

„МАСОВАТА КУЛТУРА“, НЕЙНАТА АГРЕСИЯ НА ЗАПАД И ОТНОШЕНИЕ КЪМ НАС

Огнян Сапарев

Понятието „масова култура“ се използва отдавна в буржоазния печат (а напоследък все повече и в социалистическия), функционирайки в различен смисъл, което допълнително увеличава неразбирателството и настройва скептично към самия проблем.

Може би най-разпространена е употребата на това понятие в по-тесен (естетически) смисъл — като качествена, предимно негативна характеристика на културната продукция за всекидневна масова естетическа консумация без особени художествени и интелектуални претенции или достойнства, при което се подчертава нейната безличност и стереотипност, нетворчески начин на създаване, конвейерност на обработка, масовост на разпространение, лека консумативност и краткотраен живот.

Тази употреба на понятието „масова култура“ е най-близко до явлението, което ще разглеждаме. Но и тя се нуждае от известни допълнения и уговорки. Масовата култура е сложен „многофакторен“ комплекс от причини и следствия, чието изследване е допълнително усложнено от динамичната му природа. Затова явлението „масова култура“ може да бъде разбрано само при един многофакторен аналитичен подход. Тя е не само качествено определена естетическа (или естетикоподобна) продукция, но и динамичната, трудно определима обществено-психологическа рамка на нейното консумиране. Масовата култура е израз и носител на нови исторически процеси както в общоестетическата сфера, така и в ценностната естетическа ориентация на публиката. Тази многофакторност на явлението изкушава към екскурзии в близкото или далечно минало, където могат да бъдат открити корените на отделни негови черти. „Историята на модерното популярно изкуство започва около средата на миналия век, когато се появява идеята за художествената наслада като почивка и надделява желанието изкуството да бъде средство за разтоварване, а не средство за концентрация, средство за забава, а не за образование и задълбочаване.“¹

В съвременния си вид обаче масовата култура се появява между двете световни войни (най-напред в САЩ, а след това и в развитите европейски страни). Някои, като например френският изследовател и теоретик на масовата култура Е. Морин, го прецизират в 30-те години.

Такава, каквато е, буржоазната масова култура, е плод на специфичните обществено-икономически условия в съвременните капиталистически страни. Но в някои типологически аспекти масовата култура е явление, което става все по-актуално и за нас. „Технизацията“ на културата, безпрецедентното разши-

¹ А. Hauser, *Filosofija povijesti umjetnosti*, Zagreb, 1963, стр. 241.

ряване и демократизиране на естетическата сфера в условията на съвременната промишлено-урбанистична цивилизация имат и своите по-обща проблеми. Затова едно критично, диференцирано и непредубедено разглеждане на проблемите на масовата култура от марксистическа гледна точка е не само необходимо, но и твърде наложително. В някои социалистически страни има сериозни постижения в тази насока.

Въпреки че явлението „масова култура“ като цяло представлява обект на социологията на културата, то позволява и един по-тесен естетико-социологичен подход, който ще бъде използван в тази статия, посветена на по-общите естетически и социално-психологически проблеми на масовата култура, някои от които до известна степен могат да се окажат актуални и за нас.

Появата и развитието на масовата култура се обуславя от редица фактори. По-важни са: разпространението на образованието, което създава огромна аудитория от грамотни и поне елементарно образовани хора. Не е без значение и фактът, че образованието непрекъснато се утилитаризира. Докато отначало е било насочено предимно към „общата култура“, днес все повече се професионализира и специализира, все повече изоставя грижата за „общата култура“ на самообразованието през свободното време, което до голяма степен значи — на масовата култура;

урбанизацията, която събира в градовете огромни човешки маси, откъсвайки ги от локалната им фолклорна култура. Тези маси трябва да бъдат интегрирани. Спрямо тях, макар и по различен начин, масовата култура изпълнява същата функция, която е имала фолклорната култура в предишната им среда. Този проблем е бил особено болезнен в САЩ, където многобройните преселници са носели различните културни традиции на своите националности. Карриерата на киното в САЩ (периода на т. нар. „никелодеони“) е свързана с успеха му като достъпно и евтино зрелище за емигрантите, които често не са знаели езика на страната;

техническата революция на XX век, плод на която се средствата за масова комуникация. Ролята на техническата революция обаче не е само в това. Нейни последици са и тясната професионализация, някои форми на „техническо отчуждение“, известна деинтелектуализация. Тези фактори допълнително увеличават необходимостта от масова култура за поддържане на психически баланс със средата, тласкат индивида към по-леките форми на участие в културата;

ограничаването на работното време и увеличаването на регламентираното свободно време;

повишаването на материалното благосъстояние на широки кръгове потребители, а с това — повишаване на интереса към частния живот и консумацията. Масовата култура съответствува на живот, в който са задоволени елементарните нужди, когато на мястото на борбата за съществуване идва желанието животът „да се живее“.

Разбира се, връзката е двустранна. Буржоазната масова култура се базира на човека-консуматор, но и сама го създава. В края на краищата тя е продукт на господството на определена класа и служи за поддържане на това господство. Тя пропагандира определени ценности и идеали, образци на живот и консумация, зад които винаги може да се открие идеологически потенциал. Затова едно разглеждане от естетико-социологична гледна точка не може да отмени и тези въпроси.

МАСОВАТА КУЛТУРА КАТО ЕСТЕТИЧЕСКО ЯВЛЕНИЕ

„Масовата култура е несъмнено първата култура в историята на света почти без изключени естетическа.“¹

1. ПРИНЦИП НА ОБЩИЯ ЗНАМЕНАТЕЛ

Изкуството винаги се е създавало в едно непрекъснато напрежение между инерцията на масовия вкус и новите търсения на творците. За да задоволи определени потребности у публиката, изкуството трябва да се съобрази с вкуса и възможностите на аудиторията си, за да я възпитава и развива, неизбежно влиза в конфликт с тях. Без това напрежение изкуството би деградирало. Както много точно отбелязва в едно интервю Михаил Ром: „Инертността на зрителя понякога е също такъв необходим елемент за развитието на изкуството, какъвто е революционността на творца.“²

Масовата култура се стреми да избегне всеки — естетически, етически или идеологически — конфликт с публиката. Стремекът към масовост на аудиторията налага търсенето на един общ знаменател на интересите и възможностите на публиката. Това на практика означава:

стремек към максимална комуникативност (избягване на сложни формални търсения и жанрови конструкции), насочва към общоприетите и утвърдени стереотипи;

стремек към привидна деидеологизация. Това не означава, че масовата култура е аполитична — дори привидният отказ от пропагандиране на идеология може да бъде идеология. Конкретни социологически изследвания на различни буржоазни социолози от Европа и Америка разкриват политическия потенциал на масовата култура, осъществяван най-често чрез пропагандиране на фаталистична жизнена философия или съответен подбор на „черните“ характери. . . Сексът хладнокръвно и внимателно се дозира до максималната, допускана от цензурата степен — различна за различните страни;

насочване към най-универсалните човешки интереси и прояви.

Стандартизирането никога не може да отиде много далече, защото ще отблъсне зрителя. Това принуждава масовата култура да бъде невероятно гъвкава и изобретателна. За да сведат рисковете до минимум, продуцентите използват системата на звездите и сериите. Името на звездата или серията гарантира априори качеството, ориентира в избора, създава определена нагласа. . .

2. МАСОВАТА КУЛТУРА И ИЗКУСТВОТО

„Художествената творба не възниква в празното пространство на някакъв произрачен свят; художественото творчество е динамично-диалектичен, преплетен с целостта на живота акт, който трябва да се утвърди практически — той най-разнолично се докосва и свързва с нехудожествените и псевдохудожествените явления.“³

Между отделните видове изкуства, а още повече между отделните жанрове обикновено се създава определена иерархия. Разбира се, тя е променлива и конкретно-историческа.

¹ Edgar Morin, *Duch czasu*, Kraków, 1965, стр. 75.

² В. Народна култура, 13, I, 1968.

³ A. Hauser, *цит. съч.*, стр. 199.

Известно е, че доскоро киото не беше признавано от много интелектуалци. Не са минали много години от времето, когато Анатол Франс е твърдял, че киото означава ако не упадък на културата, то поне криза на изкуството.

Сравнително най-рано се извършва „нобилитацията“ на криминалния жанр. Той е необичайно популярен сред интелектуалците — между неговите почитатели са Б. Ръсел, А. Жид, Елиът и други. Още не е достатъчно „реабилитиран“ приключенският жанр. Напоследък някои критици отбелязват тенденция за „признаване“ на комиксите.

Изобило динамиката на отношението към всяко доведено дете в изкуството е от непризнаване към признаване, от „неблагородност“ към „благородност“. Това е обяснимо. Естетическият характер на съвременната аудиовизуална култура предизвиква тотално разширяване на границите на изкуството, увеличава „търпимостта“ към пришълците.

Невъзможно е да се прокара рязка граница между масовата култура и значителното изкуство. Самата масова култура е нееднородна, предлага широк диапазон от качествени равнища: от долнопробния кич до сериозни постижения в рамките на жанра, спрямо които като че ли е неуместна употребата на термина „масова култура“. Въпросът не е само до таланта — явно е, че Конан Дойл или Агата Кристи превъзхождат по талант много писатели, признати като автори на „сериозно“ изкуство. Едно несполучливо проблемно произведение не е масова култура, колкото и да е слабо.

Разграничаването винаги ще бъде толкова по-относително, колкото се стреми да бъде по-точно. Все пак е възможно, макар и в общи линии. Към масовата култура причисляват фотороманите и комиксите, развлекателно-информативните вестници и журнали, сантименталната „преса на сърцето“ (особено популярна сред френските жени), псевдоисторическите и митологическите зрелища, ситуационните весели комедии, мелодрамите, семейните серии по телевизията, шлагерната музика, водевила и оперетата, по-голямата част от криминалната и приключенската продукция. Освен това масовата култура може да бъде определена проблемно-тематично и структурно, а също и откъм психология на възприятието (това ще бъде направено по-нататък). Донякъде масовата култура се покрива с това, което наричаме забавно и развлекателно изкуство, но и тук има някои качествени особености: обикновено избягва острото сатирично изображение, предпочита по-лекия хумор, който винаги е по-толерантен към вечните човешки слабости, свежда човешките и социалните конфликти към абстрактния вечен конфликт на доброто и злото.

Масовата култура умее да се възползва от успехите на изкуството. След всеки успех на хубава творба, открила значителна тема, към нея се насочват създателите на масова култура, които започват да експлоатират интереса на публиката. Този недоказуем и „узаконен“ грабеж на информация Н. Винер нарича „клише на информацията“: „... широкото разпространение на клишето не е случайност, а е вътрешно присъщо на природата на информацията.“¹ Информацията е продукт на процес, тя не може да бъде натрупана и съхранена, без да се понижи стойността ѝ.

Експлоатирайки безогледно всяко интересно проблемно-тематично откритие в изкуството, масовата култура бързо го амортизира. По този начин тя върши и известна полезна работа, принуждавайки изкуството да търси, поставя нови задачи пред въображението на творците. Не трябва да пренебрегваме обаче и обратната страна на медала. По всяка вероятност една от субективните причини за драстичните крайности на някои съвременни модернистични търсения е желанието за опозиционно обособяване от масовата култура, което понякога стига

¹ Н. Винер, Кибернетика и общество, М., 1958, стр. 126.

до истерични снобистични реакции. Това не е без значение и за успеха на модернистичния кич, който се стреми да епатира богатите клиенти, демонстрирайки предизвикателни „антисхеми“ и „антистереотипи“: на разбираемостта противопоставя пълната неразбираемост, на общоприетите стереотипи — субективистичен произвол, на зализаната красивост — ефектна грозота, на сладостното потъване в илюзията — шока на изненадата и възмущението и т. н.

Проблемът „масова култура“ е обикновено налице още в замисъла на автора, който решава да създаде произведение занимателно и максимално достъпно, без да има особени художествени амбиции. В процеса на работа има едно основно съображение, на което и подчинява творбата проблемно, композиционно и стилово: как да хареса на възприемателя. В този смисъл творбата е не спонтанен творчески акт, а хитруване с възприемателя. Започва гонитба за красивост на всяка цена, търсене на ефекти, които предизвикват умиление и разчувствуват; подчертана непретенциозност. Авторът сам не си вярва, а и не скрива това.

Значителните съвременни произведения безпокоят, задават тревожни въпроси, призовават към преоценка на традиционните ценности, към активно отношение към живота. Обикновено са критични, показват отговорността, която лежи днес върху всеки човек. Произведенията на масовата култура успокояват, развличат, предлагат готови отговори-формули, убеждават в достъпността на щастието и леснотата на успеха днес, тук, сега.

Между масовата култура и сериозното изкуство съществуват сложни отношения на привличане и отблъскване, обусловени от съответната „специализация“ в задоволяването на човешките потребности. До известна степен например фабулната занимателност на масовата култура е реакция-компенсация срещу тенденцията към изоставяне на причинно-следственото повествование в сериозното съвременно изкуство. По-рано литературата — както „голямата“, така и второстепенната — даваше на читателя естетически преживявания чрез жива и дори сензационна фабула; тя беше синтез на историческо, социологическо, дори природно-географско знание за света. Сега е настъпила „специализация“ в задоволяването на тези потребности, „децентрализация“: високохудожествена и масова литература, научно-популярна и мемоарно-документална. Естествено е едно добро развлекателно, неп проблемно произведение да бъде предпочетено от публиката пред измъчено псевдопроблемната творба. Това доказва и практиката.

Процесът в киното е аналогичен, но поради необходимостта от по-масова аудитория тук „агресията“ на масовата култура е по-силна. Да вземем за пример зрелищният филм. Докато преди гигантски зрелища бяха главно историческите и митологическите филми, сега все повече такива са и вестернът, и музикълът, а понякога и сериозни художествени творби („Фараон“, „Пепелища“, „Война и мир“ — трета серия).

Днес съществуват кинотеатри за „нормални“ филми и за широкоформатни зрелища. Има разлика в произвеждането им, в естетическите им принципи. И все пак това не са два вида кино. Тяхната художествено-качествена разлика е резултат от различното количество използвани технически средства, от различната драматургична структура. Зрелищният филм използва максимума от технически средства, достъпни на съвременното кино. На нов технически етап той връща към триковете на Люмиер, към панаирджийските традиции на магичния подвижен образ. Но поради излишъка от визуални възможности, неовладени и неорганизирани в достатъчна степен, той се оказва неспособен за сериозен анализ на човешката история и на психологията на героите. Ключови са винаги зрелищните сцени, те заемат по-голямата част от времето, затова интригата по необходимост е схематизирана и сведена до предлог, психологията на героите е само набелязана. Пренебрегнатите структурни елементи си отмищават: зрелищните

сцени придобиват характер на илюстрация, а въпреки физическото движение на героите такъв филм изглежда тромав и статичен. Някои автори сполучливо сравняват зрелищния филм с операта, където детайлно разработените дълги арии изгласват на заден план словото и действието, свеждайки ролята им до претекст, до „необходимо зло“.¹

Авангардното изкуство също се съобразява с интереса на публиката към масовата култура и използва някои нейни елементи — разбира се, като ги преосмисля. Сериозните филми все по-често са неравнодушни към митовите и иконологията, смятани за специалитет на масовата култура: те се оказват твърде удобни като материал за вторично преосмисляне и демитологизация.

ОСОБЕНОСТИ НА ХУДОЖЕСТВЕНАТА КОМУНИКАЦИЯ

1. СТРУКТУРА НА ХУДОЖЕСТВЕНАТА КОМУНИКАЦИЯ

Произведението на изкуството съществува под формата на своите многобройни конкретизации. Те са подобни, защото се реализират на базата на инвариантното физическо битие на творбата (текст, образ и пр.), но не са идентични, защото историческата и класова принадлежност, подготовката, вкусът, нагласата и пр. на възприемателите са различни: „художественият ефект като цяло възниква от съпоставката на текста със сложния комплекс жизнени и идейно-естетически представи“². Затова конкретизациите могат съществено да се различават. Творбата е сложна и многопластова структура, която може да бъде осмислена на различна дълбочина. Взаимодействието творба-възприемател е динамичен процес, при който творбата се стреми да наложи на възприемателя своя „модел“ на света, своята гледна точка, но последна дума има възприемателят. Затова всяка творба може да бъде възприемана поне по два начина: съответно или несъответно на вложената идея. Последното е по-лесно при творби, в които авторското присъствие е скрито зад привидна обективност, а съдържащото има елементи на пикантност и сензационност. Често по такъв начин например се четат някои разкази на Мопасан.

Право да говорим именно за художествена комуникация ни дава фактът, че художникът винаги има предвид една (по-широка или по-ограничена) аудитория, с която иска да осъществи контакт. Контактът е възможен само ако декодиращият познава кода на съобщението. Не е все едно дали художникът ще „програмира“ творбата си за болшинството или само за тези, които имат неговото равнище на подготовка.

При определена степен на абстракция отношенията между изкуство и действителност могат да се разглеждат като отношение между обект и модел — т. е. изкуството може да се разглежда като моделираща система (за модела е свойствено аналогично, а не тъждествено отношение към обекта).

„Моделът в изкуството (произведението на изкуството) е само елемент на по-сложна структура, съществуваща само в отношение към такива понятия като „модел на света“ и „модел на авторовата личност“. . . произведението на изкуството е едновременно модел на два обекта — явленията на действителността и личността на автора.“³

Въз основа на своя талант, знание, опит, мироглед художникът строи (най-често интуитивно) „модел“ на действителността, съобразен с актуалните художествени конвенции, присъщи на изкуството в определения исторически момент.

¹ Сп. Kino, 1968, № 7, стр. 17.

² Ю. Лотман, Лекции по структуральной поэтике, Тарту, 1964, стр. 52.

³ Пак там, цит. съч., стр. 33.

Моделът на действителността в произведението на изкуството (или поне на тези изкуства, които ни интересуват тук) най-често включва два основни пласта: изображение на ограничен човешки персонаж (обикновено един главен герой и няколко второстепенни) и изображение на някаква природна и обществена среда. Разграничаването на „модел на средата“ и „модел на героя“ е необходимо, защото всеки един от тях има своя специфика на осмисляне и въздействие.

Средата се възприема по принципа на проекцията (пренасяне на нашите мечти, желания, стремежи) особено ако е живописно-екзотична. При възприемането на „модела на героя“ в рамките на проекцията се осъществява и идентификация. Оптималните условия за идентификация според Е. Морин са правдоподобността (но идеализирана); симпатични герои; близост на третираните проблеми до зрителя.

Най-сложно е постигането на модела на личността на автора. Именно то е присъщо на адекватното художествено възприемане: тогава художествената комуникация се осъществява с минимален шум в канала на съобщението. Но това при масовата култура почти не се случва. Първо, защото огромната маса от публиката не е подготвена да възприеме информацията, която носи самия начин на организиране на творбата („информацията на кода“). Вниманието на „масовия“ възприемател е насочено към интригата и съдбата на главния герой. Второ — защото произведенията на масовата култура са твърде стереотипни и често пъти безлични като творческа индивидуалност.

Различните типове творби предразполагат към възприемане по линията на различните „модели“. Например авторски филми от типа на „Фелини 8¹/₂“ се възприемат главно по линията „модел на авторовата личност“. При зрелищния филм (исторически, митологически, научно-фантастичен, мюзикъл и пр.) доминира „моделът на средата“. При произведенията със съвременна тематика, а понякога при вестерна и криминалния жанр преобладава „моделът на героя“.

Основният проблем, който се налага във връзка с „модела на средата“ при разглеждане на произведенията на масовата култура и заслужава отделно разглеждане, е екзотиката.

Интересът към екзотичното е стар почти колкото човека. В различните епохи той е приемал различни форми, но винаги е бил израз на човешката любознателност. Характерът на екзотиката, която предлага съвременна аудиовизуална култура, е информационно познавателен, рекламно-туристически и компенсационно-антиурбанистичен (засилен интерес към примитивното). Характерни за масовата култура са последните две форми.

Екзотиката е една от най-атракционните и привлекателни черти на масовата култура. Под екзотика разбираме информацията за необикновени и непознати (за нас!) природа, хора, обичаи, костюми, съоръжения. Екзотиката е винаги нещо относително, защото е екзотика за някого. Джунглите и тропическите зверове са екзотични за нас, докато за туземеца са пълно с опасности ежедневието. Показателна е например промяната на отношението ни към нашите собствени народни песни, танци, обряди, битови предмети, които успоредно с урбанизирането започват да ни изглеждат все по-екзотични. Особено кукерите. . . Тази необичайност, характерна за екзотиката, може да бъде плод на дистанция в пространството (Индия, Африка, Полинезия), както и на дистанция във времето — напред или назад (исторически и научно-фантастични книги и зрелища). Към екзотиката в някои случаи спада и разкриването на „подземния“ свят на гангстерите в различните „черни“ романи и филми, които ни познават с явления, съществуващи в нашия цивилизован свят, но все пак непознати и тайнствени. Притегателната сила на определен тип екзотика се експлоатира от разнообразните „филми на ужасите“ с техния реквизит от чудовища, скелети и привидения. Тази спекулация с екзотиката на надреалното и мистериозното обикновено има

за цел да достави тръпка на похабени и безчувствени към по-деликатно въздействие нервни системи. Предшественик на този тип екзотика е както черният „готически“ роман, така и народните „панаирджийски“ традиции (Гран Гиньол и пр.).

Най-адекватната форма на представяне на екзотичното е визуалната. Защото екзотичното е преди всичко характеристика на външния вид на обекта. Никакво описание не може да даде тази представа за вида на непознатите и необикновени предмети, животни или хора, както образът — а в това отношение филмът, и то цветният (игрален и документален).

Интересът към екзотичното е преди всичко познавателен: но още Аристотел подчертаваше, че познанието носи удоволствие. Възприемането на екзотичното обикновено има характер на проекция с подчертано компенсационно значение. Важен психологически мотив тук е желанието за „бягство“ от урбанизма и нормите на цивилизацията: действа принципът на контраста. Привлекателно е далечното, различното, непознатото. . .

Основен носител на екзотичното е природата. Отдавна природата се използва като противопоказател на социалното отчаяние, като възраждаща човека естественост. Екзотичното зрелище носи и самостоятелна живописна красота — красота на багрите, на пейзажа, на движението. Много често екзотичната среда обуславя касовия успех на посредствени продукти на масовата култура (например „Дуел в джунглите“). За зрителите на „Заветът на инката“ не беше без значение възможността да видят снимки на автентичния легендарен град на инките — Мачу Пикчу.

Обикновено явление е филмът да се стреми да включи екзотиката в системата на елементите, привличащи зрителя. Подбира се красив пейзаж; търси се предлог да се вмъкне в действието някакъв екзотичен танц, обред и пр. на примитивна племенна или фолклорна култура; историческите филми най-често се превръщат в маскарад, в костюмни ревюта.

Екзотиката не е виновна за това, че с нейната атракционност и привлекателност се спекулира. Сама по себе си тя има само достойнства — както познавателни, така и чисто естетически. Тя е израз на вечния човешки стремеж към непознатото и загадъчното; тя носи малко странната красота на чудноватото. Нейното опошляване е свързано с фалшифицирането ѝ, с прекалено честата и евтина спекулация с нея.

Особено много за опошляването на екзотиката съдейства използването ѝ за рекламни цели: в рекламно-туристическите списания екзотиката по правило е крещящо-цветна, сладниково-усмихната и любвеобилна. В цветните фотоси на преден план често „бленува“ в подходящо неглиже някоя „екзотична“ дългобедрна особа. . . Поради връзката с туризма екзотиката на масовата култура все повече се свързва с еротиката: страстни „вахинета“ в тръстикови мини-поли канят многообещаващо към Хавайските острови; бикинирани красавици с великолепен тен призовават към приятна почивка на „Златните пясъци“. Свързват желанието да видиш с желанието да изпиташ и преживееш. . .

Екзотичното може да бъде и функционален момент с важно естетическо значение за творбата. Много сполучливо е използвана екзотиката на фолклорното в лирично-философския филм на Параджанов „Сенките на забравените прадеди“. И тъкмо защото екзотичното е такова единично, което е особено, то се оказва подходящ изразител на общото — т. е. на „вечните истини“. Това е един много важен момент във функционалната характеристика на екзотичното в изкуството. Тъкмо защото е „из ряда вон выходящее“ екзотичното се оказва подходящ елемент в многозначни параболични конструкции — различни приказки, притчи, легенди, гротески. Още Белински (макар и по друг повод) беше обърнал внимание на това, че макар болшинството англичани да са съвсем обик-

новени хора, именно оригиналт и чудаът англичанин най-точно изразява характерните черти на нацията си.

Основните проблеми, които налага разглеждането на „модела“ на героя“ в масовата култура, са свързани с понятията мит, проекция и идентификация (митологията на „звездите“ и стремежа у младежката публика да им подражава).

Още първите бегли проучвания на зрителя преди повече от четвърт век потвърждават убеждението, че младежта е склонна да копира от известните кинозвезди не само начин на обличане, но и модели на поведение, особено в еротично отношение. За съжаление днес общите есеистични разсъждения върху този факт рядко са подкрепени с конкретни проучвания. Затова е много поучително изследването, направено от един западногермански социолог сред 4000 ученика от 10 до 18 години от различни обществени слоеве.

Авторът установява, че за около 70 процента от изследваните младежи „звездите“ са чести образци по отношение на моралните норми, поведението и външния вид. Кулминационният момент на този култ според западногерманския социолог е за момчетата между 15 и 16 години, а за момчетата между 17 и 18 години. Неговите изследвания показват, че култът към „звездите“ е толкова по-силен, колкото е по-слабо въздействието на първичните образци (родители, възпитатели) върху личността, колкото по-пуст е животът на младежта и по-голяма пропагата между очакванията от живота и възможностите за тяхната реализация.¹

Със структурните модели на средата и героя е свързан по-общият идеологически модел на предлаганите ценности и образци, който се реализира чрез тях. Това е, най-общо казано, „светът на масовата култура“. Той ще бъде разгледан по-подробно в раздела „Масовата култура и ценностната ориентация на личността“.

II. ЕСТЕТИКА НА ТЪЖДЕСТВОТО И ЕСТЕТИКА НА ПРОТИВОПОСТАВЯНЕТО

Най-острите обвинения на буржоазните критици срещу масовата култура са отправени към естетическото ѝ равнище. С критиката от политически и етически характер авторите от социалистическите страни подчертават и липсата на оригиналност, високата честота на стереотипи, лесната предвидимост, почти задължителния благополучен финал. Тези обвинения са убийствени от гледна точка на съвременните разбирания за художественост.

Но художествеността е историческо понятие, което зависи от съответствието на творбата с актуалните художествени конвенции. Не всички художествени системи са свързвали оригиналността с естетическите достойнства на произведенията. Например за фолклора, средновековното изкуство, комедия дел'арте, класицизма — ценността на творбата се е свързвала по-скоро със съблюдаването на някои ритуализирани правила на повествование, с използването на постоянни епитети, метафори, стилово-композиционни похвати и цели текстови „панели“ (за начало, финал, ретардация, паралелизъм и пр.). И това не е дразнело слушателите.

В своята крайно интересна книга „Лекции по структуральной поэтике“ съветският теоретик Ю. Лотман² въвежда два термина, които биха могли да бъдат използвани плодотворно при анализа на художествената комуникация. Ю. Лотман смята, че всички произведения на изкуството могат да се разделят на два типологически вида.

¹ Вж. К. Zygułski, *Sociologia filmu*, W-wa 1966, стр. 115—118.

² Ю. Лотман, *цит. съч.*, вж. стр. 172—183.

Първият клас са художествени явления, чиято структура е предварително дадена и очакването на слушателя се оправдава от цялостната постройка на произведението (паралелност между очакване и предлагане). Разрушаването на очакваната структура би довело до убеждение за ниското качество на творбата, за неумението или даже за греховната дързост на автора. Лотман нарича тази съвкупност от принципи естетика на тъждеството. Тя се базира на отъждествяването на изобразените явления от живота с вече известните на аудиторията „правила“ на моделите-шампи. (Да не се забравя, че шампите в изкуството са отрицателно явление само в определени исторически и структурни аспекти). Гносеологическата природа на естетиката на тъждеството се състои в това, че разнообразните явления се познават чрез приравняването им към определени логически модели: художникът отхвърля като несъществено индивидуалното своеобразие, свеждайки явлението към неговата същност, а същността — към един от готовите гносеологически модели. Необходимата ентропия се осигурява чрез импровизацията, която е типична за естетиката на тъждеството. Разбира се, импровизацията е не произвол на фантазията, а ново прекомбиниране на едни познати по същество елементи.

Вторият тип структури са тези системи, чиято кодова природа не е предварително известна на аудиторията. Това е естетика на противопоставянето. На привычните за читателя начини на „моделиране“ на действителността художникът противопоставя свое оригинално решение. Възприятието на подобно изкуство от гледна точка на теория на игрите е не „игра без правила“, а игра, чиито правила се установяват в процеса на играта.

Дори един повърхностен анализ би установил близостта на естетическите принципи на масовата култура до естетиката на тъждеството. Затова тя получава мигновено негативна естетическа оценка от критиците, чиито критерии изхождат от естетиката на противопоставянето. Получава се разминаване между критика и критически обекти, а и между критика и публика. Публиката знае предварително какво ще получи от масовата култура и отива да получи именно това, което очаква. Тя се чувствава измамена по-скоро, когато не се оправдаят очакванията ѝ — например филмът въпреки всички очаквания завърши с гибелта на положителния герой.

Единственият жанр на масовата култура, за който известен уклон към естетиката на противопоставянето е абсолютно необходим, е криминалният. Този факт ще ни помогне да си обясним неговата сравнително ранна „нобилитация“. Криминалните романи са любимо развлечение на интелектуалците поради своеобразната игра с автора, която предлага движението из лабиринтите на заплетената интрига. Те се консумират до голяма степен като интелектуален ребус. . . Разбира се, и тук има някои твърди правила — например задължителното залавяне на престъпника, което аудиторията очаква на края.

Тук пред нас възниква въпросът за занимателността на масовата култура. Има поне два основни типа занимателност (без да се интересуваме от интелектуалния тип занимателност, резултат от борбата на идеи в проблемно-философските творби):

— занимателност, осъществявана по механизма „какво ще стане?“ Тя „експлоатира“ нашето любопитство, напрежението на загадката. Изисква майсторски разработена интрига. Типичен представител е криминалният жанр;

— занимателност, осъществявана по механизма „как ще стане?“ Тук любопитството играе значително по-малка роля, акцентът пада върху удоволствието, което доставя самата пластика на зрелището, самото „извършване“. Типичен пример е зрелищният филм. Творби от втория тип могат да се гледат по няколко пъти, докато при първия тип това е рядкост — втората среща е скучна, любопитството е задоволено.

Интересно би било да направим едно непретенциозно сравнение между такъв типичен за масовата култура жанр като вестерна и типичната за естетиката на тъждеството комедия дел'арте.

Комедия дел'арте има ограничен кръг от основни стилизирани маски. Всяка от тях има свое характерологично и етично „амплуа“, зад всяка се крие обобщен човешки тип. Вестернът също има доста точно определен кръг от стилизирани основни герои — положителни и отрицателни, сюжетна схема със завръзка, действие, развръзка-кулминация и финал (хепиенд).

По принцип между импровизацията в отделните пиеси на комедия дел'арте и различните вестерни, които са много вариации на една тема, няма съществена разлика.

Психологическият анализ липсва или е крайно обеднен (затова и моралната валентност на героите е предварително дадена). Душата на спектакъла и в двата случая е динамичното действие.

Отначало маските имат реалистичен характер: създават се чрез стилизация (до голяма степен сатирическа) на живи съвременни типове. По-късно все повече се абстрактизират, превръщайки се в застинали форми. Подобна е и съдбата на вестерна, който е бил отначало отражение на реални исторически събития, а по-късно се митологизира, създавайки своя „иконология“.

Това ни дава възможност да обясним удивителният факт, че вестернът, чиято възраст почти съвпада с тази на киното, не старее въпреки песимистичните прогнози на критическите оракули. При произведенията на естетиката на противопоставянето кодът постепенно се автоматизира. Това налага неговата промяна. При произведенията на естетиката на тъждеството кодът не се автоматизира: структурните правила са предварително дадени. Има тъждество между правилата на творбата и очакванията на аудиторията. . . Приказките не се износват, не се демодират. Те са винаги едни и същи, в това е тяхната прелесть. Затова са приказки.

Обяснението на близостта на масовата култура до естетиката на тъждеството би трябвало да се търси поне по три линии: произход, функции и начин на произвеждане.

Възникването на масовата култура е пряко свързано с народните панаирджийски традиции. Още през 18 век са били много популярни разни брошурки с описание на кървави и сензационни истории — най-често биографии на известни бандити. Дълго време след раждането си киното е едно от панаирджийските чудеса.

Естетическото преживяване дава възможност за разтоварване на психическото напрежение в света на фантазията. В този смисъл една от съществените функции на изкуството е била винаги и биологично-адаптивната.

„Изкуството изпълнява определена адаптираща функция в биологически смисъл, а именно осигурява поддържане на състоянието на вътрешно равновесие повече от който и да е друг продукт на човешката дейност.“¹

Естетиката на тъждеството винаги е свързана с известно опростяване и генерализиране — тя свежда объркващото многообразие на явленията към нещо познато: модела-шампа (например „истинската любов винаги побеждава“, „трудолюбието се възнаграждава“ и пр.). Психологически погледнато, този тип структурна действа успокояващо: светът се оказва познат и обясним, в него в същност няма дехуманизация, в него тържествува Вечната Справедливост.

Колкото начинът на създаване на масовата култура използва особеностите на естетиката на тъждеството, толкова ги и предизвиква. Дори когато масовата култура се създава не от занаятчий, а от талантили художници, авторите при-

¹ Estetyka, rocznik IV, 1963, W-wa, стр. 25.

низияват критериите си — или защото под псевдоним работят за пари, или (почесто) продуцентите не им дават необходимата свобода, позволяват им импровизация само в рамките на утвърдените шампи.

Прилагането на понятието „естетика на тъждеството“ при анализа на масовата култура трябва да бъде внимателно, без абсолютизиране. Защото масовата култура не може никак да не се съобразява с факта, че днес господства естетиката на противопоставянето. Затова в произведенията ѝ винаги има извместен компромис между двете естетики — различен за различните жанрове. Това е естествено — в същност двата типа естетика са идеални модели, които никога не се срещат в чист вид. В случая става въпрос само за относително доминиране на особеностите, присъщи на единия или другия вид естетика.

Близостта на масовата култура до структурните принципи на естетиката на тъждеството и по-специално на фолклора не ни дава основание да я смятаме за изкуство, равностойно на фолклора. Тя е неавтентична и космополитична, макар и да използва някои негови елементи. Фолклорната култура се е осъществявала в жив контакт на изпълнител и публика, участието в нея е имало празничен и активен характер. Масовата култура създава пасивни зрители и слушатели, всекидневност на нагласата, консумативно отношение (натискаш копчето — и готово). Масовата култура твърде често създава „културни консерви“ (Е. Морин). Функцията ѝ обаче е аналогична с тази на фолклора. Аналогични са до голяма степен и структурните им принципи, и моралния механизъм (манихейско разделяне на доброто и злото, черното и бялото); тъждество на вечната справедливост; използването на занимателния разказ за внушаване на определен житейски норматив).

Разбира се, в преклонението си пред фолклора не трябва да забравяме за неизбежните моменти на ограниченост, житейско примирение и дори реакционност, който той съдържа.

Масовата култура не е длъжна да бъде долнопробна, но в условията на бизнес с културата по-голямата ѝ част става неизбежно такава.

МАСОВА КУЛТУРА И СОЦИАЛНА ПСИХОЛОГИЯ

1. РОЛЯТА НА ПРЕДВАРИТЕЛНАТА НАГЛАСА

Съветските психолози, изследващи проблемите на рефлекторния механизъм на „установката“, („психология установки“) изхождат от тезиса, че реакцията на организма съвсем не е непосредствена реакция на стимула, а е опосредствувана от известни „промеждутъчни“ фактори, тясно свързани със състоянието на системата, на чийто „вход“ се оказва въздействие. В зависимост от различната нагласа (предшествена адаптация към определено въздействие) еднакви обекти са били възприети като различни и обратно.

По отношение на изкуството по-удачна е употребата на термина „предварителна нагласа“. Ролята на предварителната нагласа при възприемането на изкуството поради своята неопределеност и „хуманитарност“ е несравнимо по-труден за изследване проблем. Разсъжденията тук неизбежно придобиват твърде хипотетичен характер, още повече, че засега той е почти неразработен в нашата психология на изкуството.

Докъде имаме право да разширяваме или стесняваме понятието „предварителна нагласа“? Ако много го разширим, ще го сведем до естетическата подготовка; ако много го стесним, ще стигнем до настроението. Разбира се, за „предварителна нагласа“ можем да говорим само при човек с минимум естетическа подготовка, който не за пръв път отива на представление, не за пръв път отваря

книга. Това е специфичното пренастройване (предразполагане) на съзнанието на възприемателя, който се подготвя за среща с фиктивния свят на изкуството. Това „предразполагане“ включва известен период от време преди началото на контакта. При различните изкуства има специфични особености. Например театърът е запазил нещо от традициите си на „аристократическо“ развлечение, известна празнична ритуалност. Киното, напротив, още от възникването си се е оформило като демократично развлечение, което не изисква специална подготовка. На кино често се отива „между другото“, за да се убие времето, като се прекарат приятно два часа.

Неподходящата нагласа може да деформира възприятието, да попречи на правилното осмисляне на творбата. Тя влияе върху характера на съпротивлението, което нашето съзнание оказва на творбата, стремяща се да му наложи своя „модел“.

В нагласата има и априорно оценъчно отношение (съзнание за иерархията на обекта), и усет за принадлежността на произведението към типа на естетиката на тъждеството или противопоставянето, (т. е. — приемане „правилата на играта“), и очакване на определен вид удоволствие — преживяване. Сигнал за предварителната нагласа е била препоръката на приятелите, репутацията на автора, звездата или серията, жанра, афиша, заглавието. . . в краен случай — началото на филма или книгата.

2. ОБЩЕСТВЕНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКА РАМКА НА ВЪЗДЕЙСТВИЕ НА МАСОВАТА КУЛТУРА

„Масовата култура, разглеждана от социологична гледна точка, е не само сумата от разнородни, масово излъчвани съдържания, но също и определена обществена рамка на тяхното въздействие. Тази рамка е една при традиционните форми на висшата култура, заобиколени с престиж, произтичащ от високата обществена позиция на нейните възприематели, а друга в условията на демократизацията на културата. Една е тя по отношение на скъпата книга, купена за личната библиотека, а друга по отношение на книжката, купена на гарата заедно с вестника и цигарите и често захвърляна заедно с прочетения вестник и угарките. . . Самата достъпност на различните форми на културна рецепция, постигната благодарение на съвременните технически средства, влияе върху промяната на отношението към културата и създава проблеми, които до известна степен са независими от формата на идеологическия строй, системата на популяризация на културата и културната политика.“¹

Зрителят Х, който гледа филм в кинозалата или по телевизията (като същевременно яде, пие, говори и т. н.), не е един и същ зритель. Аналогично е положението при четенето на различни книги или слушането на концерти в концертната зала или от транзистора. При всички тези случаи възприемателят има различна нагласа.

Типичната нагласа на консуматора на масова култура се характеризира с всекидневност (непразничност). Той не трaktuва съответните произведения като източник на специфични естетически преживявания, а по-скоро като средство за задоволяване на вечния си глад за нови впечатления и преживявания, противоположен на житейската скука. В този смисъл най-типичният „инструмент“ на лошата масова култура е телевизията. За съжаление с нейните специфични проблеми нямаме възможност да се занимаем обстойно тук.

Ако наистина мислим диалектически, трябва да признаем, че прогресът (в случая — демократизацията на културата) неизбежно се заплаша с известни

¹ A. K ł o s k o w s k a, Kultura masowa, W-wa, 1964 стр. 105.

загуби. Произведенията на евтината масова култура, които средствата за масова комуникация непрекъснато излъчват, предизвикват неизбежно психическо износване на публиката, което се изразява главно в:

- понижение на естетическата чувствителност, интелектуална ленивост;
- стереотипизиране на естетическото съзнание (приемане на принципите на естетиката на тждеството като ръководни);

- обща „десакрализация“ на изкуството. Поради „всекидневността“ на общуването се губи част от интензивността на преживяването, от „чудото“. Изобилието от сурогати намалява уважението към изкуството като такова.

3. ПРАВО НА ИЛЮЗИЯ ИЛИ ОСОБЕНОСТИ НА ХУДОЖЕСТВЕННОТО ВЪЗПРИЯТИЕ ПРИ МАСОВАТА КУЛТУРА

„Бедният зрител, който се протяга от своя стол, за да види бюста на София Лорен по-дълбоко и по-отблизо, се намира на самото дъно на леглата. Достатъчно е да се констатира това. По-трудно е да се отговори на въпроса дали трябва да му се отнеме тази лъжа и с какво да се замени. . .“¹

Съзнавайки или не съзнавайки това, в същност много критици на лошата масова култура призовават именно да се отнеме сладката лъжа, утешителната илюзия, без да посочат нещо в замяна. В най-добрия случай противопоставят възвишеното общуване с голямото изкуство. Безспорно, би било почти трагателно, ако масовата публика предпочетеше концертите на филхармонията пред естрадните или филми като „Фелини 8¹/₂“ пред „Клеопатра“. Но тази утопична картина е също една сладка илюзия — този път за критиците. . .

Правото на съществуване на масовата култура е преди всичко в незаменната ѝ способност да доставя красива, евтина, ефективна, сладка и „морална“ лъжа — компенсация (развлечение, психотерапия) срещу сивотата на ежедневието. При това — нека не се забравя — не само за естетически неграмотна публика. Едва ли би трябвало да се доказва, че всекидневието, поне за сега, се нуждае от известно „цветно“ допълнение. Но подобни задачи изкуството е изпълнявало, откакто съществува (разбира се, не само тях!). Масовата култура развива и усъвършенствува главно биологично-адаптационната функция на изкуството — за съжаление това в голяма степен става за сметка на останалите. . . в изкуството се изживява някаква страна на нашата психика, която не намира изход в нашето всекидневие. . . Цялото ни поведение е не нещо друго, а процес на уравновесяване на организма със средата. . . Колкото по-сложно и по-тънко става взаимодействието на организма и средата, толкова по-зигзагообразни и объркани стават процесите на уравновесяването. Никога не трябва да допускаме, че това уравновесяване се извършва докрай хармонически и гладко, винаги ще има известни колебания във нашия баланс, винаги ще има известен превес в посока на средата и в посока на организма.“²

Проблемът за адаптацията и баланса със средата е особено актуален в съвременната епоха на промишлено-урбанистична и медикаментна цивилизация, която в непозната досега степен откъсва човека от естествената му, хилядолетна досегашна среда.

Изкуството е явление на културата, то не може да бъде разглеждано само в естетически аспект. Естетическата сфера е твърде широка, нейните функции са многобройни. Открай време тя задоволява не само (и може би — дори не предимно) естетически потребности, макар да ги задоволява именно поради специфичната си естетическа природа, използвайки възможностите на естетическото внушение.

¹ A. Banach. O kiczu, Kraków, 1968 стр. 343.

² Л. С. Выготский, Психология искусства, М., 1965, стр. 319—322.

Няма абсолютно съответствие между естетическата значимост на една творба и силата на естетическото преживяване, която тя предизвиква. Нерядко поради недостатъчна подготовка на аудиторията отношението е тъкмо обратно пропорционално. При това в и от тоталния ефект — интелектуален, емоционален, физически, дори физиологически — който творбата оказва, трябва да различаваме адекватно-художествения ефект, който обикновено е част от тоталния ефект, а понякога и съвсем отсъства, защото предполага висока степен на осмисляне, съавторство (осъзнаване „модела на авторовата личност“), известни познания върху знаковата природа на съответното изкуство, подходяща нагласа и пр.

Разграничаването на сериозното проблемно изкуство и масовата култура не може да остане само в сферата на общите идейно-тематични и структурни разлики, макар че оттам е най-добре да започне. Масовата култура и сериозното проблемно изкуство предизвикват два относително различни типа естетическо съпреживяване: психологията на тяхното възприемане си има свои особености. Подчертаваме: имат свои особености, а не са коренно различни, още повече, че е твърде хипотетично установяването какво трябва да бъде истинското естетическо възприятие. Пък и XX век не е особено подходящ за нормативни естетики.

Нека разгледаме този въпрос по-отблизо с помощта на няколко дихотомични опозиции. Многофакторността е характеристика на всяко художествено произведение, независимо от степента на неговата художественост. Не можем да очакваме произведенията на масовата култура да се различават чрез липсата или присъствието на някакво особено свойство. По-скоро всичко е въпрос на степен, на определена количествена характеристика на множество по-обща черти, което съответно води до различно качество. Аналогичен е проблемът и при двата типа естетическо възприятие. Тяхната относителна качествена разлика е резултат на количествени различия в множеството техни съставки: дистанция — дедистантизация

Обикновено между възприемателя и творбата съществува известна дистанция. Тя е свързана не само и не просто с факта на физическата отделеност или с „осъзнатата илюзия“, а и със съзнанието за качествената иерархия на обекта; то предизвиква чувство на „подчиненост“ спрямо творбата и намира най-пълнен израз в стремежа към цялостното проникване в света на творбата.

При възприемане на произведенията на масовата култура се забелязва едно чувствително намаляване на дистанцията (в по-широк смисъл). Липсва съзнанието за особената ценност на обекта, възприемането е в по-голяма степен „потребителско“, съзнателно насочено към получаване на по-житейски въздействия. Тази психическа нагласа е резултат не само на собствените особености на произведенията, които предразполагат именно към такава нагласа, но и пряко следствие от социално-психологическите рамки на въздействието на масовата култура. Тя запълва всички пролуки на свободното време, консумира се непрекъснато. Светът на илюзията се преплита с действителността, границите като че ли изчезват. (Илюзорните звезди от екрана са живи хора, чиито скандални истории пълнят пресата). Макар в качествено отношение масовата продукция да е твърде разнородна, липсват ориентири, долнопробното върви редом с талантливото, критериите на индивидуалния вкус се дезориентират.

Възприемателят не се стреми към цялостно възприемане на творбата. Той започва да избира — търси само онова, което иска да намери (например обръща внимание главно на еротичните моменти). Творбата му е необходима като стимул за приятна проекция-идентификация, а нерядко — просто като провокатор, катализатор и отдушник за отреагиране на собствената жизненост или потиснати

от всекидневните желания (съвсем очевидно в поведението на публиката на естрадни концерти).

Конкретизацията на творбата е частична, случайна, силно деформирана: твърде често липсва онова, което наричаме адекватно художествено възприятие. Аперцепцията у възприемателите се проявява в значително по-широк диапазон, критичност — безкритичност.

Консуматорът на масова култура обикновено „оставя разума си на гардероба“ (ако използваме известния израз на Брехт за традиционния театър). Това не е пресилено. Сериозното проблемно изкуство не се бои от възражения, то ги предвижда, дори само провокира към спор, показвайки естественото като неестествено, обичайното като необичайно, за да ни извади от равновесието и спокойствието. Нещо повече — често пъти без приемане на хвърлената от автора ръкавица за спор, възприемането не би било адекватно.

Произведенията на масовата култура обикновено избягват споровете с възприемателя. Нещо повече — адекватното им възприемане изисква безкритичност, потапяне в илюзията, пълно съгласие: това е част от „правилата на играта“. Затова създателите на масовата култура се насочват към тези идейно тематични, стилови и изобразителни стереотипи, към тези видове женска и мъжка красота, пейзажи, целувки, прегръдки, събличение, юмручен бой и пр., които са всеобщо приети, чията неотразимост на въздействие върху публиката е безотказна.

Паралелното внимание към психологията на възприятието и психологията на творчеството е наложително, защото ефектът на възприемането е предвиден, програмиран и материализиран с определени творчески (или търгашески) намерения в творбата.

Опозиционната двойка „критичност — безкритичност“ е пряко свързана с една друга опозиция — емоционалност — рационалност.

Произведенията на масовата култура по правило се стремят към силна емоционална заразителност — най-безкритичен е винаги емоционално заслепенят възприемател. Затова създателите на масовата култура са се специализирали в използването на различни затрогващи ефекти, които имат за цел да развълнуват, просълзят, шашардисат. Напрегнатото динамично действие с умело вмъкнати ретардации и дозиран съспенс също достойно служат на задачата — непрекъснато да става нещо, което да поглъща и задържа вниманието на възприемателя, да няма време да си откъхне и прояви критичност.

Улеснената комуникативност на произведенията на масовата култура е необходима, за да могат да достигнат до съзнанието на всички. А веднъж достигнали, трябва да се харесат. Поради което се налага освен с официалните теми — табу, да се съобразяват и с актуалните предпочитания на масите — особено с естетическите.

Характерно е задължителното съчетаване на етично и естетично. Симпатичен на публиката естествено е добрият и благороден положителен герой, затова той трябва да бъде и красив — така ще стане още по-симпатичен. Впрочем, такава е и фолклорната традиция.

Изследванията в някои социалистически страни показват, че колкото по-неподготвен естетически е зрителят, толкова повече той възприема и осмисля предимно етичното съдържание на филма и го оценява (харесва или не) главно от етична гледна точка. В анкета, проведена от проф. Жигулски (Полша) между работници след прожекция на вестерн, на въпроса „защо ти хареса филма“, бошинството отговаря: „защото свършва добре“, „защото правото побеждава“ и т. н.

Хората с висше образование отправят предимно естетически обвинения към бруталните и неприлични сцени, без да апелират към моралните норми и традиционното табу. Както подчертава проф. Жигулски, ... от наблюденията

недвузначно следва, че заедно с повишаване на културната подготовка на зрителя, богатството на опита и степента на образование, естетическите критерии подчертано доминират над другите и са основен аргумент при дисквалифицирането на филмовите сцени.¹

По отношение на свободното време, за което в същност е предназначена, масовата култура представлява само частен проблем от голямата тема „Култура на свободното време“. Най-същественният въпрос, който изпъква тук и без чието поставяне социално-психологическата картина на функциониране на масовата култура би била непълна, е

4. СКУКАТА

С понятието „скука“ обединяваме редица твърде разнородни психически състояния, резултат от взаимодействието на най-различни субективни и обективни фактори. Най-общо скуката е тягосно психическо състояние, което се характеризира с потиснатост на настроението, чувство на празнота и неудовлетвореност, съзнание за безсмислено или неинтересно пропиляване на мига.

Скуката като обществен проблем възниква с увеличаването на свободното време и материалното благосъстояние. Появата и особено разцветът на масовата култура е свързан именно с появата на масовата скука. . . Скуката не е рожба на селото, където човек винаги има достатъчно работа и където всички членове на локалната група общуват персонално помежду си. Тя е преди всичко градски проблем: проблем на една система с неперсонални (безлично служебни) връзки; неизбежна психическа отчужденост между многобройните ѝ членове, за които е невъзможно да се познават лично; ограничено работно и регламентирано свободно време, повече съблазни и образци за подражание.

Развитието на масовата култура създава не само пасивност и консуматорско отношение към развлечението. Тя предизвиква появата на нови форми на скука върху основата на едно неудовлетворение не просто от днешния ден, а изобщо.

Характерна особеност на скуката като психическо състояние е чувството на неудовлетвореност от конкретната обстановка и начина на живот: желанието за някакви приятни промени. Тази неудовлетвореност обикновено е резултат на съпоставката „аз — другите“. Човек най-често осъзнава, че в същност му е скучно едва в съпоставка с живота на другите, който изглежда по-интересен. А ако тези „други“ са звездите, чийто живот на екрана винаги изглежда по-интересен и интензивен от нашия? Още повече, че аудиовизуалната култура им придава достоверността на непосредствената нагледност. . .

Една от най-характерните особености на епохата ни е, че тя — в непознати досега мащаби — чрез средствата за масова комуникация възбужда масово желание, които не е в състояние масово да задоволи. Както пише в своя труд „Векът на телевизията“ Лео Богард „Mass-media разпространиха в широките маси съзнанието за това, кое е „добър живот“. След като този живот стана нещо познато, той започна да изглежда също и възможен и желан за широките маси“.² (Това е естествено, след като в капиталистическите страни на широките маси се рекламира идеалът на консумацията като основна ценност — цел в живота). Чрез киното и особено чрез телевизията хората и от най-затънтените краища общуват със света, „присъствуват“ на великите събития. Светът неимоверно се е приближил до отделния човек — и индивидът иска да се приближи към него. Той започва да съпоставя живота си с моделите на високи чужди стандарти (не рядко в същност рекламни). Никога отношението „аз — другите“, „аз светът“ не е имало такова значение за самочувствието на индивида. Рекламата —

1. K. Żygulski, Socjologia filmu, W—wa, 1966, стр. 158.

². Цит. по E. Morin, „Duch czasu“ стр. 86.

това въздесъщо изкуство за създаване на нови желания и потребности — произвежда буржоазната масова култура. Неслучайно САЩ се стреми да прави експорт на своя стил на живот и образци на консумация, което действа по-резултатно от абстрактната пропаганда с логически средства.

Макар и резултатна от действието на различни фактори, битовата скука се лекува сравнително успешно чрез развлеченията. Защото най-често тя е израз именно на житейска монотонност, на бедно откъм преживявания ежедневиe. Антитезата „скука-развлечение“ се е утвърдила стабилно в съзнанието на хората: чрез компенсацията на разнообразие, приятни трепети и илюзии, развлечението неутрализира временно битовата скука или поне я прави поносима.

На масовата култура в буржоазния свят обаче е възложена една в същност непосилна задача: тя трябва да противодейства на една житейска скука, социално психологически резултат на задълбочаващо се отчуждение (тук „отчуждение“ в психологически смисъл). Както отбелязва в своя сериозен труд „Социология на личността“ съветският философ И. С. Кон — вследствие дехаманизацията на труда и неверието в смисъла на социалната инициатива идеалите на мнозинството хора в буржоазния свят се преместват от сферите на производството и обществената дейност в сферата на бита и потреблението. Но фетишизирането на развлечението и притежаваните предмети не решава проблема, макар индивидуално да дава поне някакво илюзорно утешение. . .

Тъкмо към това „илюзорно утешение“ се стреми буржоазният човек, който усеща непосредствено-житейски процесите на отчуждението именно като скука (чувство на неудовлетвореност от живота, на безсмислие и безперспективност, на несигурност и самота). В илюзорния свят на масовата култура той (антитезата „скука-развлечение“) търси спасение от тази страшна скука. Уви, с неадекватни средства. . . Смисълът на масовата култура като социална психотерапия е, че „доставя върху плоскостта на илюзията всичко онова, което не може да бъде обект на конкретна консумация“ (Е. Морин). Тук илюзията вече не е противопоставяне на живота в романтически смисъл: тя е обект за консумация — именно в качеството си на илюзия — в непознати досега мащаби и степен.

Тези псевдокомпенсации имат реална стойност за психическото разтоварване на индивида, за адаптацията му във враждебния свят. Но заедно с това те крият опасността от ново отчуждение. . .

Професиите на хората стават все по-различни, а развлеченията — все по-еднакви. Особено пасивните форми на развлечение (предимно зрелища), които предлагат масовата култура. Те не са само по-униформизирани, но и все по-конформизирани. Узаконяват се образци на развлечение: трябва да отидеш едновременно си, да правиш едни-какви си (всички правят така!). Щом всички се развличат така, значи и ти. . . Така развлечението — тази проява на свободата, става проява на стадния инстинкт за подражание. Така развлечението става нов вид скука. . .

5. МАСОВАТА КУЛТУРА И ЦЕННОСТНАТА ОРИЕНТАЦИЯ НА ЛИЧНОСТТА

Чрез структурата на модела на средата и модела на героя масовата култура изобразява и лансира определен идеен „житейски модел“, който се характеризира със специфична иерархия на ценностите.

„Житейският модел“, който предлага масовата култура, противопоставя свободното време на работното време, утвърждава първото като самостоятелна ценност. Проблемите, които стоят пред героите на масовата култура, са най-често свързани с прекарването на свободното време, т. е. — с развлечението.

Буржоазната масова култура се стреми да стане „идеология на щастието“ (Е. Морин). Безспорно, щастието е един от основните екзистенциални въпроси, които са вълнували вечно човека и на който са се старали да дадат отговор всички

религии и обществени учения. Човек се стреми към щастие, мечтае да бъде щастлив. Но щастieto е понятие с различно съдържание за различните цивилизации или идеологически системи. Буржоазната масова култура предлага образци на щастие съобразно индивидуалистическата етика на частния живот, характерна за капитализма. Щастieto на индивида няма отношение към щастieto на останалите, те в същност могат по-скоро да попречат, отколкото да помогнат.

„Съвременното щастие е разкъсано от алтернативата: емоционални или материални ценности, „да съм“ или „да имам“, а едновременно се стреми да преодолее тази алтернатива, да съгласува „съм“ и „имам“.¹ (Разбира се, Е. Морин има пред вид щастieto на Запад.)

„Емоционалните ценности“ се носят от любовта. Любовта е централна тема на съвременното щастие, пропагандирано от буржоазната масова култура. Тя доминира особено в сантименталната преса, мелодрамата, шлагерите, повечето филми. Характерно е, че любовната двойка обикновено е освободена от товара на комплицираните семейни и обществени връзки или пък лесно ги преодолява, завършвайки благополучно с хепиенд. Тук любовта не е просто любов, тя е единствената възможност за истински контакт с другия, тя осигурява спасително островче сред враждебния свят.

„Материалните ценности“ се изразяват в притежанието. Но притежанието също не е обикновено притежание. То е начин на автоафирмация. От обикновени обекти на консумация предметите стават външен израз на обществената позиция и престиж, на достойнствата на индивида. Купувайки предмети, индивидът в буржоазното общество купува собствената си индивидуалност, защото тя се определя от това — какви цигари пуши, в кой квартал живее, какъв автомобил притежава и т. н. Всичко е точно определено. . . Кадилак? Собственикът на кадилака е търговец с високи доходи, човек на средна възраст от добро семейство. Форд? Притежателят на форда е млад амбициозен човек, практичен и добре печелещ от висшия слой на низшата класа; използва колата, за да ходи на работа. Студебекърът характеризира младия интелектуалец с добър вкус и широка култура и т. н. . .²

Когато вещите станат критерий при оценката на достойнствата на човека (включително и духовните), рекламата установява определена скала на стандартите — точно определени норми на потребление за всеки социален статус. Общественото мнение налага тези стандарти почти като задължителни (това отговаря на интересите на производството — осигурява интензивен вътрешен пазар). Така се идва до положението, много точно характеризирано от американския социолог У. Уайт: „Непритежанието на определена вещ става почти антиобществен акт.“

Съвременните герои на масовата култура на Запад се движат обикновено в свят на изобилие и разкош; в обсега на техните интереси освен другия пол се включват проблемите на материалното житейско авансиране — разбира се, по честен начин. Затова providението бди — на края то винаги предвидливо се намесва и ги възнагражда. Така се насажда фаталистичната жизнена философия на хепиенда.

Хепиендът спекулира с вечната потребност от справедливост. Той представя лява земя, веществена (за разлика от религиозния рай) награда за добродетелта и страданията „още преживе“. Изобретение на фолклора, той е станал универсално приложение на буржоазната масова култура. Хепиендът има психологическо оправдание в изискванията на развлечението: финалът не трябва да разваля настроението. Но истинският смисъл на хепиенда е неговото обществено оправ-

¹ Е. Morin, *Duch czasu*, стр. 123.

² Виж. U. Kossak, *Dylematy kultury masowej*, W-wa, 1966, стр. 54.

дание: да потвърди мита за достъпността на успеха и щастието за всеки (един от основните митове на буржоазното общество).

„Чрез идентификацията на зрителя със симпатичния герой хепиендът се включва в определена художествена концепция на живота.“¹

Хепиендът става порочен в художествено отношение, когато се превърне в тирания, когато задължително се натрапва като „*deus ex machina*“ за разрешаване на всички конфликти.

У нас за съжаление също се среща порочен в художествено отношение хепиенд, плод на оголени от художественост възпитателни усилия.

Своята идеологическа роля масовата култура изпълнява не пряко, макар понякога и това да се случва („бондизмът“ в киното, някои комикси и романи, които изобразяват борбата с комунизма). По принцип масовата култура се стреми да изглежда аполитична, тя е насочена към насаждане на конформизъм, а своите идеологически задачи изпълнява по-скоро негативно, като не засяга определени теми. Това посочва например известният историк и социолог на изкуството Арнолд Хаузер. Той пише за темите-табу:

„Към тях се отнасят главно следващите: здравите полови отношения, класовата борба и работническото движение, всяка критика на съществуващия ред или власт, всичко, което води до религиозни съмнения или опозиция към църквата. Заобикалянето на подобни теми, естествено, означава мълчаливо приемане на съществуващите условия. Колкото до позитивната пропаганда, тя не отива по-далеч от неувереното твърдение, че този свят е най-добър от всички възможни.“¹

Проблемите на притежанието и луксозната консумация на живота придават специфичен облик на илюстрираните рекламни журналы и много телевизионни предавания, където рекламата е самостоятелен елемент. Особено драстичен пример е американската телевизия, където предаването на филми непрекъснато се прекъсва на най-интересните места от реклами (средно осем минути реклама на един час филм).

Индивидът, подложен на въздействието на масовата култура, не е изолиран, самотен и безсилен. Той съществува в конкретна среда, която засилва или неутрализира това въздействие. Особено важен посредник и регулатор се явява т. н. „неформална група“ (например приятелският кръг). Между отделните функции на личността в групата съвременната социология обособява т. н. „ръководител на мненията“. Това е обикновено най-авторитетната личност в групата, чието становище по различните въпроси има значително влияние върху ориентацията на останалите членове. Той може да бъде бащата в семейството, някой от другарите и пр.

За съжаление у нас засега липсват по-значителни конкретни социологически изследвания, чиито резултати да сравним с изводите на буржоазните изследователи

За влиянието на бруталните сцени на буржоазната масова култура върху публиката съществуват две противоположни концепции. Едната твърди, че сцените на насилие, с които изобилствуват масовата култура, предизвикват увеличение на престъпността. Другата е на мнение, че изживявайки фиктивно актовете на насилие, човек се освобождава от желание за реалното им извършване. Истината, както обикновено се случва, е по-сложна. И двете теории са частично прави. Само гледането на филми и комикси не може да направи човека престъпник още повече, че вечната морална поука е „престъплението се наказва“. Но факт е, че шокът, предизвикан от гледането на сцени на жестокост, може да се окаже психически опасен за хора с нестабилна нервна система, особено за младежта

¹ E. Morin, *Duch czasu*, стр. 92—93.

² A. Hauser, *цит. съч.*, стр. 240.

в периода на психическото съзряване. Тази особеност на масовата култура може да съдейства и за акумулиране на престъпните наклонности, резултат от други фактори. Затова социалистическата държава прилага цензура спрямо вноса на произведения с подобен характер.

Проблемът за ценностната ориентация на личността под въздействието на масовата култура има и специфично естетически аспект: проблемът за естетически вкус, за естетическото възпитание.

Производството произвежда не само предмет за субекта, но и субект за предмета (Маркс). Произведенията на лошата масова култура, създадени за задоволяване на определени нужди, сами създават нови нужди. Човекът-консуматор, оформил своя вкус предимно върху масовата култура, започва да подбира, възприема и оценява големите произведения на съвременното изкуство по аналогичен начин: не забелязва „информацията на кода“, следи само интригата, търси пикантното, прескача „скупните“ описания (литературните произведения на масовата култура се характеризират с по-голяма относителна част на диалога и ниска степен на „синонимност“ на отделните части; организиращ стожер е интригата, останалото е подчинено на нея).

По „инерция“ възприемателят, чийто вкус е формиран предимно под въздействието на масовата култура, прави опит да използва сериозното проблемно изкуство като елементарно оръжие срещу скуката, без да забелязва, че то е нещо много повече. Както бе казал Дзига Вертов:

„Роялът не е кушетка, но на него може да се спи. Обаче това използване на рояла е непълноценно. Крачната шевна машина може да служи като маса за хранене. Също непълноценно. . .

Става въпрос за коефициента на полезно действие.“¹

Наистина, и сериозното проблемно изкуство се бори срещу скуката — но не като временно я отдалечава, а като подготвя за действителна борба с нея, обогатявайки човешката индивидуалност.

Преди да стигне до големите имена на класиката или съвременната литература, юношата минава през лекото приключенско четиво, често със съмнителни достойнства. А и не му остава — от кино и телевизия — много време за четене. Какво е общуването с масовата култура — път или пречка към голямото изкуство?

Едностранчивият отговор би опростил проблема. Защото индивидът живее под непрекъснатото въздействие на своята среда, която винаги се характеризира с определени културни традиции и културна политика: иерархия на продуктите на културата, цензура, тираж и т. н.

С известни усилия (и задължително разбиране на разликата между естетиката на тъждеството и естетиката на противопоставянето) можем да отделим приемливите — и така необходими! — занимателни и развлекателни произведения от кича. Намесата на подготвената критика тук е неизбежна. Във всички видове и жанрове на масовата култура — дори в комиксите — съществува известна диференциация, която улеснява това.

Заедно с диференцирането между сериозното изкуство и масовата култура настъпва диференциация и на аудиторията. Според полския историк и теоретик на киното Йежи Теплиц „ в Америка все по-ясно се обособяват два кръга зрители. Едините търсят в телевизията, в киното, както и въобще в изкуството материал за размисъл, интелектуални стимули. Втората категория — по-много числена — избягва всичко, което може да я накара да размисля, търси развлечение и само развлечение. Протича рязко разделяне на тези две категории зрители, определяне на сферите на интересите на всяка от тях, при което, трябва да

¹ Дзига Вертов, Статии дневници, замисли, М., 1966, стр. 264.

подчертаем, и двете категории равноправно ползват репертоара на популярните видове изкуства, масовите средства за свързка.“¹

Дилемата, която стои пред съвременния възприемател, е не „не консумирай масова култура!“ (това отдавна вече е невъзможно; всъщност тя задоволява определени нужди), а — „не се ограничавай само с масова култура“. И още нещо, понеже масовата култура е различна: „подхождай диференцирано, проявявай критично отношение при избора.“

МАСОВАТА КУЛТУРА И СОЦИАЛИЗМЪТ

Меценатът на социалистическата държава в областта на културата премахва частните комерчески спекулации, а с тях и всичко онова, което е резултат на бизнеса с изкуството или на използването му за манипулиране със съзнанието на масите в тяхна вреда. Макар принципите за рентабилност да не се отхвърлят, ръководни са възпитателните съображения, „функционализъмът в областта на културата“ (А. Грамиш).

Социалистическата революция събуди за културен живот широки народни маси с фолклорни представи за изкуството, а нерядко и с вече опорочен от булевардната книжнина вкус. Тези маси трябваше да бъдат културно интегрирани. Това можеше да постигне само едно политизирано изкуство, което привлича с проблемната си актуалност („близост до живота“), без да отблъсква недостатъчно подготвения възприемател със затруднена комуникативност. При всичките си художествени слабости това изкуство не беше масова култура в смисъла, който използваме тук.

Проблемите на масовата култура придобиха по-голяма острота през последното десетилетие. Освен с развитието на средствата за масова комуникация и повишаването на материалното благополучие на народните маси те са свързани и с преодоляването на много предразсъдъци по отношение на модата и модерните танци, леката музика и естрадата, както изобщо за мястото на развлечението в живота на социалистическия човек. Нещо повече — с осъзнаването на големите възможности (включително и идеологически!), които има развлекателното изкуство.

Тези проблеми са главно два вида: — проблеми на вноса; — собствени проблеми.

Проблемите на вноса не са незначителни: нуждите от развлекателно изкуство ние задоволяваме предимно с вносни произведения от капиталистическите и социалистическите страни.

По отношение на вноса от капиталистическите страни се избягват произведения, неприемливи за нас от идеологически или възпитателни съображения. Не трябва да забравяме обаче за каналите, които не могат да бъдат наблюдавани — радиопредавания, внос на списания и пр. Не трябва да подценяваме буржоазната масова култура, да отминаваме с пренебрежение нейните значителни възможности. Не трябва да надценяваме прекалено и равнището на нашия възприемател.

Разбира се, най-подходящият начин за борба с буржоазната масова култура е „положителната“ критика — т. е. способността ни да противопоставим произведения, които са не по-малко интересни и занимателни, но без идейно-естетически компромиси. В това отношение е поучителен опитът на другите социалистически страни. Нашият е сравнително беден. До някои проблеми на масовата култура ние още не сме „дорасли“. Защото масовата култура освен всичко друго е резултат и на едно културно „свърхпроизводство“, обусловено от нуждите на телевизията, киното, радиото, пресата. А нашата кинематография произвежда само около десет игрални филма годишно, програмата на

¹ Ежи Теплиц, Кино и телевидение в США, М., 1966, стр. 268.

телевизията все още е краткотрайна. Това позволява донякъде да се запазва някакво равнище въпреки всички слабости; в същност, по-често чрез заобикалянето на проблемите, отколкото чрез действителното им разрешаване. И все пак именно в телевизионните предавания и естрадата (леката музика) най-лесно ще открием един социалистически вариант на масовата култура: второстепенна развлекателна продукция с използване на съответни схеми и стереотипи, улеснена художествена комуникативност и липса на особени предварителни художествени амбиции, но съобразена с идейните и морални принципи на комунистическото възпитание.

Подробният анализ на нашата масова култура не влиза в намеренията на тази статия още повече, че засега почти няма конкретни изследвания. Но можем да отбележим някои основни разлики между нея и буржоазната масова култура.

Нашата масова култура за разлика от абстрактния „среден масов консуматор“ на буржоазната има точно определен адресат — строителя на социализма. Затова отношението към него е друго. Тя не се стреми да му продава илюзии, не заобикаля актуалните проблеми. Предлага и готови отговори, но нерядко поставя и тревожни въпроси. Не крие своята идеологическа принадлежност, най-често е силно политизирана. Мястото на рекламата в нея е незначително; самата реклама е дисциплинирана, избягва се гонитбата на сензации. Социалистическата масова култура също е насочена към частния живот на индивида, но не пренебрегва връзката му с обществения живот. Защищавайки правото на индивидуално щастие, подчертава зависимостта му от обществения контекст, свързва го с борбата за утвърждаването в живота на новия социалистически морал. Не противопоставя труда на свободното време, а се стреми да ги свърже на базата на едно ново отношение към труда. Критикува фетишизма на притежането, консумативното отношение към живота. Защищава като основна ценност-цел активното участие, личния ангажимент в промяната на живота.

Има известни различия и в обществено-психологическата рамка на въздействие на нашата масова култура. Българската публика още далеч не е преситена от въздействието на средствата за масова комуникация. Известна част от България още не е обхваната от телевизионната мрежа, относителният брой на телевизорите също не е голям. За интересен филм е трудно да се намерят билети, броят на кинозалите още не е достатъчен. Все още не е наситена събудената жажда на широките маси за участие в културата. Като своеобразен противоположател на пасивната нагласа, характеризираща аудиторията на съвременната аудиовизуална култура, се използват различните форми на художествената самодейност, която събужда творческите заложби на масите. Голяма част от разгледаните проблеми, свързани с техническия характер на разпространение и нагласата на възприемателя, са актуални и за нас.

Недъзите на нашата масова култура са главно художествено-естетически. Това не е незначителна слабост, макар да е неизбежна за определена част от всяка културна продукция — големият талант и ярката творба са винаги рядко явление.

Нашата масова култура (не само кичът, а „приемливата“ развлекателна продукция) има и характерни слабости именно като развлекателна: не винаги умеем „органично“ да съчетаваме занимателното и възпитателното; ярките развлекателни произведения са рядкост; не познаваме достатъчно добре вкуса и предпочитанията на нашата публика, малко го изследваме, не поддържаме системно и на равнище така необходимата „обратна връзка“ със зрителя; проявяваме прекален пуританизъм към собствената развлекателна продукция, склонни сме да окачествяваме едва ли не всяка голота или интимност като порнография. Не показваме достатъчно привлекателни за идентификация модели на интимни

отношения, съобразени с българския национален характер и новия морал. Този „срамежливост“ обективно дава обратни резултати, като принуждава младежта да търси много по-съмнителни чужди модели; невинаги се съобразяваме с жанровата специфика и „вместимост“ на художествените форми. Това е особено показателно за криминалните филми, които са обикновено еkleктични в художествено отношение. Те се стремят да станат „дълбоки“ чрез засилено внимание към психологическата характеристика на героите, но правят това със средствата на психологическия филм и като резултат престават да бъдат занимателни (убийствена констатация за криминалния жанр!), без да стават значителни като психология.

Най-интересни опити за създаване на български „модел“ на криминален роман са засега някои произведения на Богомил Райнов, който се стреми да преосмисли опита на буржоазната масова култура в плодотворно съчетание с пластично-проблемните традиции на нашата „градска“ проза.

Въпреки редицата успехи — особено в естрадната песен и криминалния жанр, — търсенето на социалистическия облик на нашата масова култура (явно неизбежна в определена степен и форма) ще бъде непълно без използването на далеч по-богатия социалистически опит.

Тук поради липса на изследвания и обобщения на актуалните тенденции, разсъжденията неизбежно стават по-емпирични и по-хипотетични.

Проявите на масовата култура в СССР и социалистическите страни могат да бъдат обобщени в две групи проблеми: създаване на собствени форми съобразно националните културни традиции и фолклор; преосмисляне и използване на опита на буржоазната масова култура.

По-интересна (и достъпна за анализ) за нас е втората група проблеми. В нея изпъкват няколко по-важни момента: интерес към зрелищния филм, успехи на социалистическия криминален жанр, използване опита на вестерна.

Напоследък творците в редица социалистически страни — Полша, СССР, Румъния — показват повишен интерес към зрелищния филм и по-специално към суперпродукцията, която до неотдавна беше смятана за безсъдържателен атракцион, създаден за привличане на откъсналите се от лоното на киното телезритатели. В случаи като „Фараон“, „Пепелища“, „Война и мир“ (особено трета серия) зрелищното е функционално подчинено на идеята на творбата, затова не води до съдържателно обедняване. Тези произведения реабилитираха зрелищния филм, показаха, че той може също да бъде сериозно изкуство. Като подходящ пример за социалистическа зрелищна суперпродукция — тип масова култура — могат да бъдат посочени полският „Кръстоносци“, унгарският „Звездите на Егер“, румънският „Даки“ и „Колоната на Траян“ и др. Някои от тях се приближават към холивудския стил на суперпродукция. Без да бъдат толкова пишни, те, общо взето, демонстрират по-амбициозни експресивни търсения и, разбира се, необходимите корекции на марксистското диалектико-историческо мислене.

Криминалният жанр заема значителна част от филмовата кино- и телепродукция на социалистическите страни, особено в СССР, Чехословакия и ГДР. Пример за издържана социалистическа масова култура може да бъде полската телевизионна серия „Залог, по-голям от живота“. Друг е въпросът, че подобен начин на изобразяване на борбата е неизбежно малко оперетъчен, схематизиращ и опростява проблемите, показвайки ги откъм празнично-хепиендовата им страна.

Криминалният жанр в същност обединява няколко тематични вида произведения, някои от които са твърде далеч от „криминалното“. От тематична гледна точка тук могат да бъдат обособени „разузнавачески“ (героят действа във вражеско обкръжение), „контрразузнавачески“ (откриване и залавяне на чужд шпионин) и едва последният, днес най-рядко срещан тип произведения, е изграден върху загадка от криминално естество.

Най-характерни за социалистическите кинематографии са първите два типа. Това не е случайно и причината не е само в реалното значение на този вид борба

за нашата съвременност. Причините са в социалните промени и новите особености на обществената психология.

Вредки случаи криминалната интрига се използва за проблемно изследване на човешки характери и страни на действителността. Тогава се създават сериозни проблемни творби. Но по-голямата част от криминалната продукция е масова култура на различно равнище. Тук развлекателното социалистическо изкуство отдавна е оформило свой стил, постигнало е значителни успехи — недостатъчно изследвани и осмислени. Разбира се тук няма възможност за по-обстойно разглеждане. Все пак заслужава да бъде отбелязан един често срещан пропуск: в стремежа си да избягат от шампата на класическия детектив (почти свръхчовек) авторите съзнателно дегероиризират работата на инспекторите, показват ги като обикновени, не самостоятелни служачи от съответния колектив, които непрекъснато ходят на рапорт при шефа си. Това не създава условия за идентификация с положителния герой. Положителните герои („представителите на закона“) в много случаи не са достатъчно хора в човешкия смисъл на думата; ние ги виждаме предимно в „служебен“ аспект и можем да се удивляваме на тяхната сръчност и безпогрешност, но не и интимно да им съпребивяваме.

Най-противоречиво и затова най-интересно за анализ е използването на опита на вестерна. Бихме могли да установим известно сходство между епическата формула на вестерна и такива значителни произведения като „Никой не искаше да умира“ и „Закон и юмрук“. Тези филми (особено първият) са ярък пример за значително проблемно изкуство, реализирано в занимателна и комуникативна форма без естетически и идейни компромиси.

По-показателно е прякото заимстване, по-явното пренасяне на готовия опит. На първо място са „индианските“ филми на ГДР със сърбина Гойко Митич в главните роли на смел и благороден индиански главатар с големи мускули и подозрително високо равнище на диалектико-историческо мислене. Тук се наблюдава известно „обръщане“ на схемата на холивудския филм, в който най-често индианецът е отрицателен персонаж. Екранизират се и популярните романи на Карл Май. Характерен е значителният схематизъм и недостатъчна овладяност на жанра.

Не особено сполучлив опит за явно пренасяне схемата на вестерна на чужд национален терен е полският „Вълче ехо“. Авторите му забравят, че отделният американски вестерн, колкото и слаб да е, има зад себе си подкрепата на една стабилна митология и иконология, резултат на историческите традиции на жанра. Затова използването изисква преосмисляне (например в „Никой не искаше да умира“ е потърсена една северна фолклорно-епична атмосфера).

Интересна пародия както на конвенциите на вестерна, така и на социалната му митология е чешкият филм „Лимонаденият Джо“. До известна степен той представлява своеобразна критика на масовата култура от този тип.

Масовата култура, както показва практиката, е неизбежна в определена степен и определени форми и за социалистическите страни. Различните идеологически и икономически условия на функционирането ѝ определят и нейните съществени идейни и етични различия. Тя така променя своя характер, че понякога трудно може да бъде идентифицирана без внимателен естетически анализ. Въвеждането на този термин е оправдано въпреки неговите родилни петна, защото доста точно определя една област, по-широка от понятието „развлекателно изкуство“.

Масовата култура е рожба на съвременната цивилизация, в която образът започва все повече да доминира над словото. Тя е едно от лицата на „демократизирането“ на изкуството, плод на разширяването — и специализирането — на функциите на естетическата сфера. Тя е неизбежна като явление, но характерът ѝ зависи от обществената йерархия на ценностите, обществената позиция на творческата интелигенция, отношението към националните културни традиции и т. н., т. е. от културната политика на нашата Партия.