

УДК 008

DOI: 10.34670/AR.2022.87.96.019

**«Массовая культура» XX века в концепциях Х. Ортеги-и-Гассета,
Р. Барта, Ж. Бодрийера****Коновалова Алина Викторовна**

Аспирант,

Государственный академический университет гуманитарных наук,
119049, Российская Федерация, Москва, Мароновский переулок, 26;
e-mail: akonovalova@gaun.ru

Статья подготовлена в Государственном академическом университете гуманитарных наук в рамках государственного задания Министерства науки и высшего образования Российской Федерации (тема № FZNF-2020-0001 «Историко-культурные традиции и ценности в контексте глобальной истории»).

Аннотация

В статье рассматривается определение и положение «массового общества» и «массовой культуры» середины XX века через призму наиболее известных философских и культурологических теорий. Анализируются прогнозы в отношении развития «массовой культуры», схожесть и различия во мнениях по отношению к рассматриваемому феномену. Освещено понятие «массы» и анализ сущности дегуманизации искусства, впервые введенной в научный оборот в творчестве Х. Ортеги-и-Гассета, анализируется системный анализ социальных процессов в труде Ж. Бодрийера «Общество потребления», рассматривается своеобразный анализ современной массовой культуры как знаковой системы в теории Р. Барта. Полученные в результате выводы позволяют утверждать, что для понимания полной картины состояния постиндустриального общества необходимо рассматривать историю «массовой культуры» в непереносимом контексте философско-онтологической и мифологической теорий. На этапе активного развития «массовая культура» характеризовалась философами и с негативной точки зрения, предвещающая «закат» европейского общества и «гуманитарную катастрофу», и с позитивной и нейтральной – где «массовая культура» не несет катастрофических последствий для становления общества, а является закономерным феноменом в условиях развития современной цивилизации. Концепции данных философов оказали огромное влияние на всю исследовательскую практику социально-массовых явлений и получили свое развитие в трудах исследователей «массовой культуры» и остаются актуальными для изучения данного феномена и в XXI веке.

Для цитирования в научных исследованиях

Коновалова А.В. «Массовая культура» XX века в концепциях Х. Ортеги-и-Гассета, Р. Барта, Ж. Бодрийера // Культура и цивилизация. 2022. Том 12. № 3А. С. 136-142. DOI: 10.34670/AR.2022.87.96.019

Ключевые слова

Массовая культура, массовое общество, Х. Ортега-и-Гассет, Ж. Бодрийер, Р. Барт, «Восстание масс», «Мифологии».

Введение

«Массовая культура» – многообразное и сложное явление, считающееся доминирующим типом культуры в современном мире и являющееся актуальным предметом для культурологических исследований, многие ее аспекты остаются до сих пор открытыми. Феномен «массовой культуры», несмотря на ее огромное значение для формирования современного гуманитарного пространства и оставаясь в фокусе исследовательского интереса на протяжении всего XX столетия, по-прежнему остается недостаточно изучен с точки зрения культурфилософских оснований. Выявление, причин возникновения, функционирования и форм существования «массовой культуры» исключительно важно для понимания ее роли в современной жизни.

Для целостного восприятия и изучения современного состояния «массовой культуры» в исторической ретроспективе, необходимо обратить особое внимание на основные теории ученых, писавших об этом. Теоретические труды Х. Ортега-и-Гассета, Ж. Бодрийера и Р. Барта заслуживают особого внимания, так как являются определяющими для феномена «массовой культуры» европейского общества XX века. Научные изыскания данных исследователей являются пророческими не только для постиндустриального европейского общества, но и для всего мира в целом. В своих эссе «Восстание масс» и «Дегуманизация искусства» Х. Ортега-и-Гассет выдвигает собственную теорию этико-эстетического подхода к трактовке «массовой культуры» и «массового общества», нашедшую подтверждение в культуре информационного общества XXI века. Семиотические аспекты «массовой культуры» Р. Барта важны для рассмотрения культуры как мифологической знаковой системы. Ж. Бодрийер обращается к философско-онтологическому смыслу, где он рассматривает культуру «не столько как систему знаков, опосредующих процесс коммуникации, сколько как своеобразную виртуальную систему, где подлинная социокультурная реальность подменяется альтернативной, симуляционной – гиперреальностью» [Костина, 2003].

«Восстание масс» и «Дегуманизация искусства» Х. Ортеги-и-Гассета

Понятие «Массовое общество» начала XIX века отличается от современного понятия «массы», которое сложилось с индустриализацией общества. Одним из первых исследователей, поднявших тему «всеобщей массовизации» является испанский философ, публицист, социолог и эссеист Хосе Ортега-и-Гассет (1883-1975). В своем социально-философском эссе «Восстание масс» (1930) он определил «массу» как не столько политическое, сколько философское и культурологическое понятие. «Масса» проникает во все аспекты европейского общества и обнаруживается во всех сферах жизни человека «Толпа – понятие количественное и визуальное: множество. Переведем его, не искажая, на язык социологии. И получим “массу”. Общество всегда было подвижным единством меньшинства и массы. Меньшинство – совокупность лиц, выделенных особо; масса – не выделенных ничем. ... Масса – это средний человек» [Ортега-и-Гассет, 2003]. Эпоху «всеобщей массовизации» Х. Ортега-и-Гассет сравнивает с подъемом исторического уровня. Не говоря об упадке, он называет эту эпоху странной: «современная жизнь грандиозна, избыточна и превосходит любую исторически известную. Но именно потому, что напор ее так велик, она вышла из берегов и смыла все завещанные нам устои, нормы и идеалы. В ней больше жизни, чем в любой другой, и по той же причине больше нерешенного» [там же].

Ключевым понятием эссе является понятие «человек-масса». Х. Ортега-и-Гассет описывает портрет «человека-массы»: рост его жизненных запросов, экспансия собственной природы, врожденная неблагодарность ко всему, что сумело облегчить «массе» жизнь «...современный человек массы, этот новый Адам, никогда не сомневается в своем совершенстве; его вера в себя поистине подобна райской вере. Замкнутость души лишает его возможности познать свое несовершенство, так как единственный путь к этому познанию — сравнение себя с другими; но тогда он должен хоть на миг выйти за свои пределы, переселиться в своего ближнего. Душа заурядного человека неспособна к таким упражнениям» [там же].

В 1925 г. выходит не менее известный труд испанского философа, освещающий теорию модернизма в искусстве «Дегуманизация искусства», где автор размышляет о вопросах эстетики через призму социального восприятия искусства европейским обществом XX века. Осмысляя искусство, Х. Ортега-и-Гассет подводит его под социальные теории. Рассуждения философа приводят к тому, что на протяжении короткого времени в искусстве сформировалась тенденция производить максимально натуралистичные и реалистичные объекты, и тем самым приучать публику к формированию вкуса, где самым интересным, красивым и прекрасным считаются те объекты искусства, в которых образы соотносились с повседневностью.

Соответственно, человеку не нужно было сосредотачивать свое воображение и создавать определенные системы и знаки интерпретации, которые позволили бы увидеть в искусстве, не связанном с повседневной жизнью, что-то интересное и ценное. Таким образом сформировались теория про «большинство» и «меньшинство» аудитории. «Для большей части людей эстетическое наслаждение не отличается от тех переживаний, которые сопутствуют их повседневной жизни. Отличие — только в незначительных, второстепенных деталях: это эстетическое переживание, пожалуй, не так утилитарно, более насыщенно и не влечет за собой обременительных последствий. Но в конечном счете предмет, объект, на который направлено искусство, а вместе с тем и прочие его черты, для большинства людей суть те же самые, что и в каждодневном существовании, — люди и людские страсти» [Ортега-и-Гассет, www]. «Большинство» аудитории желают видеть понятное искусство, которое отображает их повседневную жизнь. Это то, что интересно и приятно, то, что хочется потреблять. «Меньшинство», люди с хорошим художественным вкусом, которые находят для себя интересные объекты за пределами привычной чувственности и чувствительности, оказываются связаны с высоким (элитарным) искусством. Он приходит к выводу, «массовая культура» и «массовое искусство», как ее часть, это усредненное, понятное искусство, созданное для большинства людей с посредственным вкусом, тем самым подтверждая упадок общего уровня культуры.

В эссе Х. Ортега-и-Гассета разрабатывается этико-эстетический подход к трактованию феномена «массовой культуры». «Восстание масс», написанное под впечатлением первой мировой войны и накануне второй, можно рассматривать как пророческое, чему способствовали и последующие события: появление таких примеров социальной «патологии», как фашизм, нацизм и сталинизм с их массовым конформизмом, ненавистью к гуманистическому наследию прошлого, безудержным самовосхвалением и использованием наиболее примитивных наклонностей человеческой природы.

Ж. Бодрийяр и «Общество потребления»

В своей концепции «массовой культуры» помимо «симулякра»- «единицы неподлинного смысла, функционирующей в культуре» [Ким, 2013] — Ж. Бодрийяр в социально-философском труде «Общество потребления» (1970) через системный анализ социальных процессов,

приводящих к деградации общества и личности, охарактеризовал общество начала XX века как «общество потребления». Размышления философа подводят к тому, что в рамках «общества потребления» появился новый антропологический тип – «человек потребляющий», искажающий общественную мораль, и социальной психологии, утверждающей, что казаться (богатым, знаменитым, успешным, востребованным) отныне важнее, чем быть кем-то на самом деле.

Товар перестает рассматриваться с точки зрения объекта, приносящего пользу, а становится лишь знаком в знаковой системе существующих и имеющих ценность объектов только в непосредственной связке друг с другом. Иными словами, товар существует только в силу существования других товаров, таким образом меняется его онтологический статус. Весьма существенную роль играет тот контекст товарных форм, который включен в предложение того или иного производителя. Товар перестает рассматриваться потребителем как полезный предмет и теперь он рассматривается как знак – товарная форма, предложенная в общем ансамбле других товарных форм. В условиях «общества потребления» счастье воспринимается как количественная характеристика, количественный эквивалент потребления; его можно измерить в вещах или знаках. Человек, приобретая очередной продукт, реализует не собственные стратегии и не свой собственный выбор, а стратегии, навязанные ему извне. Цель покупки – выделиться, показать псевдо-статус и подняться в псевдоиерархии.

Одним из характерных признаков «общества потребления» является «массовая культура», вытесняющая традиционную культуру и традиционные ценности. Если раньше мода вытесняла устаревшие вещи, современная «массовая культура» отбирает в горизонт потребления все, что имело раньше традиционное значение. По мысли Ж. Бодрийера в обиход потребления идет все: история, человеческие отношения, природа, наука и традиционная культура, так как «Человек гламурного мышления есть существо, которое считает акты потребления достижением» [Бодрийер, 2006].

В структуре производства появляются такие атрибуты потребления как «китчевое искусство» – целью которой является приобщение потребителя к некому тренду, задающую статус и иерархию в обществе, а также имеющее надклассовый характер. «Китч может быть повсюду – как в детали предмета, так и в плане крупного ансамбля, в искусственной цветке и фоторомане. Он определяется преимущественно как псевдообъект то есть как симуляция, копия, искусственный объект, стереотип» [там же].

Размышляя о рекламе, Ж. Бодрийер затрагивает вопросы телесности и сексуальности. Человек в рамках общества потребления рассматривается так же, как и остальные объекты с точки зрения формы. Красивое тело является товарным фетишем, привлекая покупателя и ориентируясь на его инстинкты. Тело создает псевдоориентир на социальные различия в обществе, так как красивое тело по умолчанию должно рассматриваться как знак престижа. Несмотря на то, что тело используется с целью продвижения товара, Бодрийер рассматривает культ телесности на более глубинном уровне, как ориентир на всеобщее потребление: человеку предлагается мыслить, отталкиваясь от тела. Комплекс духовного вытесняется на периферию сознания такого индивидуума.

Досуг и свободное время, по мнению Ж. Бодрийера, также являются элементом потребления и представляют собой восстановление физических и моральных сил человека перед трудовым днем. «Общество потребления» не позволяет человеку даже в момент его отдыха выйти за пределы структуры потребления и за пределы смыслов, заданных в рамках этого общества. «Массовый человек», по мнению Бодрийера, ориентируется исключительно на потребление и не задумывается о нравственном и духовном. Потребление обрекает его на бесконечный бег за счастьем, которое, как горизонт, каждый раз отдаляется от него. В результате чего у него

формируется депрессия, он чувствует себя неполноценным членом этого общества и данная ситуация характерна для любого человека общества потребления. В «обществе потребления» потребляются не товары, а знаки. Философия «Общества потребления» может царить не только в развитых странах; культ потребления связан со всевозможным стиранием традиционных ценностей: всего высокого творческого и духовного. Сам человек в таком обществе низводится до уровня архаического восприятия и отношения к действительности. Таким образом, общество потребления представляет собой всеобщее тотальное обесценивание всего того, что окружает человека в современном мире. «Мы находимся на той стадии, когда «потребление» охватывает всю жизнь, когда все роды деятельности комбинируются одним и тем же способом [там же].

«Мифологии» Р. Барта

Французский философ и семиотик Ролан Барт (1915-1980) также рассматривал «массовую культуру» как систему знаков. В конце 1950-х годов он выпустил серию очерков о глобальной мифологизации, посвященных явлению, которые он охарактеризовал как «Миф сегодня». Этот труд – своеобразный анализ современной массовой культуры как знаковой системы, рассмотренной с позиций языка, лингвистики и семиотики. Миф, по Барту, является маркирующей качественной характеристикой «анонимного» современного буржуазного общества, при этом мифологизация — признак всех социумов. «Миф ничего не скрывает и ничего не демонстрирует – он деформирует; его тактика – не правда и не ложь, а отклонение» [Барт, 1996]. Позиция Р. Барта была такова, что массовая культура является неотъемлемой частью окружающего мира, и общество воспринимает ее повсеместно и постоянно. Любой объект массовой культуры – это система знаков, которая позволяет массе понимать их значимость и характеризовать реальность. На самом деле современное общество «массовой культуры» живет не в определенной действительности или реальности, которая является материальной и легко ощущаемой, а в постоянных репрезентациях, в знаковых и символических системах. В этом понимании — человек «массовой культуры» – человек символический. Рассуждения Р. Барта радикально отличаются от теории Х. Ортеги-и-Гассета. Согласно Бартовской концепции, понятия «массовая культура» и «массовый человек» относятся ко всему человеческому обществу.

Рассуждая о «массовой культуре» Р. Барт акцентирует внимание на том, что современное общество существует в мифической плоскости и мышление человека, заточенное под восприятие рекламы и медиатекстов, на самом деле мифологично, что наводит на мысль, что «массовая культура» это система мифологии. Р. Барт рассматривает «массовую культуру» как пространство, обеспечивающее большому количеству людей доступ к благам цивилизации. По его теории, «массовая культура» дает возможность потребления культурных продуктов демократично, массово и свободно от ограничений, которые имеют социально-экономическую и социально-политическую природу.

Заключение

Рассмотрев философские труды данных ученых можно сделать вывод, что в их теориях отмечается изменение европейского общества и появление нового типа человека («человек потребляющий» Ж. Бодрийяра, «человек-масса». Х. Ортега-и-Гассета). На этапе активного развития «массовая культура» характеризовалась философами и с негативной точки зрения (Х. Ортега-и-Гассет), предвещающая «закат» европейского общества и «гуманитарную катастрофу», и

с позитивной и нейтральной (Р. Барт, Ж. Бодрийяр) — где «массовая культура» не несет катастрофических последствий для развития общества, а является закономерным феноменом в условиях развития современной цивилизации. Все теории данных философов оказали огромное влияние на всю исследовательскую практику социально-массовых явлений. Концепции данных философов оказали огромное влияние на всю исследовательскую практику социально-массовых явлений и получили свое развитие в трудах исследователей «массовой культуры» и остаются актуальными для изучения данного феномена и в XXI веке.

Библиография

1. Барт Р. Мифологии. М.: Издательство Сабашниковых, 1996. 235 с.
2. Бодрийяр Ж. Общество потребления. Его мифы и структуры. М., 2006. 179 с.
3. Каган М.С. Философия культуры. СПб., 1996. 386 с.
4. Ким М.А. Роль симулякра в современной культуре // Теория и практика общественного развития. 2013. № 11. С. 46-48.
5. Костина А.В. Массовая культура как феномен постиндустриального общества: дис. ... д-ра филос. наук. М., 2003. 496 с.
6. Ортега-и-Гассет Х. Дегуманизация искусства. URL: <http://lib.ru/FILOSOF/ORTEGA/ortega12.txt>
7. Туровский М.Б. Философские основания культурологии. М., 1997. 330 с.
8. Nurnazar P., Atabek S. Mass culture: towards the essence of the concept //Journal of Pedagogical Inventions and Practices. – 2021. – Т. 1. – №. 1. – С. 40-43.
9. Adorno T. W., Bernstein J. M. The culture industry: Selected essays on mass culture. – Routledge, 2020.
10. Venkateswaran P. S. et al. The Theory of the Postmodernism in Consumerism, Mass Culture and Globalization //Journal of Research on the Lepidoptera, Lepidoptera Research Foundation Inc USA. – 2019. – Т. 50. – №. 4. – С. 97-113.

“Mass culture” of the twentieth century in the concepts of J. Ortega y Gasset, R. Barth, J. Baudrillard

Alina V. Konovalova

Postgraduate,
State Academic University for Humanities,
119049, 26, Maronovskii lane, Moscow, Russian Federation;
e-mail: akonovalova@gaung.ru

Abstract

The article discusses the definition and position of mass society and mass culture of the mid-twentieth century through the prism of the most famous philosophical and cultural theories. The forecasts regarding the development of mass culture, similarities and differences of opinion in relation to the phenomenon under consideration are analyzed. The concept of mass and the analysis of the essence of the dehumanization of art, first introduced into scientific circulation in the work of H. Ortega y Gasset, are highlighted, a systematic analysis of social processes in the work of J. Baudrillard “Consumer Society” is analyzed, a peculiar analysis of modern mass culture as a sign system is considered in the theory of R. Barthes. The conclusions obtained as a result allow us to assert that in order to understand the full picture of the state of post-industrial society, it is necessary to consider the history of mass culture from philosophical-ontological and mythological theories. At the stage of active development, mass culture was characterized by philosophers both from a

negative point of view, foreshadowing the decline of European society and a humanitarian catastrophe, and from a positive and neutral point of view, where mass culture does not have catastrophic consequences for the formation of society, but is natural phenomenon in the conditions of development of modern civilization. The concepts of these philosophers had a huge impact on the entire research practice of social mass phenomena.

For citation

Konovalova A.V. (2022) «Massovaya kul'tura» XX veka v kontseptsiyakh Kh. Ortegi-i-Gasseta, R. Barta, Zh. Bodriyara [“Mass culture” of the twentieth century in the concepts of J. Ortega y Gasset, R. Barth, J. Baudrillard]. *Kul'tura i tsivilizatsiya* [Culture and Civilization], 12 (3A), pp. 136-142. DOI: 10.34670/AR.2022.87.96.019

Keywords

Mass culture, mass society, J. Ortega y Gasset, J. Baudrillard, R. Barthes, “The Revolt of the Masses”, “Mythologies”.

References

1. Adorno, T. W., & Bernstein, J. M. (2020). *The culture industry: Selected essays on mass culture*. Routledge.
2. Barthes R. (1972) *Mythologies*. Farrar, Straus and Giroux.
3. Baudrillard J. (1998) *The Consumer Society: Myths and Structures*. SAGE Publications Ltd.
4. Kagan M.S. (1996) *Filosofiya kul'tury* [Philosophy of culture]. St. Petersburg.
5. Kim M.A. (2013) Rol' simulyakra v sovremennoi kul'ture [The role of the simulacrum in modern culture]. *Teoriya i praktika obshchestvennogo razvitiya* [Theory and practice of social development], 11, pp. 46-48.
6. Kostina A.V. (2003) *Massovaya kul'tura kak fenomen postindustrial'nogo obshchestva. Doct. Dis.* [Mass culture as a phenomenon of post-industrial society. Doct. Dis.]. Moscow.
7. Nurnazar, P., & Atabek, S. (2021). Mass culture: towards the essence of the concept. *Journal of Pedagogical Inventions and Practices*, 1(1), 40-43.
8. Ortega y Gasset H. *Degumanizatsiya iskusstva* [Dehumanization of art]. Available at: <http://lib.ru/FILOSOF/ORTEGA/ortega12.txt> [Accessed 05/05/2022]
9. Turovskii M.B. (1997) *Filosofskie osnovaniya kul'turologii* [Philosophical foundations of cultural studies]. Moscow.
10. Venkateswaran, P. S., Sabarirajan, A., Rajest, S. S., & Rajan, R. (2019). The Theory of the Postmodernism in Consumerism, Mass Culture and Globalization. *Journal of Research on the Lepidoptera*, Lepidoptera Research Foundation Inc USA, 50(4), 97-113.