здатність мистецтва видозмінюватися й оновлюватися. Модернізм – постійно відтворена домінанта мінливості над стабільністю, культ новизни. Культура ХХ ст. неминуче мала породити протилежну реакцію, викликану необхідністю стабільності, у певному розумінні – зупинці часу. Уписуючи соцреалізм у загальну консервативну реакцію, не можна повністю розчинити його в ній. Необхідно знайти точне співвідношення всіх естетичних, художніх, загальнокультурних потоків ХХ ст., перетинання яких створило такий тип мистецтва як соцреалізм» [6, с. 5].

У процесі дослідження Т. Круглова характеризує основні ланки художньої комунікації: адресата й автора соцреалізму, виявляючи конструктивну роль адресата в художньому процесі, його вплив на формально-змістові складові радянського мистецтва. У її праці, новій для російської естетики, є комплексна методологія (культурно-антропологічний і інституціональний підходи, принципи «нового історизму», дискурсивний аналіз), що раніше була не достатньо використана для аналізу мистецтва.

Питання соціокультурної комунікації в сучасній художній культурі порушує й російський культуролог В. Грачов. На його думку, сучасний художній простір у системі загальної культури містить у собі власне художнє середовище, твори мистецтва, соціальні й художні комунікації в мистецтві та стає в умовах глобалізації практично цілісним і єдиним. Цілком справедливо вчений стверджує, що цьому сприяє розвиток інформаційних і комунікаційних технологій, які використовуються у сфері сучасної художньої культури. Під художніми комунікаціями він розуміє систему взаємодії між художником, твором мистецтва, корпусом критики, різними художніми інституціями, такими як музеї, галереї, арт-центри, й головне – реципієнтами, що сприймають мистецтво.

Оскільки в сучасних соціокультурних умовах суттєво змінилися функції всіх учасників художнього процесу, взаємодії всередині системи художніх комунікацій і зовнішнім середовищем досить ускладнилися. З урахуванням розробленої ним концепції аксіологічної комунікології художньої культури, В. Грачов пропонує таке її визначення: «Художня культура – це результативна продуктивно-репродуктивна діяльність зі створення її суб'єктами художніх цінностей і антицінностей, трансльованих у соціальному просторі й часі за допомогою художніх комунікацій» [4]. Уточнюючи це твердження, автор підкреслює, що його розуміння й визначення художньої культури підсилює значення інтегративної функції соціокультурних комунікацій.

Соціологія мистецтва, яка вивчає художню культуру й художнє життя суспільства, також робить свій внесок в осмислення сучасних художніх процесів.

М. Глозов пропонує схему системного аналізу художнього світу суспільства, соціальних спільнот і особистості. Поєднуючи поняття «художня культура» і «художнє життя», учений презентує нову інтегративну категорію – «художній світ». «Загалом художній світ суспільства як системи можна представити трьома основними компонентами: соціальні функції мистецтва, художня культура суспільства й художнє життя суспільства. У цій системі соціальні функції мистецтва постають як системотвірний фактор, художня культура суспільства виражає його художній світ у статичності, а художнє життя – у динамічності. Кожний з основних компонентів художнього світу суспільства, у свою чергу, становить систему зі специфічно властивою їй структурою. Так, структуру основних соціальних функцій мистецтва становлять: пізнавальна, ціннісно-орієнтаційна, творча, комунікативна й гедоністична функції, серед яких остання відіграє роль цементувальної» [2, с. 127].

Визначаючи художню культуру суспільства як систему соціальних інститутів, М. Глозов виокремлює як основні структурні блоки-компоненти її будови такі: художнє виробництво, художню комунікацію, художнє пізнання, художню критику й художнє споживання. Структура ж художнього життя суспільства, на його думку, має бути ізоморфна структурі його художньої культури. «Головне розходження між будовами художньої культури і художнього життя суспільства полягає в тому, що елементами першої постають соціальні інститути, а другої – соціальні процеси» [2, с. 127].

Розглядаючи художній світ соціальної спільноти й особистості, учений розрізняє дві його сторони: зовнішню й внутрішню. Зовнішньою стороною, на його думку, є актуальний художній світ суспільства, тобто та навколишня соціальної спільноти й особистості художня реальність, яку вони опанували, опановують або яку необхідно опанувати. Внутрішня сторона художнього світу соціальної спільноти й особистості – це єдність їхніх художніх потреб, художнього потенціалу та художньої діяльності.

Системи внутрішнього художнього світу соціальної спільноти й особистості можуть бути представлені трьома компонентами: художні потреби, художній потенціал і художня діяльність. Роль системотвірного фактора в цих системах виконують відповідно художні потреби соціальної спільноти й особистості; вираженням статичності їхнього художнього світу є їхній художній потенціал, а його динаміки – їхня художня діяльність.

М. Глозов звертає увагу на те, що стосовно будови внутрішній художній світ соціальної спільноти й особистості – явища гомогенні, тому, щоб мати уявлення про структуру художнього світу соціальної спільноти, достатньо з'ясувати структуру художніх потреб, художнього потенціалу й художньої діяльності особистості. «Розбіжності між художнім світом соціальної спільноти й художнім світом особистості будуть не структурними, а змістовими, зумовленими специфікою тієї соціальної групи, членом якої на цей момент особистість є. У свою чергу, у змісті художнього світу особистості має висвітлення своєрідності художнього світу тих соціальних спільнот, членом яких вона була або є в конкретний момент» [2, с. 128].

Визначаючи систему художніх потреб особистості, дослідник презентує чотири потреби, кожна з яких становлять дві художні потреби. Так, потребу в сприйнятті

художніх творів становлять потреби їх безпосереднього й співтворчого сприйняття; потребу в художньому пізнанні – потреби в художній і мистецтвознавчій інформації; потребу в художній оцінці – потреби в індивідуальній і соціальній оцінці; потребу у створенні художніх творів – потреби оригінальної й репродуктивної творчості.

Автор упевнений, що запропонована ним схема системного аналізу художнього світу суспільства, соціальних спільностей і особистості розкриває онтологічний аспект їх дослідження соціологією мистецтва, що має важливе методологічне значення для двох інших аспектів – морфологічного й історичного.

Особливо хотілося б відзначити наукове дослідження М. Царьової, що звернено до актуальної проблеми, яка перебуває на стику естетики, культурології, соціології й літературознавства, – вивчення фігури письменника як суб'єкта комунікації. Особливість методологічного підходу полягає в тому, що автор не обмежується тільки вивченням естетичних властивостей твору, але виявляє складну систему відносин між суспільством і літературним продуктом.

На прикладі художнього життя сучасної Франції М. Царьова намагається дати визначення письменника не з позицій створених ним творів, а стосовно виявлення його можливих типологій і статусів за принципом великі/маргінальні, одинаки/послідовники й так далі, з урахуванням культурних традицій країни. В її концепції письменник, будучи основною фігурою в літературному процесі, розміщується в рамках літературного поля з урахуванням його функцій і дефініцій. При цьому письменник презентується не тільки як автор твору, але і як агент цього поля. М. Царьова пропонує розмежування письменників-творців і письменників-професіоналів, а також письменницького статусу за принципом співвіднесення письменник – літературне поле й письменник – суспільство.

У підсумку М. Царьова дійшла висновку, що «функціонування творів мистецтва в художній культурі ХХ ст. відзначено складним поєднанням естетичних факторів і механізмів ринкової економіки, симбіозом художньої цінності твору й специфічних прийомів продюсерської діяльності. Затребуваність твору мистецтва й масовий успіх письменника народжуються в результаті перетину різнорівневих форм впливу: художньої волі автора, почуття кон'юнктури продюсера, рухливих настанов соціальної психології – як усвідомлених, так і неусвідомлених» [8].

Проблему двох найфундаментальніших концептів соціологічного аналізу – роль і статус художника в історичній ретроспективі – порушує у своїй статті і М. Горностаєва, яка розглядає поняття таланту в контексті соціального часу й структури ідеології геніальності. Аналізуючи сучасний світ мистецтва, дослідниця звертає увагу на те, що «статус, який зріс, і автономія, що пов'язують із авангардною роллю художника, ускладнили як процес передання навичок, так і формування професійної ідентичності художників. Традиція постійного новаторства не пропонує ніякого об'єднувального теоретичного корпусу або спрямовувальних стандартів практики, – і точно так не існує консенсусу щодо яких-небудь центральних навичок майстерності, раніше властивих навчанню в цій сфері. Таким чином, студенти-художники звертаються до своїх викладачів переважно за схваленням, щоб одержати терапевтичне підтвердження тому, що те, що вони роблять, є мистецтвом. У цьому

підтвердженні великої впевненості немає, тому що авторитет і влада вчителів настільки ж нестабільні, як і успіх будь-якого останнього „модного стилю”» [3].

Поняття соціальної ролі, на думку М. Горностаєвої, безпосередньо підводить до того факту, що художники творять не на самоті, а завжди в контексті взаємодій у соціальних взаєминах, а здатність виконувати роль передбачає навчання технічних аспектів цієї ролі, а також соціалізацію стосовно мотиваційної прихильності цієї ролі.

Висновки. Таким чином, проблеми комунікативності мистецтва у просторі сучасної гуманітаристики розвиваються у двох напрямках: по-перше, мистецтво як особливий вид комунікації, зі своєю мовою, засобами, реципієнтами; по-друге, мистецтво як система соціальних інститутів, в межах якої здійснюється комунікаційний процес. І якщо перший напрям давно і плідно вивчався, у деяких аспектах починаючи з античної традиції, то другий напрям є досить новим. Адже, на наш погляд, не можливо віддати пріоритет тому чи іншому вектору дослідження.

Подальшого розвитку потребують обидва напрями. З одного боку, мистецтво як засіб комунікації розвивається на кожному новому цивілізаційному витку, опановуючи сучасні технології для збагачення своєї мови, засобів виразності, методів впливу на реципієнта. З другого боку, воно стає потужною частиною економіки сучасних держав, що безумовно потребує удосконалення, а відповідно, і вивчення можливостей мистецтва як особливої системи виробництва, обігу і споживання художнього продукту, у якій комунікація відіграє провідну роль.

Література:

1. *Басин Е. Я.* Искусство и коммуникация (очерки из истории философско-эстетической мысли) / Е. Я. Басин. — М. : Моск. обществ. науч. фонд : Изд. центр науч. и учеб. программ, 1999. — 240 с.
2. *Глотов М. Б.* Границы предмета социологии искусства / М. Б. Глотов // Социол. исслед. — 1999. — № 1. — С. 122–130.
3. *Горностаева М. В.* Художник как социальный актор: к дискурсу в современном обществоведении / М. В. Горностаева // Социол. исслед. — 2008. — № 1. — С. 97–105.
4. *Грачев В. И.* Социокультурная коммуникация как объект информационно-аксиологического анализа в современной художественной культуре [Электронный ресурс] / В. И. Грачев. — Режим доступа: http://lib.herzen.spb.ru/text/grachov_8_41_69_75.pdf. — Загл. с экрана.
5. *Киященко Н. И.* Эстетика — философская наука / Н. И. Киященко. — М. : Вильямс, 2005. — 592 с.
6. *Круглова Т. А.* Искусство соцреализма как культурно-антропологическая и художественно-коммуникативная система: исторические основания, специфика дискурса и социокультурная роль : автореф. дис. ... д-ра филос. наук : спец. 09.00.04 «Эстетика» / Круглова Татьяна Анатольевна ; Урал. гос. ун-т им. А. М. Горького. — Екатеринбург, 2005. — 46 с.
7. *Почепцов Г. Г.* Теория коммуникации [Электронный ресурс] / Г. Г. Почепцов. — Режим доступа: http://polbu.ru/pochepcov_communications. — Загл. с экрана.
8. *Царева М. С.* Писатель и институты художественной жизни современной Франции : автореф. дис. ... канд. филос. наук : спец. 09.00.04 «Эстетика» / Царева Мария Сергеевна ; Федерал. гос. науч.-исслед. учреждение «Гос. ин-т искусствознания». — М., 2008. — 25 с.