

Атанас Тотляков

ИЗКУСТВО И КУЛТУРНИ ИНДУСТРИИ. ОТ ГЛЕДНА ТОЧКА НА АНТИКОНФОРМИЗМА

Aatanas Totlyakov

ART AND CULTURAL INDUSTRIES. IN TERMS OF AN ANTI-CONFORMISM

Abstract: This article discusses the issues that arise from the development and institutional acceptance of practices known as cultural industries. The intersection between emancipated art and its industrialized forms is a kind of conflict zone in which different conceptual nuclei resist.

Keywords: *art, cultural industries, conformism, anti-conformism.*

От гледна точка на социалната психология на Серж Московичи¹, за да имаме условие индивидите да повлияят на мнозинството чрез иновация и да въведат нови, оригинални норми в общностното действие на най-близкото си обкръжение, е необходимо да съществуват външни за общността промени, които застрашават съществуването на групата. В сферата на изкуството сме свидетели на такива примери. Тук ще разгледаме специфичната общност на визуалните артисти, и конкретно групи от индивиди и отделни творци, характеризиращи се с ангажираност² по отношение на развитието на условията на съществуване в положителна посока (социално ангажирани художници). Също така и тези, които се придържат към тезата „изкуство за самото изкуство“. За нас от значение е априорната увереност на вторите, че изкуството е независимо от външни условия (изкуството е напълно автономно³). При първите, вярата⁴ е в силата на изкуството да променя реалния живот. Тези групи, представляващи неконформирано малцинство, макар и да не са обособени фактически (или само частично), са най-силно засегнати от примерите, които ще бъдат посочени по-долу в текста. Нека детайлно разгледаме някои от тях и установим:

Питане (1). Налична ли е норма, произтичаща от мнозинство или власт, която променя „обичайното“ в областта на изкуството?

Питане (2). Благоприятна ли е обстановката за креативна промяна, идваща от малцинство или отделен индивид?

¹ **Московичи, С.** Иновация и влияние на малцинствата. // Социална психология. София: Дамян Яков, 2006, с. 63.

² Виж: **Моризо, Ж.** Ангажираност. // Речник по естетика и философия на изкуството. София: Рива, 2012, с. 38.

³ Относно автономия на изкуството виж следното: „Независимост на изкуството спрямо всичко, което е извън него и не се подчинява на неговите правила. Понятието „автономия“ предполага затворена, изцяло откъсната от останалите човешки занимания и дейности област на изкуството“. Идеята за автономно изкуство многократно е оспорвана. При Джон Дюи се достига до пълно отрицание – изкуството е същностно хетерономно. Виж: **Лонтрад, А.** Автономия (на изкуството). // Речник по естетика и философия на изкуството. София: Рива, 2012, с. 26.

⁴ В настоящата статия няма да дискутираме идеята за това дали изкуството може да влияе на реалния живот. Тук става дума за тип вярване, т.е. за това, че съществуват творци, които са убедени в това твърдение и не се нуждаят от доказателства.

На 27.04.2010 Европейската комисия гласува окончателно текста на „Зелена книга – Отключване на потенциала на културните и творческите индустрии“⁵. Ние ще приемем, че подобен документ, макар и изключително положителен за икономиката⁶, е **негативен за същинското изкуство**. От това следва, че „Зелена книга“ променя регулярното състояние на артистите и техните общности, възприемащи изкуството **еманципирано**. Тук трябва да подчертаем, че за тях културните и творчески индустрии са неизкуство, занаят (нещо направено с търговска цел), или най-малко подчинено изкуство, форма на масова култура. В тази връзка можем да посочим мнението на Жак Ленард, професор във Висшето училище за социални науки – Париж, според който „с течение на времето стана ясно, че „декоративното“, „приложното“, „занаятчийското“, а също и „академичното“ изкуство вече не са част от така нареченото изкуство“⁷. Това задава следната ситуация, отговаряща на формулираното по-горе **Питане (1)**: Налична е политически определена конвенция⁸ (идваща от наднационална политическа власт), която е в конфликт с конкретен тип мислене на индивиди, отделни „хора на изкуството“ или малки групи от тях (малцинство). Тези индивиди не са склонни да приемат наложените им норми, т.е. не се конформират с мнозинството. Неконформираниите творци са уверени в обществената вреда на конвенцията, по-точно в общественото ѝ влияние в негативна посока, изразяваща се в: **1)** Засилване на изолацията на произведенията на изкуството и хората които ги създават, ако не са забелязани от собствениците на крупния капитал; **2)** Подмяна на изкуството с форми за масово потребление, имитиращи изкуство; **3)** Доминация на икономическата над художествената стойност.

Те имат две възможности – да се приобщи към мнозинството (конформизъм) или да изработят и наложат иновативна **контранорма, която да видоизмени възприетите идеи** (антиконформизъм). Подобно противопоставяне не е новост. Самото понятие „културна индустрия“ е въведено от Макс Хоркхаймер и Теодор Адорно в „Диалектика на Просвещението“⁹ с първо издание от 1947 г. Днес понятието е разширено и се използва в множествено число. Без да навлизаме в подробен анализ на историческото време, в което е написана книгата, ще насочим вниманието към някои констатации. В Европа изкуството на плаката, киното, радиопредаването – всички днес приети в списъка на културните и творчески индустрии, са основните пропагандни медии на диктаторските режими. Изследователите на тоталитарното изкуство (Игор Голомщок, Чавдар Попов), определят настъпилите промени в процесите на изкуството под въздействието на властта. В тоталитарните държави (СССР, Италия, Германия) се налага партийно-държавен монопол на всички сектори на художествения живот, включително музеи, колекции, средства за информация, образователна система. Тези процеси започват в СССР след 1920 г., а в Италия – няколко години по-късно, и се характеризират с по-голяма свобода за мислещите различно.

⁵ Тук понятието „конвенция“ не се използва в юридически смисъл, а социологически. Ще използваме определението на Макс Вебер, което е: „С понятието „конвенция“... ще обозначим случая, в който се оказва въздействие върху определено поведение, но без каквато и да било физическа или психическа принуда, ... най-малкото като правило и непосредствено, единствено чрез одобрение или неодобрение, осъществено от хора, които съставляват специфично „обкръжение“ на действието. „Вебер, М. Правен ред, конвенция и обичай// *Фигури на културата/фигури на властта, съставител Коев, К. Критика и хуманизъм*, 2017, с. 48.

⁶ „Много проведени наскоро проучвания показват, че културните и творческите индустрии се представляват от силно иновативни дружества с голям икономически потенциал и са един от най-динамичните сектори в Европа, който допринася за около 2,6 % от БВП на ЕС, като има голям потенциал за растеж и осигурява качествени работни места на около 5 милиона души в ЕС“. – Виж: Зелена книга – Отключване на потенциала на културните и творческите индустрии, Брюксел, 2010, с. 3. – <https://publications.europa.eu/bg/publication-detail/-/publication/1cb6f484-074b-4913-87b3-344ccf020eef/language-bg>

⁷ **Ленард, Ж.** На кръстопътя на хуманитарните науки: художествената практика. // *Социологически измерения на изкуството. Антология*, Ч. 1, съст. Стефанов, И., Янева, А. София: Аскони-Издат, 2001, с. 203.

⁸ Тук понятието „конвенция“ не се използва в юридически смисъл, а социологически. Ще използваме определението на Макс Вебер, което е: „С понятието „конвенция“... ще обозначим случая, в който се оказва въздействие върху определено поведение, но без каквато и да било физическа или психическа принуда, ... най-малкото като правило и непосредствено, единствено чрез одобрение или неодобрение, осъществено от хора, които съставляват специфично „обкръжение“ на действието. **Вебер, М.** Правен ред, конвенция и обичай. // *Фигури на културата/фигури на властта*, съст. Коев, К. София: Критика и хуманизъм, 2017, с. 48.

⁹ **Хоркхаймер, М., Адорно, Т.** Културната индустрия. // *Диалектика на Просвещението*, София: Гал-Ико, 1999.

Авангардните художествени движения са игнорирани, като са обявени за извращение на вкуса¹⁰. Сформираниите нови групи, тези на художниците реалисти, се обръщат към висшата власт в държавата за конкретни указания как трябва да се работи. Голомшток посочва, че за първи път в историята на европейската живопис художниците изискват от партийното ръководство правила относно собственото си творчество¹¹. Не само Сталин и Мусолини, но и Хитлер, след завземане на властта през 1933 г., създават тотален регулиращ механизъм в културата и изкуството, обвързващ изкуство и общество. Политическата върхушка и лидерите непосредствено участват в тези процеси. Краят на Втората световна война не слага край на използваните средства за обществено въздействие. Напротив! В САЩ със същите прийоми се пропагандира консумацията на стоки, достигнало до всеобхватност в настоящето (рекламна индустрия). Днес написаното от Хоркхаймер и Адорно е напълно валидно. Културната индустрия, казват посочените автори, се стреми да обхване тотално ежедневието на хората. За тази цел е необходимо да сведе „непремиримите елементи на културата, изкуството и развлечението“¹² до единствена формула – банално повторение и „постоянно присъствие на стереотипите“¹³. Културната индустрия се слива с битовата потребност и черпи финансови средства от това единство, преди всичко като развлекателен бизнес. За Хоркхаймер и Адорно единствената идеология на културната индустрия е потреблението и съгласието с това. „Всичко което не се съчетава конформистки, се дарява с ... икономическо безсилие“¹⁴. Днес сливането на култура и развлечение се осъществява не само като разпад на културата, но също така и като принудително одухотворяване на забавлението¹⁵, постигнато чрез превъзходство на „техническия детайл над произведението“¹⁶ и надмощие на ефекта над идеята. В това забавление неотменно е наличен стопански елемент. В „търговския разговор“, съпътстващ осъществяването на дейностите на културната индустрия, разкриваме „гласа на шарлатанина от пазара“¹⁷. Търговецът продава „наслада“, но клиентът на културната индустрия трябва да се задоволи с „притежание на копие“¹⁸. „Насладата стимулира примирение, което да се забрави в нея“¹⁹. Това е „забавление с пазарна стойност“²⁰, което „се вмества сред идеалите“²¹. Висшите блага, от които са лишени масите, се превръщат в рекламни фрази, репродуцирани стереотипно до пълното им лишаване от смисъл. „Раят, повтарян от културната индустрия, е същото познато всекидневие“²², но лишено от съпротивителните сили на критичното мислене. Това внушение е сведено до проста формула. „Насладата винаги е означавала да не се мисли за нищо, да се забрави страданието, дори където се вижда“²³. Основният път в производството на продукти за културната индустрия е желанието на зрителя да се възпроизвежда строго „всекидневният свят на възприятието“²⁴. „Колкото по-плътнo техниките му удвояват емпиричните предмети, толкова по-успешна е днес измамата, че светът навън е пряко продължение на онзи, който опознаваме в прожекцията“²⁵. Всичко това води до лишаване на потребителя от въображение и неизбежно „закърняване на представната способност“²⁶. Продуктът предопределя реакциите на хората, обсебвайки чрез агресивни сигнали техните сетива. Това лишава зрителя от нуждата да изразява собствени мисли. След като отпадне способността за мислене и въображение, остава безпроблемната консумация на образи и фрази, „дори и в състояние на разсеяност“²⁷. **Всяка индустрия, включително и културната,**

¹⁰ Голомшток, И. Тоталитарное искусство, Галарт, 1999, с. 39.

¹¹ Голомшток, И. Тоталитарное искусство, Галарт, 1999, с. 40.

¹² Хоркхаймер, М., Адорно, Т. Диалектика на Просвещението. София: Гал-Ико, 1999, с. 170.

¹³ Пак там.

¹⁴ Пак там с. 167

¹⁵ Пак там, с. 179

¹⁶ Пак там с. 157

¹⁷ Пак там, с. 180

¹⁸ Пак там, с. 179

¹⁹ Пак там, с. 177

²⁰ Пак там.

²¹ Пак там, с. 179

²² Пак там, с. 177

²³ Пак там, с. 180

²⁴ Пак там, с. 158

²⁵ Пак там.

²⁶ Пак там, с. 160

²⁷ Пак там.

съществува като пирамида от издаващи заповеди индивиди и изпълнители на тези заповеди. „Щастието ще споходи този, който е предопределен за това от някоя по-висша власт“²⁸. Бившите художествени творци, вече включени в тези структури като „естетически експерти“, получават достъп до най-високите структури на политическата власт, „но във всяка художествена дейност се подчиняват на присъдите на неграмотните си шефове“²⁹. Юрген Хабермас в послеслова на „Диалектика на Просвещението“ (към изданието от 1986 г.) пише: „Сега остава единствено вопълът, че „категорията индивид, на която – въпреки цялото напрежение – се крепи идеята за автономията, не може да удържи пред едрата индустрия“³⁰.

Темата за културната индустрия остава валидна за Теодор Адорно и в други негови трудове. В „Естетическа теория“ той многократно засяга конфликта между изкуството и индустриализираната му форма. „В стоките на културата – казва Адорно – се консумира тяхното абстрактно битие – за друго ... те мамят консуматорите“³¹. Културната индустрия експлоатира процесите на разхудожествяване. „Тя кара хората да виждат като близко и принадлежащо им онова, което им е било отнето.“³²

Задоволяването на потребността на масите с механични репродукции на изкуство възпрепятства продължението на същинското изкуството³³, което „става стока“, ако не следва **обществената си съпротивителна сила**³⁴. Когато вкараме „извънестетическата същност“ на изкуството в „практиката на културната индустрия, робският респект към емпиричния детайл, непрекъснатата привидност на фотографската вярност се обединяват много по-успешно с идеологическата манипулация“³⁵. Нарочното производство на културен брак е насочено към полуобразованото съзнание на консуматорите: „изкуството трябва да стане удобно и незадължително като занимание в свободното време“. Това е „лъжливо и същевременно враждебно на изкуството съзнание“³⁶, подчинено на функционален момент. Адорно разглежда културната индустрия като налагане на тенденция, която „иска да направи художествените произведения невъзможни“³⁷. Срещу това той предлага изкуство, което е **проекция на отрицанието**: „Художественото произведение трябва да абсорбира дори и своя смъртен враг, заменимостта“³⁸. Много близо до тези идеи е и Херберт Маркузе. Изкуството „съобщава истини, несъобщими чрез който и да било друг език – **то противоречи**“³⁹, и това е неговата действителна познавателна функция. То е „отричаща производителна сила“, която се „подчинява на закона на даденото, като престъпва този закон“⁴⁰.

„Даденото в настоящето може да бъде тълкувано и по следния начин. Носителят на Нобелова награда за литература (1990) Октавио Пас заявява категорично, че въпреки развитието на науката и техниката ние сме в процес на **деградация**. Вината е в пазара, свеждащ значението на ценностите до икономическа ценност и единична цена⁴¹. Това е „задълбочаваща се деградация на всички ценности, подчинени на законите на икономическия обмен, комерсиалния обмен, консумацията. Съвременното общество превръща гражданите в консуматори“⁴². Феноменът, който трябва да ни тревожи, е „всеобщата пасивност“. Изход от това той вижда във възстановяване на понятието за личност, индивид, който е „самият център на креативността“⁴³. Октавио Пас твърди, „че в това понятие за личност винаги е при-

²⁸ Пак там, с. 181.

²⁹ Пак там, с. 166.

³⁰ **Хабермас, Ю.** Послеслов (към изданието от 1986 г.) // *Диалектика на просвещението*. София: Гал-Ико, 1999.

³¹ **Адорно, Т.** Естетическа теория. София: Агата-А, 2002, с. 36.

³² Пак там, с. 37.

³³ Пак там, с. 38.

³⁴ Пак там, с. 325.

³⁵ Пак там, с. 326.

³⁶ Пак там, с. 338.

³⁷ Пак там, с. 385.

³⁸ Пак там, с. 200.

³⁹ **Маркузе, Х.** Естетическото измерение. // *Социологически измерения на изкуството. Антология*, Ч. 1, съст. Стефанов, И., Янева, А. София: Аскони-Издаг, 2001, с. 70.

⁴⁰ Пак там, с. 71.

⁴¹ **Пас, О.** Изправени пред модерността. Интервю с К. Касториadis и О. Пас (водец А. Финкълкраут). // *Проектът за автономия*, съст. Я. Тарински. София: Anaress, 2014, с. 99.

⁴² Пак там, с. 93.

⁴³ Пак там, с. 100.

съствало, по имплицитен начин, понятието за другите“, формиращи „братство“ с общи идеи⁴⁴. Тук проблемът, който не може да бъде пренебрегнат, е числеността на такава общност в сравнение с глобалното общество.

Валтер Бнямин в бележки към „Парижките пасажи“ си поставя задача да демонстрира каузалната връзка между икономика и култура. За него, противоположно на идеите на Маркс, взаимовръзката е „връзка на изразяване“. „Трябва да се представи не икономическият произход на културата, а изразяването на икономиката в културата.“⁴⁵ Когато изкуството започне да се съмнява в своята задача, то става неотделимо от ползата. В този случай принудата диктува условие „да превърне новото в най-висша ценност“⁴⁶.

Още през 1935 г. големият френски поет и есеист Пол Валери отбелязва, че изкуството се е подчинило на „генерализирания социален живот на епохата“. То е получило „свой ранг в устроението на света“. Едновременно с това „създаването и потреблението на произведения на изкуството вече не са напълно независими едно от друго“⁴⁷. „Така Изкуството застава на страната на утилитарната Индустрия“⁴⁸ (пак там). Това е идея, която напълно съвпада с редове от „Зелена книга“. Във въвеждащия текст четем: „Фабриците постепенно биват заменяни от творчески общности, чиято суровина е способността им да измислят, създават и да правят нововъведения“⁴⁹. Креативността е суровина, която се капитализира чрез иновация. Това безспорно е положително. Но нека обърнем внимание и на следното: „Творческите индустрии са индустриите, които използват културата като входен материал и притежават културно измерение, въпреки че получените от тях продукти основно имат функционално приложение“⁵⁰. Ако културата **се използва като входен материал**, то какво получаваме на изхода? Отговорът променя положителната конотация в отрицателна. Виждаме, че фокусът на вниманието не е насочен към **същинското изкуство**, а към **функционално приложни продукти**. Към „стоките и услугите“ на културните индустрии можем да добавим и тези, които са свързани с намеси върху човешкото тяло – бодиарт, пиърсинг, татуировки, или трансформация чрез пластична хирургия. Както казва А. Анчева: „употребата на тялото като активен обект и инструмент се противопоставя на всички табута, тегнещи през вековете върху него“⁵¹.

От статистическа гледна точка в „Зелена книга“ са посочени осем области: „художествено и монументално наследство, архиви, библиотеки, книги и преса, визуални изкуства, архитектура, сценични изкуства, аудио- и аудио-визуални медии/мултимедия, и шест функции (опазване, създаване, производство, разпространение, търговия/продажби и образование“⁵². В документ на български език, наречен „Национална стратегия за развитие на творческите индустрии в България“⁵³, е публикуван списък, даващ по-голяма яснота за обхвата на творческите индустрии. Налага се да ги изброим, без да влизаме в подробности: Издателска индустрия; Софтуерна индустрия; Музикална индустрия; Визуални изкуства – живопис, графика, скулптура, приложни и експериментални изкуства; Сценични изкуства; Медийна индустрия; Филмова индустрия; Фотографска индустрия; Рекламна индустрия; Архитектура; Дизайн; Културно наследство; Индустрия на фестивали и културни събития. От това става ясно, че например живописиста следва да се конкурира за пазарен дял с **реални** индустрии, каквито са медийната и филмовата. Дори да оставим настрана икономическите показатели и да се насочим към социологическите, пак бихме се затруднили в това да кажем, че броят хора, които проявяват

⁴⁴ Пак там, с. 110.

⁴⁵ **Бнямин, В.** Парижките пасажи// Кайрос, Критика и хуманизъм, 2014, с. 347.

⁴⁶ **Бнямин, В.** Париж – столицата на XIX столетие. // *Литературен вестник*, бр. 29, 1999, с. 11; виж също и: **Стефанов, И.** От естетика към социология на изкуството. // *Социологически измерения на изкуството. Антология*, София: Аскони-Издат, 2001, с. 21.

⁴⁷ **Валери, П.** Общо понятие за изкуство. // *Реч за естетиката и други есета*. София: НБУ, 2011, с. 67.

⁴⁸ Пак там.

⁴⁹ Зелена книга – Отключване на потенциала на културните и творческите индустрии, Брюксел, 2010, с. 2. – <https://publications.europa.eu/bg/publication-detail/-/publication/1cb6f484-074b-4913-87b3-344ccf020eef/language-bg>

⁵⁰ Пак там, с. 6.

⁵¹ **Анчева, А.** Човек и канон. В. Търново: УИ „Св. св. Кирил и Методий“, 2016, с. 213.

⁵² Пак там.

⁵³ Национална стратегия за развитие на творческите индустрии в България. – <https://bsc.smebg.net/redi/resources/National.pdf>

интерес към изкуството на живописиста, е поне в малка степен съизмерим със зрителите в кинозалоните (пред телевизионните екрани в своя дом). При изброяването по-горе прави впечатление, че дизайнът е обособен като самостоятелна индустрия. Подобно отделяне на дизайна⁵⁴ от визуалните изкуства е напълно обосновано. Исторически той възниква за нуждите на индустрията и капитала. Той е същностно различен, макар че притежава някои сходства с изящното изкуството. Неговите разновидности – индустриален, мебелен, моден, графичен, медиен, уеб-дизайн – са тясно свързани с всички изброени по-горе културни индустрии. Трудът на **работника дизайнер** ще бъде заплатен при оформлението на периодичното издание (Издателска индустрия), както и при изготвянето на рекламната кампания (Рекламна индустрия), ще работи в тясно сътрудничество с Фотографската индустрия, или самият той ще *изработи* „нужните“ изображения. От това следва, че неговия труд е **стока** точно в смисла на понятието, което е формулирано от Маркс. В „Капиталът“ единствената спомената индустрия, съпадаща с посочените по-горе културни и творчески индустрии, е фотографията⁵⁵. Макар и търгувано, изкуството остава със **специфичен статут**. Днес живописецът може да се надява, че негови произведения ще бъдат закупени за експозиция в престижна колекция, но само ако е инвестирал достатъчно дълго в усъвършенстване на техниката, участвал е в конкурси на най-високо ниво, подготвил е фотодокументация, използвайки Фотографската индустрия, представен е от Издателската, Медийната и Индустрията на фестивали и културни събития. С други думи разполага със значителен първоначален капитал и е готов на рискова инвестиция. Друг вариант⁵⁶ е да организира производство на интериорни обекти с вторични белези на картина (платно върху рамка, маслени бои и др.). Вторият път е пътят към кича и е в пълно противоречие с традицията в изкуството. Примерите с живописиста са от голяма важност, защото именно тази форма на изкуство е разпознаваема сред широките обществени маси, включително и през представяните съобщения в масовите медии за търговски успехи, достигачи стотици милиони за едно произведение. Така развитата стратегия за културни и творчески индустрии по очевиден начин дава предимство на дизайна и предприемчивостта на базата на дизайна. По този начин се активира процес на трансформация на изящните изкуства в техни приложни версии: скулптура – част от филмов декор, живопис в интериора на фиктивен дом – кадър от телевизионен сериал. Изкуството е сведено до „удоволствието“ на съвременния телеконсуматор, описано от Корнелиус Касториадис. В „Културата в едно демократично общество“ той определя разликите във възприемането на произведение на изкуството и продукция на телевизионните културни индустрии. Според него „този вид удоволствие включва само мунимум сублимация: то е удовлетворение, заместващо импулсите с някакво превъплащение на воайорството, едно двуизмерно „удоволствие на органите“, съпроводена от максимална пасивност“⁵⁷. Тук естетическите категории „красиво“ и „грозно“ остават самоцелни, и всичко е изместено към пасивно „приемане“. На индивидуално ниво това съответства на процес, водещ до всеобхватен конформизъм. Нека обърнем внимание на това как подобна теза се проявява в нормативен документ. Заложените в „Национална стратегия за развитие на творческите индустрии в България“ цели са свързани с творчески предприятия, а не с индивида творец. Едно от малкото места, които засягат отделната личност е „Оперативна цел 2.4.2.“ – „Учредяване на награден фонд за подпомагане на перспективни проекти на творци с потенциал за **пазарна реализация** /подчертаването е на

⁵⁴ По определението на Пиер-Дамиан Юг дизайн е: „Създаване на форми за предмети и пространства, а впоследствие на производствени методи и потребителски профили в най-широк смисъл“. Работата на дизайнера по проектирането може да бъде разглеждана и отделно от производството, като план, макет, графична рисунка и др. Въпреки визуалното сходство с произведенията на изящното изкуство, резултата е концепт, идея, насочена към потреблението. **Юг, Пиер-Дамиан, Дизайн. // Речник по естетика и философия на изкуството.** София: Рива, 2012, с. 106.

⁵⁵ Маркс пише: „... въз основа на съответния и общ промишлен преврат се развиват съвсем нови отрасли на производство, а значи и нови полета на труда. Но техният дял е твърде незначителен дори и в най-развитите страни... Като главни индустрии от този род могат да се разглеждат ... телеграфът, фотографията... „**Маркс, К. Капиталът**, Т. 1, С., 1975, с. 460. К. Маркс не е могъл да види индустриалния потенциал на живописиста. През 1867 г. (годината, през която от печат излиза първото издание на „Капиталът“), картината от два века е независима „стока“, която може да бъде продавана и купувана, достъпна за „потребители“. Това е станало възможно с процеса на кавалетизация в развитието на европейското изкуство. Въпреки това произведението на живописното изкуство не е разглеждано като „потребителна стойност“.

⁵⁶ Можем да посочим и трети вариант – маргинализация на артистите.

⁵⁷ **Касториадис, К.** Културата в едно демократично общество. // *Проектът за автономия.* София: Anagess, 2014, с. 323.

автора/, включително и за награждаване на техните изключителни постижения⁵⁸. **От цитираното се вижда, че с приоритет е икономическата, а не художествената стойност.** От това следва, че за да имат успех, творците са задължени да се конформират с пазара на „пасивното приемане“ или с вкуса на бюрократите.

Културните индустрии **налагат на изкуството икономическа принуда.** В документа на Европейската комисия, както и в българския му аналог, не се дава определение за култура. Без да се заявява, се **налага култура на потреблението**, която е противоположна на културата, даваща жизнена среда на изкуствата. Тази разлика става по-осезаема, като приложим някои примери. Нека отново се позовем на Касториадис. Той дава следната дефиниция: „Ще наричаме *култура* всичко в публичната сфера на дадено общество, което отива отвъд чисто функционалното и инструменталното и представя едно невидимо измерение, или по-точно невъзприемаемо със сетивата, на което индивидите в това общество придават положително значение. С други думи, културата засяга всичко в това общество, което е свързано с въображаемото *stricto sensu* (в тесен смисъл), с поетическото въображаемо, което е въплътено в творби и практики, които отиват отвъд функционалното“⁵⁹.

Може ли нефункционалното изкуство, каквото е същинското еманципирано изкуство, да бъде защитено от конвенция, въвела в норма икономически измерими показатели? Категорично не! Въпреки това има изход. Той се намира във факта, че културните индустрии ще стимулират (финансират) креативността и иновациите. Това е възможност чрез въображението и творческото мислене да се преодолеят негативите на самата норма (конвенция) – основание да отговорим положително на **Питане (2). Обстановката за креативна промяна, идваща от малцинство или индивид, е благоприятна**, защото, спазвайки конвенцията, властимащите са длъжни да стимулират културни практики **различаващи се от общоприетите, и да осигурят възможност за межкултурен диалог.** Ако група или общност формулират и защитят публично неконформирани с индустрията идеи във вид на контранорма, то доминиращата политическа власт би следвало да приеме това като **обособена култура на малцинство**, която съгласно конвенцията е ценност. Неконформираната с културните индустрии общност може да се позове на мнението на авторитети, издигнали европейската култура до най-високо ниво. Такива са авторите, който са цитирани в настоящия текст.

ЛИТЕРАТУРА

1. Адорно, Т. Естетическа теория. София: Агата-А, 2002. [Adorno, T. Esteticheska teoria. Sofia: Agata-A, 2002]
2. Анчева, А. Човек и канон. В. Търново: УИ „Св. св. Кирил и Методий“, 2016. [Ancheva, A. Chovek i kanon. V. Tarnovo: UI „Sv. sv. Kiril i Metodiy“, 2016]
3. Бенямин, В. Парижките пасажи. // *Кайрос*. София: Критика и хуманизъм, 2014. [Benyamin, V. Parizhkite pasazhi. // Kayros. Sofia: Kritika i humanizam, 2014.]
4. Бенямин, В. Париж – столицата на XIX столетие. // *Литературен вестник*, бр. 29, 1999. [Benyamin, V. Parizh – stolitsata na XIX stoletie. // *Literaturen vestnik*, br. 29, 1999]
5. Валери, П. Общо понятие за изкуство. // *Реч за естетиката и други есета*. София: НБУ, 2011. [Valeri, P. Obshto ponyatie za izkustvo. // *Rech za estetikata i drugi eseta*, NBU, 2011]
6. Вебер, М. Правен ред, конвенция и обичай. // *Фигури на културата/фигури на властта*, съст. Коев, К. София: Критика и хуманизъм, 2017. [Veber, M. Praven red, konventsiya i obichay. // *Figuri na kulturata/figuri na vlastta*, sast. Koev, K. Kritika i humanizam, 2017]
7. Голумшток, И. Тоталитарное искусство. Москва: Галарт, 1999. [Golomshtok, I. Totalitarnoye iskusstvo. Moskva: Galart, 1999]
8. Касториадис, К. Културата в едно демократично общество. // *Проектът за автономия*. София: Анаресс, 2014. [Kastoriadis, K. Kulturata v edno demokraticno obshtestvo. // *Proektat za avtonomia*. Sofia: Anarress, 2014]
9. Ленард, Ж. На кръстопътя на хуманитарните науки: художествената практика. // *Социологически измерения на изкуството. Антология*, Ч.1, съст. И. Стефанов, А. Янева. София: Аскони-Издач, 2001. [Lenard, Zh. Na krastopatya na humanitarnite nauki: hudozhestvenata praktika// *Sotsiologicheski izmerenia na izkustvoto. Antologiya*, Ch.1, sast. I. Stefanov, A. Yaneva. Sofia: Askoni-Izdat, 2001]

⁵⁸ Виж: Национална стратегия за развитие на творческите индустрии в България <https://bsc.smebg.net/redi/resources/National.pdf>

⁵⁹ Касториадис, К. Цит. съч., с. 311.

10. **Лонград, А.** Автономия (на изкуството). // *Речник по естетика и философия на изкуството*. София: Рива, 2012. [Lontrad, A. Avtonomia (na izkustvoto). // *Rechnik po estetika i filosofia na izkustvoto*. Sofia: Riva, 2012]
11. **Маркс, К.** Капиталът, Т. 1. София, 1975. [Marks, K. Kapitalat, T. 1. Sofia, 1975]
12. **Маркузе, Х.** Естетическото измерение. // *Социологически измерения на изкуството. Антология*, Ч.1, съст. И. Стефанов, А. Янева. София: Аскони-Издат, 2001. [Markuze, H. Esteticheskoto izmerenie. // *Sotsiologicheski izmerenia na izkustvoto. Antologia*, Ch.1, sast. I. Stefanov, A. Yaneva. Sofia: Askoni-Izdat, 2001]
13. **Московичи, С.** Иновация и влияние на малцинствата//Социална психология. София: Дамян Яков, 2006. [Moskovich, S. Inovatsia i vliyanie na maltsinstvata//Sotsialna psihologia. Sofia: Damyan Yakov, 2006]
14. **Пас, О.** Изправени пред модерността. Интервю с К. Касториadis и О. Пас (водител А. Финкълкраут). // *Проектът за автономия*. София: Анаресс, 2014. [Pas, O. Izpraveni pred modernostta. Intervyu s K. Kastoriadis i O. Pas (vodesht A. Finkalkraut). // *Proektat za avtonomia*. Sofia: Anarress, 2014]
15. **Стефанов, И.** От естетика към социология на изкуството. // *Социологически измерения на изкуството. Антология*, Ч. 1, съст. И. Стефанов, А. Янева. София: Аскони-Издат, 2001. [Stefanov, I. Ot estetika kam sotsiologiya na izkustvoto. // *Sotsiologicheski izmerenia na izkustvoto. Antologia*, Ch.1, sast. I. Stefanov, A. Yaneva. Sofia: Askoni-Izdat, 2001]
16. **Хабермас, Ю.** Послеслов (към изданието от 1986 г.). // *Диалектика на просвещението*. София: Гал-Ико, 1999. [Habermas, Yu. Posleslov (kam izdaniето ot 1986 g.). // *Dialektika na prosveshtenieto*. Sofia: Gal-Iko, 1999]
17. **Хоркхаймер, М., Адорно, Т.** Диалектика на Просвещението. София: Гал-Ико, 1999. [Horkhaymer, M., Adorno, T. Dialektika na Prosveshtenieto. Sofia: S. Gal-Iko, 1999]
18. **Юг, Пьер-Дамиан.** Дизайн. // *Речник по естетика и философия на изкуството*. София: Рива, 2012, с. 106–107. [Yug, Pier-Damian. Dizayn. // *Rechnik po estetika i filosofiya na izkustvoto*. Sofia: Riva, 2012, s. 106–107]
19. Национална стратегия за развитие на творческите индустрии в България. [Natsionalna strategiya za razvitie na tvorcheskite industrii v Bulgariya] <https://bsc.smebg.net/redi/resources/National.pdf>
20. Зелена книга – Отключване на потенциала на културните и творческите индустрии, Брюксел, 2010. [Zelena kniga – Otklyuchvane na potentsiala na kulturnite i tvorcheskite industrii, Bryuksel, 2010.] – <https://publications.europa.eu/bg/publication-detail/-/publication/1cb6f484-074b-4913-87b3-344ccf020eef/language-bg>