

УДК 316

Стеценко Л. Л.

## СОЦІОЛОГІЧНІ ПОГЛЯДИ НА МИСТЕЦТВО В КОНТЕКСТІ СУЧАСНОЇ ЕСТЕТИКИ

*У статті розглянуто особливості становлення соціології мистецтва, досліджено мистецтво як соціокультурний феномен, проаналізовано функції сучасного мистецтва в контексті соціологічних й естетичних досліджень.*

**Ключові слова:** мистецтво, суспільство, мистецтвознавство, естетика, соціологія мистецтва, аудиторія.

*В статье рассматриваются особенности становления социологии искусства, изучается искусство как социокультурный феномен, анализируются функции современного искусства в контексте социологических и эстетических исследований.*

**Ключевые слова:** искусство, общество, искусствознание, эстетика, социология искусства, аудитория.

*Subject of the article is analysis of development of the sociology of art, the study of art as a social and cultural phenomenon, analyzes the functions of contemporary art in the context of sociological and aesthetic research.*

**Keywords:** art, society, art history, aesthetics, sociology of art, auditorium.

**Постановка проблеми.** Чому мистецтво, як правило, процвітає при авторитарних режимах і майже не розвивається при демократичних? Чому мистецтво, яке приваблює незначну кількість людей, вважається високим, а те, що подобається більшості, – низьким? Чому точка зору найвідоміших мистецтвознавців, критиків не підтверджується життям? Чому не можна передбачити, які твори мистецтва будуть високо оцінені в майбутньому? Чому «Мона Ліза» є найвідомішою картиною в історії людства? Відповісти на ці та багато інших питань не можна лише з позиції естетики й мистецтвознавства. Мистецтво функціонує в соціумі. Наприклад, для того щоб зрозуміти причину успіху або провалу того чи іншого художнього твору, необхідно оцінити не тільки його художні характеристики, а й конкретний соціокультурний контекст, особливості сприйняття аудиторією, що залежить від багатьох факторів – соціально-демографічного й етнічного складу, психологічного клімату, рівня освіти тощо.

Виявлення відповідей на ключові питання функціонування мистецтва в суспільстві передбачає здійснення аналізу мистецтва як елемента, що входить до єдиної соціальної системи. На сьогодні цей аналіз здійснюється передусім методами соціології мистецтва. На відміну від мистецтвознавства, соціологія мистецтва аналізує функціонування мистецтва в соціумі, художнє життя

суспільства, що включає розгляд не лише естетичних і художніх аспектів, а й інші суспільні процеси – соціальні, політичні, економічні. Мистецтво розглядається не як основний, а як рівноправний елемент суспільства, що дозволяє відтворити цілісну картину функціонування сучасного мистецтва та роль художника в соціумі.

К. Кодуелл у роботі «Ілюзія і дійсність» звернувся до метафори – мистецтво існує в суспільстві подібно до того, як перлина в мушлі. Соціолога мистецтва цікавить не стільки «перлина», скільки «мушля». Наведемо ще одну метафору – мистецтво нагадує прекрасну квітку. Класична естетика й мистецтвознавство будуть насолоджуватися її красою та пахощами, а соціологія мистецтва буде досліджувати ґрунт, добрива, усі ті умови, що дозволили їй рости й розквітнути. Очевидно, що неможливо зрозуміти особливості творчої діяльності художника незалежно від соціальних умов. Так само неможливо зрозуміти особливостей сприйняття публікою того чи іншого твору мистецтва поза соціокультурним контекстом.

Для того щоб розглянути функціонування мистецтва в суспільстві, необхідно виходити з того, що становить суспільство, з яких елементів складається, яке місце серед них займає мистецтво не тільки, як елемент культурного життя суспільства, а ширше – як елемент всієї соціальної дійсності, та дослідити їх взаємодію і взаємовплив.

Необхідність окреслення предмета та об'єкта соціології мистецтва, узагальнення теоретико-методологічних підходів соціологічного погляду на мистецтво становлять **актуальність** запропонованої теми.

**Метою** статі є аналіз становлення соціології мистецтва як галузі наукового дослідження та перспективи її розвитку.

**Ступінь наукової розробленості теми.** Дослідження мистецтва як суспільно значимої діяльності має давні традиції. Її можна вести від «соціальної критики мистецтва», що розпочав Платон, яку продовжили Августин, Дж. Сованарола, Ж.-Ж. Руссо, Л. М. Толстой. Незаперечним є факт, що мистецтво – один із найефективніших засобів впливу на суспільну свідомість і поведінку людини. Уперше своє класичне вираження і теоретичне оформлення теорія «соціальної критики мистецтва» отримала у вченні Платона, який поставив досить категоричне питання: чи має мистецтво суспільну користь, корисне чи некорисне мистецтво для суспільства?

Підґрунтя для традиційної парадигми соціології мистецтва формується за часів епохи Відродження, коли бурхливий розвиток творчих ремесел, колекціонування, формування антикварного ринку викликали необхідність у теоретичному осмисленні естетичних феноменів. Формується наукове мистецтвознавство, спираючись на ґрунтовний спадок античної та середньовічної філософії, історичних хронік. Саме в цей час у європейському культурному контексті активно розвивається «поле культурного виробництва» (П. Бурдьє). Виникають його агенти – художники, критики, колекціонери, мистецтвознавці,

формується основні категорії та поняття – стиль, манера, епоха, жанр, майстер, творець, нові технічні прийоми – світлотінь, об'ємність тощо, нові змістові акценти – переосмислення євангельських подій, їх індивідуалізація, можливість авторської інтерпретації. Поняття, що є звичними для сучасної естетики, мистецтвознавства, психології та соціології мистецтва, є продуктом досить тривалої історичної роботи та відображають процес реального культурно-історичного, економічного та соціального конститування художнього життя. Так, за часів Відродження виникають поняття «стилю» – індивідуалізованої манери творчості та поняття «майстра», на відміну від античного «ремісник», як такого, що досяг найвищого рівня професійності при втіленні власного покликання (долі, божественного чи природного одкровення). Європейський індивідуалізм суттєво змінив розуміння феномену мистецтва, твору мистецтва, процесу творчості, місця та ролі художника в суспільстві, аспекти зв'язку мистецтва та суспільства. Історія та теорія мистецтва починає створювати художню мову, за допомогою якої можна говорити про мистецтво, твір мистецтва, давати визначення його художньої цінності, що не зводиться до економічної вартості.

Залежність між мистецтвом і суспільством, суспільним благом, державою фіксувалася в різних напрямках соціально-філософської думки. Німецькі (І.-І. Вінкельман, Г. Е. Лессінг) та французькі (Ш. Монтеск'є, Д. Дідро) просвітники намагалися виявити взаємозв'язок між мистецтвом та політичною свободою. Ф. Шиллер, розвиваючи ідеї німецького Просвітництва, поставив розвиток мистецтва в залежність від всебічної самореалізації особистості. Р. Вагнер порівнював перспективи мистецтва з перспективами революції. К. Маркс підкреслював залежність розквіту мистецтва від подолання «відчуження праці».

Формування соціології мистецтва як експліцитної наукової теорії можна віднести до другої половини ХІХ ст., воно відбулося в межах французького та англійського мистецтвознавства, літературознавства та соціології. Формується конкретна постановка проблеми: дослідження зв'язку між суспільними трансформаціями та еволюцією типових художніх образів у трагедії та комедії (Ж. де Сталь), дослідження зв'язку між змістом твору та такими соціальними факторами, як домінуючі суспільні настрої та соціокультурне середовище (І. Тен), відображення в мистецтві соціальної інтеграції суспільства (Ж. М. Гюйо).

Отже, у середині ХІХ ст. соціологія мистецтва виокремилась у самостійну галузь дослідження, яка виділяє соціальну проблематику мистецтва і його соціальне функціонування як своє предметне поле. Основною тріадою дослідження на той час були «автор – твір – аудиторія», але аналіз цих феноменів поза контекстом художнього життя суспільства набули різного трактування. Минуло вже понад століття з часу виходу у Франції друком твору Ж. М. Гюйо «Мистецтво з соціологічної точки зору» (1900 р.), але до сьогодні соціологія мистецтва становить досить строкате явище, пропонуючи часто різні погляди на свій предмет.

Сучасна західна соціологія мистецтва спирається на такі теоретичні та методологічні підходи, як функціоналізм, теорія соціальної дії, теорія культурно-історичних типів, інтеракціонізм та ін. Основна складність, яка постала перед соціологією мистецтва на початку ХХ ст., полягала в тому, що соціологічний підхід не був у змозі пояснити всезагальну, універсальну значимість творів мистецтва минулого, їхньої актуальності сьогодні. Відмовляючись від абсолютизації соціологічного підходу, соціологія мистецтва намагається його подолати та більш чітко виявити свій специфічний предмет дослідження.

Ще однією важливою тенденцією в розвитку соціології мистецтва виявила себе з кінця ХІХ – початку ХХ ст. диференціація соціології мистецтва на низку дисциплін, які конкретно аналізують зв'язок різних видів мистецтва з соціальним життям. Формується соціологія літератури, де вивчаються зв'язки між письменниками, твором та публікою, зміна інтерпретацій твору мистецтва у зв'язку із зміною смаку читачів та критиків (Р. Ескарпі, Л. Гольдман), відображення в літературі цінностей, стереотипів та забобон масового читача, феномен типового образу (Б. Берельсон, Л. Ловенталь). У середині ХХ ст. як самостійна дисципліна виникає соціологія музики (Т. Адорно); формується соціологія театру (Ж. Дювіньо), соціологія кіно та телебачення (З. Кракауер, Д. Прокоп, Ж. Дюран, Е. Морен, Д. Джарві). Свідченням конкретизації соціології мистецтва є аналіз мистецтва під кутом зору відображення в ньому специфічних соціальних процесів (наприклад, культурної інтеграції, соціальної мобільності), особливий інтерес до функцій митця в соціальних інститутах, взаємовідношення державних організацій та творчих спілок, ролі цензури в мистецтві, процесів відтворення та репродукції художньої творчості.

Серед основних тем сучасної теоретичної та практичної соціології мистецтва основними є: мистецтво і соціокультурна стратифікація суспільства, мистецтво і формування картини світу, субкультури і мистецтво; оцінка творів мистецтва і її відносність, оцінка художньої якості та художнього смаку, художня критика як інструмент оцінки мистецтва, високе та масове мистецтво, непрофесійне мистецтво та його роль у культурі, фольклор, реабілітація масового мистецтва; національна специфіка художньої культури, етнокультурні особливості художньої культури; мистецтво як соціальний інститут, функціонування художньої культури; аудиторія мистецтва, поняття публіки, естетичне виховання аудиторії; мистецтво та держава, художник і влада, культурна політика держави, цензура як засіб здійснення культурної політики; ринок художніх цінностей та послуг, маркетинг у мистецтві, меценатство в мистецтві; методи та інструменти соціологічного дослідження художньої культури.

Очевидно, що суспільне життя є дуже складною і динамічною системою взаємозв'язків. Але не можна не помітити, що сьогодні не тільки зростає увага до культурного та естетичного оформлення суспільної взаємодії, а сама ця взаємодія щоразу все більше наповнюється естетичним і художнім змістом. В постіндустріальному суспільстві масові соціальні рухи розгортаються навколо

питань, що стосуються способів і стилів життя. Цінності, які традиційно відносять до культурних, естетичних, зокрема освітній рівень, естетичний смак, прирівнюються за своїми функціями до функцій капіталу (теорія «культурного капіталу» П. Бурдьє). Мистецтво дедалі більше переймає на себе функції рушія суспільних і політичних змін. Виступаючи засобами регулювання індивідуальної і групової поведінки, цінності художньої культури виконують нормативну функцію. У зв'язку з цим саму художню культуру можна вважати як систему приписів і заборон, що функціонує в конкретному суспільстві, або систему уявлень про те, що є правильним, нормальним у людській поведінці, а що – ненормальним, гідним осуду.

Отже, аналіз соціального функціонування мистецтва можливий лише в контексті комплексного дослідження соціокультурної стратифікації суспільства та специфіки картини світу – світогляду, світосприйняття та світовідчуття. На відміну від традиційної парадигми дослідження мистецтва «художник – мистецтво – аудиторія», сучасна соціологія мистецтва пропонує іншу логіку руху дослідження: «особливості соціокультурної стратифікації суспільства – етнокультурні та субкультурні картини світу – роль мистецтва у формуванні домінантних картин світу».

Предметом соціології мистецтва є соціальні функції мистецтва. В широкому розумінні предмет соціології мистецтва – це дослідження певних взаємозалежностей між станом суспільства в цілому (або соціальних інститутів) та мистецтвом як специфічною сферою суспільно значимої діяльності. В вузькому розумінні предмет соціології мистецтва – це галузь соціології, яка за допомогою сукупності методів конкретно-соціологічного дослідження вивчає вплив мистецтва на аудиторію, соціальні механізми та засоби розповсюдження творів мистецтва (мистецької продукції), художній смак публіки, його диференціацію, його вплив на художню продукцію.

Ключові проблеми соціології мистецтва вирішуються за допомогою таких понять, як «художнє життя суспільства» (Ю. В. Петров), «поле культурного виробництва» (П. Бурдьє), «світ мистецтва» (Г. Беккер), «картина світу», «культурний інститут», «аудиторія» тощо.

Поле культурного виробництва – це універсум виробників творів мистецтва, філософів, художників, письменників, літературних інституцій, журналів, університетів, де формуються письменники, критики тощо. Поле культурного виробництва – це соціальний універсум, але при цьому вільний від деяких примусів, які характеризують соціум загалом, він наділений власними законами функціонування, але в той самий час він не має абсолютної незалежності від зовнішніх законів (П. Бурдьє).

Художнє життя суспільства – галузь суспільного життя, основу якої складає діяльність з виробництва, розповсюдження та засвоєння художньої свідомості, естетичного досвіду разом із відповідними відношеннями та інститутами. У процесуальному плані діяльність у художньому житті суспільства розпадається на

художнє виробництво та художнє споживання. Ці види опосередковуються діяльністю з розповсюдження мистецтва, художніх ідей, цінностей та норм, можуть включати репродукування та тиражування мистецтва (Ю. В. Петров).

У художньому житті суспільства задіяні особистості, групи, класи, які долучені до створення й сприйняття художніх цінностей, їх зберігання, розповсюдження та споживання (художня критика, маркетинг, естетичне виховання). Продукти художньої культури (твори мистецтва, художні проекти). Культурні інститути – інститути, що забезпечують процеси створення, розповсюдження та засвоєння художніх цінностей, а також вивчають ці процеси й здійснюють цілеспрямований вплив на них (творчі союзи та спілки, установи культури та мистецтва, художні студії та гуртки, наукові та освітні заклади, органи управління культурою).

У сучасному художньому житті відбулися кардинальні зміни – майже всю сферу мистецтва обіймає масова культура. У ній на першому місці стоїть комерційний інтерес, мотив отримання прибутку. Від митця вимагається не тільки професіоналізм, а й продуктивність, вміння підпорядковувати авторські амбіції вимогам ринку, вміння задовольняти наявні та збуджувати нові інтереси в споживачів. Творчість набуває переважно колективних форм. У мистецтво приходять індустриальні методи виробництва. Ці фактори актуалізують дослідження соціології мистецтва. Всі вищезазначені особливості такого дослідницького підходу, як соціологія мистецтва, були зумовлені тим, що він формувався та існує в контексті емпіричних досліджень, зумовлених потребами ринку сучасного мистецтва.

Але проявляються й інші тенденції. Сучасний етап розвитку соціології мистецтва деякі дослідники називають «критичним самообмеженням» (А. П. Огурцов, Ю. Б. Смірнов), що має своє вираження в розмежуванні естетичних та позаестетичних факторів формування та розвитку мистецтва, фіксації соціального середовища як предмета соціології мистецтва та врахування поруч із ним інших факторів – передусім естетичних та психологічних (Ш. Дало, А. Хаузер).

Зазначається, що художній процес не зводиться до соціальних стимулів. Вплив суспільних і соціальних умов на зміст, спрямованість і розвиток духовної та культурної творчості не абсолютний. Існують механізми не лише впливу, а взаємовпливу культурного й соціального поля.

В історії, наприклад, можна зафіксувати незбіг (асинхронність) соціально-економічних та духовно-культурних процесів, феномен геніальності неможливо прогнозувати та пояснити науковими методами. Отже, творчий процес не зводиться до характеристик певної соціальної формації. Художнє життя суспільства збагачується та стимулюється не лише в межах соціальних інститутів, а й поза їхньою дією.

Тривалий історичний час існували єдині загальнозначимі культурні норми та стереотипи. Але художнє поле, простір мистецтва не є галуззю колективного,

безособового відтворення культурних стереотипів, а є перш за все результатом творчості, що має індивідуальне авторство й може створити такі культурні варіації, які можуть не відповідати функціонуючим суспільним формам культури. Мистецтво звертається не тільки до базових для конкретної культури категорій та канонів, а здатне продукувати власні духовні змісти, естетичні цінності, що можуть переорієнтувати суспільну свідомість і привести до зміни картини світу. Художня реальність – це не тільки дублювання та відтворення різних видів діяльності, а й породження нових інтуїтивних, інтелектуальних, емоційних змістів, нової духовності.

**Висновки.** Конкретизуючи предмет соціології мистецтва, де мистецтво є одним із засобів впливу суспільства, стану, класу, соціальної групи на людину, зазначаємо, що вихідним моментом дослідження є вплив мистецтва на суспільство, а основною сферою – сфера сприйняття мистецтва, у процесі якого виявляється ставлення до мистецтва різних суспільних груп та класів. Підкреслюємо, що соціологія мистецтва свідомо відходить від аналізу поліфункціональності мистецтва (естетичної, пізнавальної, творчої, евристичної функції та ін.). Саме тут відбувається відмежування соціології мистецтва й естетики, мистецтвознавства, психології творчості. В цьому контексті показовим є твердження «соціологія мистецтва без мистецтва» (Н. Фархатдінов), адже увага дослідників зосереджена на феноменах соціологічності, виробництва та споживання. Соціологи досліджують мистецтво як особливу індустрію культурного виробництва (М. Хоркхаймер, Т. Адорно, Р. Петерсон) – економічного та духовного.

Вважаємо, що соціологічний погляд на мистецтво (П. Бурдьє, Г. Беккер) як на індустрію, яка складається з двох процесів: культурного виробництва та споживання, приводить до того, що мистецтво не розглядається з точки зору природи геніальності, трансцендентності мистецтва. Митці, критики, публіка виступають як функція в межах функціонування культіндустрії. Мистецтво в контексті соціологічного аналізу позбавляється своєї сакральної природи, естетичного виміру, а його твори розглядаються як товар. У межах парадигми соціології мистецтва мова йде про уречевлені форми мистецтва, відносно яких можна здійснювати якісну та кількісну оцінку, а також визначати їх певну економічну цінність.

#### **Література:**

1. *Беньямин В.* Произведение искусства в эпоху его технической воспроизводимости / В. Беньямин // Произведение искусства в эпоху его технической воспроизводимости. Избранные эссе. – М. : Медиум, 1996.
2. *Бурдьє П.* Социология социального пространства / П. Бурдьє ; пер. с фр. ; общ. ред. и послесл. Н. А. Шматко. – М. : Ин-т экспериментальной социологии ; СПб. : Алетейя, 2005.

3. Бурдьє П. Формы капитала / П. Бурдьє ; пер. с англ. М. С. Добряковой; Бурдьє П. Различение: социальная критика суждения (фрагменты книги) / П. Бурдьє ; пер. с фр. О. И. Кирчик // Западная экономическая социология: хрестоматия современной классики. – М. : РОССПЭН, 2004. – 680 с.
4. Бурдьє П. Рынок символической продукции / П. Бурдьє // Вопросы социологии. – № ½. – 1993.
5. Введение в социологию искусства : учеб. пособие для гуманитар. вузов / Е. В. Дуков, В. С. Жидков, Ю. В. Осокин и др. – СПб. : Алетейя, 2001. – 255 с.
6. Давыдов Ю. Н. Искусство как социологический феномен / Ю. Н. Давыдов. – М., 1968.
7. Жидков К. С. Искусство и картина мира / К. С. Жидков, К. Б. Соколов. – М. : Алетейя, 2003. – 464 с.
8. Маркетинг у сфері культури та мистецтв / Кольбер Франсуа, Нантель Жак, Білодо Сюзан, Річ Дж. Деніс ; пер. з англ. Святослава Яринича. – Львів : Кальварія, 2004. – 240 с.
9. Перов Ю. В. Художественная жизнь общества как предмет социологии искусства / Ю. В. Перов. – Л., 1980.
10. Петров В. М. Количественные методы в искусствознании : учеб. пособие / В. М. Петров. – М., 2004. – 432 с.
11. Социология искусства : учебник – СПб. : Искусство-СПб, 2005. – 479 с.
12. Соціологія культури : навч. посібник / О. М. Семашко, В. М. Піча, О. І. Погорілий та ін. ; за ред. О. М. Семашка, В. М. Пічі. – К. : Каравела ; Львів : Новий світ-2000, 2002. – 334 с.
13. Фархатдинов Н. М. Социология искусства без искусства / Н. М. фархатдинов // Социологическое обозрение. – Т. 7. – № 3. – 2008. – С. 55–69.
14. Фриче В. М. Социология искусства / В. М. Фраче. – Изд-во Едиториал УРСС, 2003. – 208 с.
15. Шульга Раїса. Сучасний простір відносин мистецтва та споживача / Р. Шульга // Соціологія: теорія, методи, маркетинг : науково-теоретичний часопис. – 2005. – № 4. – С. 73–91.