



Противостояние,  
которого нет

Chackatta Maggot

**Писатель:**

**Я писатель!**

**Читатель:**

**А по-моему,  
ТЫ ГОВНО!**

**(Писатель стоит несколько минут, потрясенный этой новой идеей, и падает замертво. Его выносят.)**

**Д. Хармс «Четыре иллюстрации того, как новая идея огорошивает человека, к ней неподготовленного»**

Словосочетание «элитная культура» стало синонимом хорошего вкуса, высокой эмоциональной и смысловой насыщенности, синонимом качества и оригинальности. Антоним элитной культуры – культура массовая: дурной вкус, ширпотреб – штампованный, клишированный, завернутый в шуршащий фантик, блестящую мишуру. Ешь, пипл, дескать, не смущайся – специально для тебя готовили. Единое целое культуры разрезали на два неравных куса и заставили эти куски воевать друг с другом.

**Элитная культура** (она же высокая) – это искусство для небольшого сообщества людей, наделенных особой, недоступной для массовой аудитории, художественной восприимчивостью.

**Поп-культура** подчеркнута ориентирована на средний уровень развития массовых потребителей. Причем при усреднении идет «игра на понижение». Аудитория массового искусства: «средний» человек со своими средними интересами и никакой жизнью. Недалекий обыватель. «Массоид».

Разница в отношении к этим двум явлениям выражается уже в определении: высокое – для сообщества людей, массовое – для потребителей (которые по каким-то причинам людьми не называются).

**Стюарт Прайс (Stuart David Price)** делает добротную электронную музыку. Слушать его – примета хорошего вкуса и утонченности. Или взять, к примеру, альбом Мадонны 2005 года «Confessions On The Dance Floor». Электронная музыка, отголоски диско – все продумано (и спродюсировано все тем же Прайсом); хиты и филлеры смешаны пропорционально. Но это уже рассматривается как нечто второсортное. Как что-то, что булькает в старом цинковом ведре и что можно выливать в корыто – массам.

**Элитной** культуре присущи эстетизм, глубина содержания и новизна формы. Однако содержание может быть настолько глубоким, что его не поймет даже сама элита. То есть высокая культура во многом еще и непонятна. И чем непонятнее – тем выше и эстетичнее. Это платье на голом короле. И если вы хотите принадлежать к избранным авангарда, то должны разглядеть это платье и оценить его по достоинству.

Другое дело – **массовая культура**. Она воспринимается как симптом вырождения общества, как социальная патология. Это сформулировал Ортега-и-Гассет в «Восстании масс». По его мысли, мир населен лишенным каких-либо эстетических стремлений обывателем, который навязывает свои вкусы и стиль жизни целым государствам. Обезличенная масса – скопище посредственностей.

А не превращается ли толпа избранных в массу идентичностей и, по тому же Ортеге, в то самое скопище посредственностей? Получается, что превращается. И, значит, грань между высоким и низким – дрогнула.

**О** какой грани может идти речь, когда массовое и элитное взаимно проникают друг в друга?

По мнению критиков, «локомотив» массовой культуры – реклама, с ее броскими крикливыми девизами, рафинированным визуальным рядом. Кислотно-яркая реклама служит почвой, на которой растет масскульт. Но **«Майкл»** (1996, «Michael») с Траволтой, **«Город ангелов»** (1998, «City Of Angels») с Кейджем и Райан и бессоновский **«Ангел А»** (2005, «Angel A») «выросли» из элитарного фильма Вима Вендерса (Wilhelm Wenders) **«Небо над Берлином»** (1987, «Der Himmel uber Berlin»).

Массовое искусство берет свои идеи в искусстве элитарном. И затем тиражирует их. В музыке это случается особенно часто. У Modjo трек «Modjo Lady» (2000) как массовый не задумывался. Но популярным стал. Популярность не сделала трек хуже. Позже появится волна сходной музыки, на гребне которой будут Roger Sanchez, Bob Sinclar и другие.

Верно и обратное. Многие представители авангарда свои идеи берут из «помойки» массовой культуры. **Энди Уорхолу** оказались нужны банки супа «Кемпбелл» и кока-колы, фотографии *Мерлин Монро*. Это – самые что ни на есть клише ширпотреба, и с их помощью он создал авангардные работы.

Другой случай – фильмы **Хичкока** и **Тарантино**. Они нравятся не только широкой аудитории, но и ценителям всего самого элитного. Каждому, стало быть, свое.

Конечно, феномен высокого и низкого вызван не отсутствием вкуса у одних и наличием его у других. Дело в том, что общество неоднородно. «Люди пользы» и «люди гения», читаем у Ортеги. Делает ли это какую-то категорию лучше?

«Оба искусства» могут использовать одинаковые технологии. Когда-то **Kraftwerk** опередили свое время с помощью электронной аппаратуры: их музыка была в авангарде. А теперь мы слушаем **Depeche Mode** (по мотивам **Kraftwerk**) и **Camouflage** (по мотивам **DM**).

В элитной среде действует то же влияние авторитета (брэнда, если хотите), что и в «низком» шоу-бизнесе. Известное имя важнее художественной ценности работы. Имя «окрашивает» работу. Это явление получило название **«Дерьмо художника»** («**Merda d'artista**», итал.)\* : все, что угодно, будет признано произведением искусства при условии, что его произвел художник.

---

\* Название работы итальянского художника *Пьеро Мандзони (Piero Manzoni)*. В мае 1961 года Мандзони собрал собственные фекалии в 90 пронумерованных консервных баночек, в каждой из которых содержалось по 30 граммов, и написал на них: «100%-е натуральное дерьмо художника». Продавались баночки по цене золота такой же массы. Текущая цена равна примерно 30 500 евро. А 23 мая 2007 года один из экземпляров был продан за 124 000 евро на аукционе «Сотбис». Идея Мандзони – привлечь внимание к неразбочивости ценителей искусства, которые ценят все, что снабжено узнаваемым именем. По заверениям Агостино Боналуми, художника, работавшего с Мандзони, в баночках на самом деле содержится обычный гипс.

Нет и жанров, которые относились бы только к элитной или только к поп-культуре. Лишена смысла банальная реплика, распространенная в рецензиях: «N – это разновидность детектива, одного из самых популярных жанров массовой литературы». Авангардным или массовым может быть и детектив, и симфония, и песня. Как бы ни спорила с этим теория.

**Популярность?** Она тоже не критерий. Коммерчески успешной может стать и «пустышка», и шедевр. И наоборот. Кроме содержания и формы здесь действует множество других факторов. Можно вспомнить песню «Breathe» (2001) от французов **Telepopmusik**. Они далеки от массовой культуры, однако эта песня очень долго держалась в топе чартов самых массовых каналов и станций.

Иными словами, технологии, форма, содержание – все перемешивается. Нет ничего, что можно было бы однозначно отнести только к высокому или только к низкому. На поверку между ними нет границы. Как нет и воюющих сторон.

**Столкнулись не две культуры, а две версии снобизма.**

