

УДК 130.2

Феномен «массовая культура», определение и генезис представлений в западной и отечественной традиции

Метелёва Светлана Семёновна

Аспирант кафедры культурологии, Уральский государственный педагогический университет,
620017, г. Екатеринбург, проспект Космонавтов, 26;
e-mail: metel_sveta@mail.ru

Аннотация

Настоящая статья посвящена генезису представлений о феномене «массовая культура» и его влиянии на человека, культуру и общество в целом с начала XX века и вплоть до наших дней. В статье рассматриваются наиболее значимые для культурологической мысли точки зрения как зарубежных, так и отечественных авторов.

Ключевые слова

Массовая культура, цивилизация, обыденность, постмодернизм, информационное общество, ризома, культура потребления.

МАССОВАЯ КУЛЬТУРА – термин, используемый в современной культурологии для обозначения специфической разновидности духовного производства, ориентированного на «среднего» потребителя и предполагающего возможность широкого тиражирования оригинального продукта.

Явление это, само по себе неоднозначное, в XX веке становится

предметом рефлексии многих философов и социологов, что обусловило необходимость систематизации и самих подходов к исследованию культуры, и эвристического потенциала термина «массовая культура».

Уже в начале XX века в контексте общеполитических проблем, связанных с социальными изменениями общества в целом, поднимается

ся вопрос об изменении культурной парадигмы. Так, Х.Ортега-и-Гассет¹ уделяет особое внимание процессу массовизации и стандартизации жизни, вызванному научно-техническим прогрессом, массовым производством и, как следствие, повышением общего уровня жизни, процессом урбанизации и демократизации. Отныне «человек массы», некий деперсонализированный индивид, занимает все ступени социальной лестницы, а свои желания и потребности считает самыми значимыми. Считаясь только со своими эстетическими и нравственными предпочтениями, массовый человек формирует новый тип культуры, когда «для большей части людей эстетическое наслаждение не отличается в принципе от тех переживаний, которые сопутствуют их повседневной жизни»². В результате, была разрушена культурная традиция, нацеленная на высокое искусство, а на авансцену выведен эмпирический опыт обыденной жизни.

В свою очередь, Н.Бердяев в «Философии неравенства» рассматривает это обстоятельство как противостояние культуры и цивилизации,

которая рушит все ценности «во имя утилитарных целей, во имя блага народных масс»³. Традицию отрицания и порицания нового типа культура, снижения ее статуса в сторону общедоступности продолжают О.Шпенглер («Закат Европы») и К.Ясперс («Духовная ситуация времени»). Анализируя культурные процессы, они говорят об «упадке сущности искусства»⁴, основной функцией которого становится развлечение и «удовлетворение потребности в иллюзиях», как «замену орлиной перспективы жизни перспективой лягушачьей»⁵. Сам процесс демократизации культуры, развернутой в сторону всеобщего потребления, рассматривается как «нисхождение от культуры к цивилизации»⁶.

Радикальный пересмотр представлений о культурных процессах вносят неомарксисты Бирмингемского центра современных культурных исследований, созданного в 1964 году. Теоретики «Культурных исследований» (Р.Хоггард, Р.Уильямс, Э.Томпсон) социализируют понятие

1 Ортега-и-Гассет Х. Восстание масс. – М.: АСТ, 2001. – 510 с.

2 Там же. – С. 219.

3 Бердяев Н. Философия неравенства. – М.: АСТ, 2006. – С. 312.

4 Ясперс К., Бодрийяр Ж. Призрак толпы. – М.: Алгоритм, 2008. – С. 120.

5 Шпенглер О. Закат Европы. Т. 1. – Новосибирск: Наука, 1993. – С. 465.

6 Там же.

«культура», подчеркивая, что она представляет собой не столько совокупность высших интеллектуальных и художественных достижений человечества, сколько способ репрезентации и интерпретации жизненного опыта всех социальных групп, независимо от их положения в социальной иерархии. «Культура в обыденности» – так называлась работа Р.Уильямса, перечеркнувшая устаревшие представления о культуре. Уильямс утверждал, что культура должна быть изучена как целостный «способ жизни», как реальный мир, в котором обычные люди живут, любят, творят, отдыхают. То есть культура – это способ жизни, совокупность практик, процесс создания ценностей, присущих данному обществу. Такой подход к осмыслению культурных процессов в социально и исторически определенных контекстах, нивелирующий дихотомию «массовая» – «элитарная», отрицающий стереотипное деление на высокое и низкое искусство, становится одним из основных вплоть до наших дней.

Его продолжают теоретики постмодернизма Р.Барт, Ж.Бодрийар, В.Вельш, У.Эко, среди отечественных авторов выделим Н.Маньковскую, В.Курицына и М.Липовецкого. Они также рассматривают массовую куль-

туру как полноправное социальное явление, результат бурного развития потребительской культуры, отличающееся плюралистичностью и нарушением всех запретов. «... Если дихотомия высокого и массового искусства знаменовала собой «великий водораздел» в эстетике XIX-XX веков, то постмодернизм врачует нанесенную культуре рану», – резюмирует Н.Маньковская⁷. Продолжая воспринимать массовую культуру как профанную, кичевую, плоскую, постмодернисты предлагают эстетизировать ее также как альтернативную, инновационную, «другую» по отношению к классической культуре. Особенно подчеркивается ее способность воздействовать на массовое сознание путем создания собственной мифологизированной реальности либо системы жизненных символов («симулякров»). Массовая культура в таком контексте выполняет целый ряд общественно-значимых функций, например, упрощает процесс адаптации новых ценностей общества потребления, что обеспечивает нравственную стабильность и устойчивость в социуме.

Существенные коррективы в понимание роли и задач нового

7 Маньковская Н.Б. Эстетика постмодернизма. – СПб.: Алетейя, 2000. – С. 150.

типа культуры вносят социологи, в частности М.Маклюэн, Э.Тоффлер, М.Кастельс, создавшие концепцию нового информационного общества. Критерием прогресса в таком обществе является возрастание скорости внедрения инноваций, увеличение объема информации и скорости ее получения, что, в свою очередь, порождает в человеке растерянность, страх оказаться несведущим, несоответствующим, несовременным. В этом контексте многократно увеличивается роль массовой культуры, в частности, средств массовой информации, призванных создавать единую систему идей, образов и развлечений, выступая как оптимальное средство для контакта человека с миром информации. И концепция «глобальной деревни» М.Маклюэна, и «клиповость», по определению Тоффлера, нового типа культуры, который отмечает разорванность образного ряда – все это естественные характеристики современной массовой культуры, призванной предоставить естественное включение индивида в информационные процессы и адекватное восприятие полученной информации, ее эффективное использование в своей деятельности.

Новый этап в эволюции мирового культурного процесса, неотъем-

лемой частью которого является и российская культура, наиболее образно обозначили французские философы Ж.Делёз и Ф.Гваттари, введя термин «ризом», или «трава». Традиционная культура, согласно теории философов, ассоциируется с образом дерева, где корни – традиции, ствол – ценности, а крона – вершины искусства. «Логика дерева состоит в калькировании чего угодно, что дано нам уже готовым»⁸, «ризом» же символизирует бесконечность и непредсказуемость, хаос и беспорядок. Внутри этого хаоса возникает энергия, стимулирующая творческий процесс. Самоорганизация содержит импульс бесконечных трансформаций, приводя все в движение. Не требуя особых условий, она существует везде, заполняя собою пустоту. У нее нет ни начала, ни конца, есть только середина, из которой все произрастает, «она полностью развернута в сторону эксперимента, связанного с реальным»⁹. Иными словами, это всепроникающая культура одного дня, культура повседневности.

Российская традиция изучения массовой культуры во многом

8 Делёз Ж., Гваттари Ф. Тысяча плато: Капитализм и шизофрения. – Екатеринбург: У-Фактория; М.: Астрель, 2010. – С. 21.

9 Там же.

обусловлена точкой зрения советских авторов, среди которых выделим А.Кукаркина и В.Шестакова. Для них понятие «массовая культура» всегда ассоциировалось со спецификой капиталистического строя, что, по мнению названных авторов, и обусловило утилитарный, антиинтеллектуальный характер массовой культуры. Оценивая ее как «мир плохого вкуса» и «артизацию плохого мира»¹⁰, «растворение личности в стихии коллективно-бессознательного»¹¹, в мире инстинктов и соблазнов, доминирование гедонизма и эскейпизма, что создает неограниченные возможности для манипуляции сознанием, особый акцент всегда делался на рекламно-коммерческой доминанте западной массовой культуры. Именно это обстоятельство составляло основную демаркационную линию с культурой советской, которая всегда существовала как социальный проект.

Постсоветские авторы (А.Зиновьев, С.Ямщиков, С.Карамурза и пр.) традиционно связывают массовую культуру с западным, в первую очередь с американским, обра-

зом жизни. Продолжают относиться к масскульту предельно критически, подчеркивая его гедонистическую направленность, которая делает «колоссальную работу по одурачиванию и разъединению русских людей»¹², насаждая «заокеанский образ и стиль жизни»¹³, она, по мнению авторов, уничтожает духовную и культурную составляющую России.

В.Федотова в монографии «Хорошее общество», в свою очередь, рассматривает современную массовую культуру в качестве составной части стратегии США по отношению к России «Мягкая мощь». Ее социальная роль – это не просто производство универсального потребителя, но и придание ему особого статуса, иллюзии коллективности, вопреки растущему индивидуализму и растущему одиночеству, путем преодоления разрыва между публичной и частной жизнью. Для России, по мнению В.Федотовой, такой тип культуры, где превалируют развлечения, престижные товары и способы соблазнения покупателя, новые правила поведения и стандарты отношений, явился «средством деморализации, коррели-

10 Кукаркин А.В. Буржуазная массовая культура. – М.: Издательство политической литературы, 1985. – С. 115.

11 Шестаков В. Мифология XX века. – М.: Искусство, 1988. – С. 35.

12 Ямщиков Савва. Когда не стало родины моей... – М.: Алгоритм, 2010. – С. 158.

13 Там же. – С. 64.

рованным с неудачей капиталистического «строительства»¹⁴.

Резюмируем данную точку зрения о роли массовой культуры выводом В.Учёновой, согласно которому «посредством повседневного массового «облучения» низкопробными эстетическими изделиями достигается образование усредненных «одномерных» личностей, успешно пополняющих конгломерат «правильных» потребителей»¹⁵.

Однако в последние годы наметился некий мировоззренческий плюрализм и среди российских исследователей. Например, А.Костина, рассматривая массовую культуру как самостоятельный феномен эпохи постмодерна, подчеркивает важность ее идентификационных и адаптационных стратегий для закрепления новой социальной иерархии в обществе, основанном на потреблении. В качестве ведущей функции современной российской массовой культуры А. Костина¹⁶ определяет создание

иллюзорного мира, нейтрализующего социальную напряженность, индивидуальные комплексы, физиологические расстройства, ощущения нереализованности и неудовлетворенности культурой. Основными ее проводниками выступают средства массовой информации, тиражирующие новые мифы и стереотипы поведения в соответствии со сменявшейся культурной парадигмой в стране.

В представлении А.Ильина¹⁷ современная массовая культура – это явление, охватывающее весь общественный организм в целом, который невозможно свести к категорическому оценочному определению: только хорошо или только плохо. Автор подчеркивает неоднозначность воздействия массовой культуры на субъекта в силу ее неоднородности и разноплановости, окончательную ассимиляцию массовой и элитарной культуры.

Подводя итог, отметим, что массовая культура, на сегодняшний день, является полноправным социальным явлением. В основе ее возникновения и развития лежат два мощных процесса, характерных для данного этапа эволюции человеческого общества: науч-

14 Федотова В.Г. Хорошее общество. – М.: Прогресс-Традиция, 2005. – С. 52.

15 Учёнова В.В. Реклама и массовая культура: служанка или госпожа? – М.: Юнити-Дана, 2008. – С. 50.

16 Костина А.В. Массовая культура как феномен постиндустриального общества. – М.: ЛКИ, 2008. – 352 с.

17 Ильин А.Н. Проявление субъектности на различных уровнях массовой культуры // Вопросы культурологии. – 2009. – №8. – С.74-77.

но-технический прогресс, постоянно углубляющий информационное поле и возможности тиражирования, а также дух потребительства, спровоцированный ситуацией товарного изобилия.

Продолжая воспринимать массовую культуру как профанную, кичевую, плоскую, современные исследователи предлагают эстетизировать ее также как альтернативную, инновационную, «другую» по отношению к классической культуре. Особенно подчеркивается ее способность воздействовать на массовое сознание путем создания собственной мифологизированной реальности либо системы жизненных символов («симулякров»). Учитывая коммерческую доминанту,

«расцвет» гедонизма и эскейпизма, и, как следствие, неоднозначность воздействия на субъекта, очевидные возможности манипулирования сознанием, важно отметить и положительные стороны массовой культуры. А именно, ее информационно-адаптационную функцию, благодаря которой организуется обыденное сознание человека информационного общества, обеспечивается нравственная стабильность и устойчивость в социуме.

Само исследование состояния и эволюции массовой культуры сегодня видится достаточно актуальным, позволяя описывать опыт бытия современного человека через его повседневность.

Список литературных источников

1. Бердяев Н. Философия неравенства. – М.: АСТ, 2006. – 349 с.
2. Делез Ж., Гваттари Ф. Тысяча плато: Капитализм и шизофрения. – Екатеринбург: У-Фактория; М.: Астрель, 2010. – 895 с.
3. Ильин А.Н. Проявление субъектности на различных уровнях массовой культуры // Вопросы культурологии. – 2009. – №8. – С.74-77.
4. Костина А.В. Массовая культура как феномен постиндустриального общества. – М.: ЛКИ, 2008. – 352 с.
5. Кукаркин А.В. Буржуазная массовая культура. – М.: Издательство политической литературы, 1985. – 399 с.
6. Маньковская Н.Б. Эстетика постмодернизма. – СПб.: Алетейя, 2000. – 347 с.

7. Ортега-и-Гассет Х. Восстание масс. – М.: АСТ, 2001. – 510 с.
8. Учёнова В.В. Реклама и массовая культура: служанка или госпожа? – М.: Юнити-Дана, 2008. – 248 с.
9. Федотова В.Г. Хорошее общество. – М.: Прогресс-Традиция, 2005. – 544 с.
10. Шестаков В. Мифология XX века. – М.: Искусство, 1988. – 224 с.
11. Шпенглер О. Закат Европы. Т. 1. – Новосибирск: Наука, 1993. – 592 с.
12. Ямщиков Савва. Когда не стало родины моей... – М.: Алгоритм, 2010. – 480 с.
13. Ясперс К., Бодрийяр Ж. Призрак толпы. – М.: Алгоритм, 2008. – 272 с.

The "mass culture" phenomenon: the definition and origin of ideas in the western and national traditions

Meteleva Svetlana Semenovna

Postgraduate student,
Culturology Department, Ural State Pedagogical University,
Post Box 620017, Kosmonavtov avenue, 26, Yekaterinburg, Russia;
e-mail: metel_sveta@mail.ru

Abstract

The subject of the article is the genesis of ideas on the phenomenon of "mass culture" and its impact on human culture and society since the beginning of the twentieth century until the present days. The article unveils the most important for cultural studies points of view from both foreign and Russian researchers. The author consistently observes the tradition of philosophic thought of the early twentieth century civilization and the role of process of massivization (H. Ortega y Gasset, Berdyaev, Spengler), through the understanding of mass culture as an independent phenomenon by representatives of the Birmingham School (R. Williams, E. Thompson) to the works of sociologists (M. McLuhan, A. Toffler), semiotics (Barthes, Umberto Eco) and post-modernists (G. Deleuze and Felix Guat-

tari) in the late twentieth century, purposed to highlight the characteristics of the phenomenon. Author sheds particular emphasis on the works of local researchers (A. Kukarkin, S.Kara-Murza, V.Fedotov, N. Mankovskaya, A. Kostina, etc.), whose attitude toward popular culture ranging from a sharp rejection to attempts of identifying the meaning of values hasn't not yet become the subject of close analysis. And still, in author's opinion, the study of status and the evolution of popular culture itself seems quite relevant nowadays.

Keywords

Popular culture, civilization, ordinariness, postmodernism, information society, rhizome, the culture of consumption.

References

1. Berdyaev, N. (2006), *Philosophy of inequality [Filosofiya neravenstva]*, AST, Moscow, 349 p.
2. Deleuze, G., Guattari, F. (2010) *A Thousand Plateaus: Capitalism and Schizophrenia [Tysyacha plato: Kapitalizm i shizofreniya]*, Astrel, Moscow, 895 p.
3. Fedotova, V.G. (2005), *A good society [Khoroshee obshchestvo]*, Progress-Traditsiya, Moscow, 544 p.
4. Il'in, A.N. (2009), Manifestation of subjectivity at different levels of popular culture ["Proyavlenie sub'ektnosti na razlichnykh urovnyakh massovoi kul'tury"], *Voprosy kul'turologii*, No. 8, pp.74-77.
5. Jaspers, K., Baudrillard, J. (2008), *The Phantom of the Crowd [Prizrak tolpy]*, Algoritm, Moscow, 272 p.
6. Kostina, A.V. (2008), *Popular culture as a phenomenon of post-industrial society [Massovaya kul'tura kak fenomen postindustrial'nogo obshchestva]*, LKI, Moscow, 352 p.
7. Kukarkin, A.V. (1985), *Bourgeois mass culture [Burzhuaznaya massovaya kul'tura]*, Izdatel'stvo politicheskoi literatury, Moscow, 399 p.
8. Man'kovskaya, N.B. (2000), *The aesthetics of postmodernism [Estetika postmodernizma]*, Aleteiya, St. Petersburg, 347 p.
9. Ortega y Gasset, José (2001), *Revolt of the Masses [Vosstanie mass]*, AST, Moscow, 510 p.

-
10. Shestakov, V. (1988), *Mythology of XX century* [*Mifologiya XX veka*], Iskusstvo, Moscow, 224 p.
 11. Shpengler, O. (1993), *The Decline of the West*. Vol. 1 [*Zakat Evropy*. T. 1], Nauka, Novosibirsk, 592 p.
 12. Uchenova, V.V. (2008), *Advertising and popular culture: the maid or the mistress?* [*Reklama i massovaya kul'tura: sluzhanka ili gospozha?*], Yuniti-Dana, Moscow, 248 p.
 13. Yamshchikov, Savva. (2010), *When my country no more existed...* [*Kogda ne stalo rodiny moei...*], Algoritm, Moscow, 480 p.