

Гонцов А.С.

УДК 168.522:316.723

**МАССОВАЯ КУЛЬТУРА - ПРОГРЕСС ИЛИ РЕГРЕСС В ЖИЗНИ
СОВРЕМЕННОГО ОБЩЕСТВА?**

Аннотация. Целью статьи является определение роли массовой культуры в жизни современного общества. Автором представлен краткий анализ теоретических моделей массовой культуры, созданных в предшествующий период, предложена классификация современной массовой культуры, обосновано значение массовой культуры в условиях глобализационных процессов современности.

Ключевые слова: культура, массовая культура, массовое общество, социокультурный феномен, индустриальное общество, средства коммуникации.

Анотація. Целю статті є визначення ролі масової культури в житті сучасного суспільства. Автором представлено короткий аналіз теоретичних моделей масової культури, створених у попередній період, запропоновано класифікацію сучасної масової культури, обґрунтовано значення масової культури в умовах глобалізаційних процесів сучасності.

Ключові слова: культура, масова культура, масове суспільство, соціокультурний феномен, індустріальне суспільство, засоби комунікації.

Summary. The purpose of is to define the role of popular culture in modern society. The author provides a brief analysis of the theoretical models of mass culture created in the previous period, proposed a classification of modern mass culture, justified the value of mass culture in a contemporary globalization processes.

The urgency of the problems caused by the mass culture of the role it plays in the modern world. The complexity and contradictions of mass culture and its ability to transform under the influence of social, technical and aesthetic factors, its mobility - all these circumstances necessitated the theoretical understanding of this phenomenon to a new level, taking into account the previous experience of studying in the philosophical and cultural literature.

In general, the study authors concluded that under current conditions, mass culture becomes the main sphere of familiarizing society to cultural values, while becoming increasingly apparent transformation of popular culture under the influence of cultural globalization.

Keywords: culture, mass culture, mass society, social and cultural phenomenon, industrial society, the means of communication.

В настоящее время вопрос о сущности и значении массовой культуры, ее классификации и соотношении с высокой и элитарной культурой является областью полемики ученых-гуманитариев. Большинство исследователей рассматривают массовую культуру как отдельную сферу более всеобъемлющего феномена - массового общества. При этом, «массовой культуре отводится роль средства, обеспечивающего функционирование массового общества» [1, с. 144]. Сегодня является очевидным, что теоретические модели массовой культуры, созданные в XX веке, явно нуждаются в уточнении в силу превращения ее в феномен глобального масштаба, играющего ведущую роль в системе культуры постиндустриального общества.

Актуальность проблемы массовой культуры обусловлена той ролью, которую она играет в современном стремительно глобализирующемся мире. Сложность и противоречивость массовой культуры, ее способность к трансформации под влиянием социальных, технических, эстетических и прочих факторов, ее мобильность и возможность реагировать на требования настоящего момента - все эти обстоятельства обусловили необходимость теоретического осмысления данного социокультурного феномена на новом уровне с учетом предыдущего опыта его изучения в философской и культурологической литературе.

Следует отметить также тот факт, что в современных условиях массовая культура становится основной сферой приобщения общества к культурным ценностям. В этой связи она должна осмысливаться не только как некий «нижний этаж» в пирамиде культурных образцов и ценностей, а как сфера преимущественного участия масс в культурной жизни.

В связи с этим, целью данного исследования является определение роли массовой культуры в жизни современного общества, а задачами:

- краткий анализ теоретических моделей массовой культуры, созданных в предшествующий период;
- обоснование классификации современной массовой культуры.

Истоки концепции «массового общества» и «массовой культуры» лежат в популярных на рубеже XIX и XX вв. социологических учениях о «двух типах социальной связи». Одним из основоположников этих учений был немецкий историк и социолог Фердинанд Теннис [2, с. 141]. Его учение о «втором типе социальной связи» по существу было развернутым описанием «массового общества».

Первые попытки теоретического осмысления феномена массовой культуры связывают с именами французских социологов Гюстава Лебона и Габриэля Тарда, австрийского психиатра Зигмунда Фрейда, русского врача и публициста Льва Николаевича Войтоловского, которые рассматривали проблему массовой культуры в тесной связи с развернувшимся процессом перерождения гражданского общества в массовое.

В начале XX века проблема массовой культуры привлекла внимание русских философов-идеалистов, в частности Н.А. Бердяева и Н.А. Ильина. В работе «Философия неравенства» Н.А. Бердяев выдвинул положение о принципиальном различии между культурой и цивилизацией. Под последней он понимал культуру массового общества - демократичную по своей природе, но лишенную сакральности и не способствующую духовному развитию и религиозному просвещению человека.

В 1930-х гг. массовая культура становится предметом анализа в работах одного из крупнейших мыслителей XX века, испанского философа Хосе Ортеги-и-Гассета, который в своих трудах «Восстание масс» и «Дегуманизация искусства» обосновывает теоретическое видение феномена массовой культуры.

Согласно его представлениям, массовая культура есть не что иное, как культура массового человека, считающего свои желания и потребности самыми значимыми [3, с. 76-77].

Впервые определение массовой культуры было дано известным американским социологом Дуайтом Макдональдом в статье «Теория популярной культуры», опубликованной в журнале «Политика» в 1944 г. Автор высказывался о существовании в современной духовной жизни общества двух противоположных по своей сущности культур - «элитарной» и «массовой», подчеркивая тесную связь социальной структуры «массового индустриального общества» и содержания массовой культуры. [4, с. 1].

Немецкий философ и социолог «Эрих Фромм в первой половине 1950-х гг. разработал положение о веке индустриализации и автоматизации, коммерсализации духовной жизни и потребительской трактовке духовных ценностей» [4, с. 19]

Французский социолог Жорж Фридман под массовой культурой подразумевал «совокупность культурных ценностей, отданных в распоряжение общественности с помощью средств массовой коммуникации в рамках технической цивилизации» [4, с. 20]

Дальнейшее развитие идеи теории массовой культуры получили в работах Левиса Козера, Эрика Баумана, Уолтера Липмана, Артура Шлезингера, Уилбура Шрамма, Теодора Адорно, Майкла Лермана, Эрнеста ван ден Хаага и многих других.

В 1960 г. в США состоялся первый симпозиум по проблемам массовой культуры. Участники его разделились на два лагеря, впоследствии названных в СМИ «пессимистами» и «оптимистами». Представители первого направления видели в массовой культуре угрозу человеческой индивидуальности, отрицание высокого искусства, деструктивное влияние на индивидуальное сознание (Теодор Адорно, Герберта Маркузе, Арман Матлар, Эрнест ван де Хааг, Дуайт Макдональд и другие) [5, с. 44]

Большинство вышеназванных авторов считали, что массовую культуру следует рассматривать преимущественно с социологической точки зрения: кто ее производит, для кого, с какой целью и результатом.

Так, например, американский социолог Эрнест ван ден Хааг главными признаками массовой культуры считал следующие:

- отделение творцов массовой культуры от потребителей как часть общего процесса отделения производства от потребления, работы от отдыха;
- стремление массовой продукции удовлетворять «средние» вкусы;
- эйскепизм, сочетающийся с жестокостью и вульгарностью;
- коррупция и развращение подлинных талантов соблазнами массового рынка;
- изоляция людей друг от друга, от жизненного опыта в результате чрезмерного развития средств массовой коммуникации;
- возникновение у потребителей массовой культуры тяги к группе, так как психологически и экономически сохранение индивидуальности обходится довольно недешево;
- духовное опустошение людей;
- отказ от наследия прошлого [6, с. 95]

Английский поэт Томас Элиот утверждал, что «массовая культура всегда будет подменной культуры, и рано или поздно более разумные их тех, кому эта культура была подсунута, обнаружат, что были обмануты» [7, с. 154]

Считая, что существование массовой культуры в современном обществе невозможно без средств массовой информации и придавая им наибольшее значение в структуре массовой культуры, испанский философ Хосе Луис Лопес Арангурен утверждал, что основными функциями СМИ являются:

- передача лишь незначительного количества подлинной информации с целью предотвращения недовольства той или иной части населения;
- нивелирование общественного мнения;
- организация пропагандистских кампаний;
- создание всевозможных мифов;
- насаждение практицизма и обывательских представлений;
- развлечение публики путем частичной изоляции от наиболее важных и актуальных тем;
- дискредитация оппозиционного мнения и их конкретных носителей;
- угнетение творческой инициативы;
- снижение уровня общественных культурных вкусов. [5, с. 154]

В целом, социологический подход, примененный представителями данного направления к изучению потребительской культуры, при всех его достоинствах полностью не решает проблемы «эстетической неоднозначности» массовой культуры в современном постиндустриальном обществе, так как под влиянием глобализации и цивилизационных факторов четко сформировались определенные эстетические закономерности, обладающие огромной силой воздействия.

В противовес представителям «пессимистического» (или традиционного) направления, исследователи, относящиеся ко второй группе, оценивают массовую культуру как явление прогрессивное, считая её стилем жизни современного общества, царящим над всем, и утверждали, что «мощное развитие СМИ открыли новую эру в истории человечества. [5, с. 46]

Если, по мнению первых, массовая культура оказывает на общество разобщающее воздействие, то канадский философ Герберт Маршалл Маклюэн, будучи приверженцем лагеря «оптимистов», видел в ней объединяющую силу, вовлекающую всех во взаимное общение и считал, что современные средства

коммуникации все более расширяют сферу общественной жизни индивида, вовлекая человека во все происходящее и возвращая его в мир целостного восприятия. При этом, информационная галактика содействует объединению человечества и превращает землю в «большую деревню», что способствует совершенствованию человека и духовного климата в обществе.

Немецкий философ Георг Гадомер Ганс утверждал, что в явлении массовой культуры опасности не существует, и хотя различие между «высокой» культурой и «популярной» не исчезло, главным становится взаимопроникновение культур.

Некоторые исследователи, как, например, Лесли Уайт, подмечая эволюцию массовой культуры, её временную динамику, исходили из того, что она удовлетворяет потребности общества в большей степени, чем формирует их.

Американский социолог Эдвард Шилз в статье «Массовое общество и его культура» считает, что «индустриальное общество создает наиболее благоприятные возможности для индивида.» [6, с. 89] Автор утверждает, что развитие технологии избавит общество от тяжелого труда, дав ему свободное время и предоставив все условия для развития личности, а для этого хороши разные способы, в том числе и массовая культура.

В самой этой культуре Э. Шилз выделил три слоя:

- высокую или «рафинированную» (гёЫпёё);
- среднюю (гесЙосге);
- грубую (ЪгаЫ);

По его мнению, первая отличается «серьезностью содержания, выбором основополагающих проблем, богатством выразительных средств» [5, с. 55]. В эту группу он включает великие поэтические произведения, романы, философию научные исследования, живопись, музыкальные композиции, исторический, социальный и политический анализ, архитектуру, продукты ручного труда. Этому слою культуры, по мнению автора, присущи правдивость и высокое эстетическое достоинство. К категории «средней культуры» Э. Шилз относит те произведения, которые не дотягивают до стандартов «рафинированной» культуры. Сюда он включает многие жанры из предыдущего слоя и некоторые новые, например, музыкальную комедию и мюзикл. Что касается третьего слоя грубой культуры, отличительной чертой её, по мнению автора, является более элементарная художественная символика, отсутствие глубины проникновения в материал, избыток чувствительности и сентиментальности. Э. Шилз включает в «грубую» культуру часть предыдущих жанров, а также игры и зрелища.

Автор считает, что эти три слоя культуры отличаются не только содержанием и эстетическими свойствами, но и своим художественным наследием. «Рафинированная» культура наиболее богата, так как в неё входят лучшие произведения не только современности, но и прошлого. «Средняя» культура беднее предыдущей, потому что у её произведений жизнь намного короче и они редко оказываются наследием для последующих поколений. И наиболее низким культурным уровнем отличается «грубая» культура, которая по мнению Э. Шилза не создаёт ничего нового, а ориентируется на уже достигнутое культурное наследие.

В целом, данная классификация опирается в основном на эстетические оценочные моменты, совершенно не учитывая аспекты такого явления, как массовая культура. Исходя из этого деления достаточно сложно установить критерии для отнесения произведений или жанров к тому или иному слою культуры. Ещё одним слабым местом данной классификации является нарушение принципа историзма. Она не учитывает условия в которых формируются явления массовой культуры и эволюции общественного сознания, хотя существование их автор признает.

По-другому строит свое исследование Г. Ганс. Он выделяет пять видов культуры, определяет для каждого вида основные характеристики и аудиторию. Что касается «высокой культуры», то здесь исследователь выделяет в качестве основополагающего критерия то, что её авторами являются «серьезные» художники а её потребители занимают элитарное социальное положение. Также Ганс выделяет культуру верхних слоев среднего класса, культуру низших слоёв среднего класса, «низкую» культуру и культуру «как бы народную».

Главной особенностью этой классификации является противопоставление массовой и элитарной культуры, хотя на настоящий момент в условиях существования современного постиндустриального общества, само понятие «элитарной» культуры теряет свой смысл, так как понятие элиты приобретает всё более многогранный характер. На сегодняшний день невозможно дать универсальное определение «элиты» как единой существующей прослойки общества. Вкусы и возможности элиты научной и политической, финансовой и творческой существенно отличаются, следовательно, выделять элитарную культуру в особый вид - элитарную культуру и противопоставлять её массовой не представляется возможным. Саму же современную массовую культуру целесообразно разделить на три направления:

- арт-культура или авангард;
- поп-культура;
- китч-культура.

Самым обширным направлением является непосредственно поп- культура, включающая в себя современные литературные произведения, музыкальную продукцию, продукцию СМИ, киноиндустрию, интернет- продукцию и т.д.

Отдельное место занимает китч-культура как наиболее примитивный вид, включающий в себя лишь подделки под искусство. Для культурной продукции этого направления характерны: использование стандартов и штампов; стремление к упрощению и вульгаризации в области как содержания так и формы; тенденции к визуальности - подмене слова изображением.

Следовательно, что касается значения массовой культуры в жизни общества, важной особенностью является то, что в современных условиях всё более очевидной становится трансформация массовой культуры под влиянием культурной глобализации, растущих возможностей шоу-бизнеса, компьютерных технологий. В связи с этим наблюдается постепенное слияние, а нередко и вытеснение элементов «высокой культуры» элементами массовой культуры, результатом чего ставится формирование новых культурных типов. Поэтому оценивать явление массовой культуры с точки зрения прогресса или регресса в жизни современного общества не представляется возможным.

С одной стороны очевидным становится негативное влияние массовой культуры, особенно это касается подрастающего поколения (порноиндустрия, кино и интернет продукция, пропагандирующая насилие и жестокость и т.д.), приводящие к формированию вульгарных вкусов, упрощенного восприятия, действительности, переносу грубости и жестокости в реальную жизнь.

С другой стороны, в условиях глобального мирового кризиса, обострившего проблему культурной сохранности и идентичности как стратегии выживания, феномен массовой культуры и процессы её трансформации превращаются в реальный фактор обеспечения социальной стабильности и обновления социокультурного пространства большинства государств и стран, в связи с чем сущность и значение такого явления, как массовая культура наполняется новым содержанием.

Поэтому массовую культуру не следует оценивать с негативных или позитивных позиций, учитывая ее значение в жизни современного общества, но и не рассматривая её как единую культурную «панацею»

Таким образом, исследуя феномен массовой культуры и всего многообразия существующих подходов к его рассмотрению, можно выделить следующее:

- теоретические модели массовой культуры, созданные в XX веке нуждаются в уточнении в силу превращения ее в феномен глобального масштаба;
- в современных условиях массовая культура становится основной сферой приобщения общества к культурным ценностям;
- в последнее время все более очевидной становится трансформация массовой культуры под влиянием культурной глобализации, в связи с чем наблюдается постепенное слияние, а нередко и вытеснение элементов «высокой культуры» элементами массовой культуры, результатом чего становится формирование новых культурных типов;
- в условиях глобального мирового кризиса феномен массовой культуры превращается в фактор обеспечения социальной стабильности и обновления социокультурного пространства большинства государств мира, в связи с чем ее значение наполняется новым содержанием.

Источники и литература:

1. Ашин Г. К. Доктрина массового общества / Г. К. Ашин. – М. : Политиздат, 1971. – 191 с.
2. Новиков Н. В. Мираж «организованного общества» / Н. В.Новиков. – М. : Издательство политической литературы, 1974. – 214 с.
3. Костина А. В. Массовая культура как феномен постиндустриального общества / А. В.Костина. – М. : Либроком, 2008. –352 с.
4. Давидюк Г. П. Проблемы «массовой культуры» и «массовых коммуникаций» / Г. К. Ашин, В. С. Бобровский. – Минск : Наука и техника, 1972. – 204 с.
5. Смольская Е. П. «Массовая культура» развлечение или политика? / Е. П. Смольская. – М. : Мысль, 1986. – 143 с.
6. Карцева Е. Н. Идеино-эстетические основы «массовой культуры» / Е. Н. Карцева. – М. : Знание, 1976. – 112 с.
7. США глазами американских социологов / Ответств.Ред. Иванов В. Н., Давыдов Ю. Н. –М. : Наука, 1988. – 248 с.
8. Кукаркин А. В. Буржуазная массовая культура / А. В. Кукаркин. – М. : Политиздат, 1978. – 350 с.