

Асланова Марина Теувежевна, Тлюняева Анна Адемировна

**"МАССОВЫЙ ЧЕЛОВЕК" В КУЛЬТУРЕ ПОСТМОДЕРНА**

Статья раскрывает содержание понятий "массовая культура" и "массовый человек". Авторы выдвигают и обосновывают тезис о том, что постмодернистская культура в сочетании с технологиями информационного общества явилась одной из основных детерминант возникновения и развития массовой культуры и, как следствие этого процесса, причиной появления массового человека. Рассматриваются взаимосвязи массовой и потребительской культур в современном обществе.

Адрес статьи: [www.gramota.net/materials/3/2014/9-1/2.html](http://www.gramota.net/materials/3/2014/9-1/2.html)

Источник

**Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики**

Тамбов: Грамота, 2014. № 9 (47): в 2-х ч. Ч. I. С. 16-18. ISSN 1997-292X.

Адрес журнала: [www.gramota.net/editions/3.html](http://www.gramota.net/editions/3.html)

Содержание данного номера журнала: [www.gramota.net/materials/3/2014/9-1/](http://www.gramota.net/materials/3/2014/9-1/)

**© Издательство "Грамота"**

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: [www.gramota.net](http://www.gramota.net)

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: [hist@gramota.net](mailto:hist@gramota.net)

6. Лазарев В. Н. Русская средневековая живопись: статьи и исследования. М., 1970. 304 с.
7. Лаурина В. К. К вопросу о новгородской иконописи XV столетия // Культура средневековой Руси. Л., 1974. 216 с.
8. Новгород и новгородская земля. Искусство и реставрация / науч. редактор Т. Ю. Царевская. Великий Новгород: Виконт, 2009. 265 с.
9. Петрова Е. И. Культурно-историческая значимость современной иконописи городов верхневолжского региона России // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. Тамбов: Грамота, 2014. № 5. Ч. 1. С. 147-149.
10. Русская икона из собрания Новгородского музея / авт.-сост. А. Н. Трифонова. СПб., 1992. 112 с.
11. Смирнов Э. С., Лаурина В. К., Гордиенко Э. С. Центры художественной культуры средневековой Руси: живопись Великого Новгорода. XV век. М., 1982. 575 с.
12. Янин Н. Новгородская летопись и ее московская переделка. М., 1874. 108 с.

**“MIRACLE FROM THE ICON «THE SIGN» (BATTLE BETWEEN THE RESIDENTS OF NOVGOROD AND SUZDAL)” AS HISTORICAL MONUMENT OF THE XV CENTURY**

Avdyusheva Elena Aleksandrovna, Ph. D. in History, Associate Professor  
National Research Nuclear University MEPhI (Moscow Engineering Physics Institute)  
EAAvdyusheva@mephi.ru

In the article Novgorod painting of the XV century in the light of the political life of Rus is considered. The author focuses on the problems of the political confrontation of Novgorod and Moscow Principalities and its reflection in Novgorod icon-painting art by the example of the icon “The Sign” (“Battle between the Residents of Novgorod and Suzdal”). The reason and time of the icon painting are considered. Special attention is paid to the role of archbishop Evfimiy II, who was of primary importance not only in spiritual life but also in the political life of Novgorod.

*Key words and phrases:* medieval art; Novgorod Republic; Principality of Moscow; historical icon-painting; battle of residents of Novgorod; residents of Suzdal; heroic struggle; icon; “Our Lady of the Sign”; archbishop John; archbishop Evfimiy II.

УДК 141.78

**Культурология**

*Статья раскрывает содержание понятий «массовая культура» и «массовый человек». Авторы выдвигают и обосновывают тезис о том, что постмодернистская культура в сочетании с технологиями информационного общества являлась одной из основных детерминант возникновения и развития массовой культуры и, как следствие этого процесса, причиной появления массового человека. Рассматриваются взаимосвязи массовой и потребительской культур в современном обществе.*

*Ключевые слова и фразы:* постмодернизм; информационное общество; массовая культура; массовый человек; потребительская культура.

**Асланова Марина Теуежевна**, к. филос. н.  
Северо-Кавказский государственный университет  
sgu.marishka@mail.ru

**Тлюняева Анна Адемировна**, к. филос. н.  
Сибирская государственная автомобильно-дорожная академия (филиал) в г. Сургуте  
kopsergenovaanna@yandex.ru

**«МАССОВЫЙ ЧЕЛОВЕК» В КУЛЬТУРЕ ПОСТМОДЕРНА®**

Уже очевидно, что характеристики современного общества во многом определяются эволюцией информационно-коммуникационных технологий. Процессы их внедрения, в свою очередь, детерминируют активизацию тенденций тиражирования культуры, причем, как правило, ее низкопробных форм, культурных эрзацев. Ускоряющим катализатором этого процесса выступает постмодернизм с его отсутствием всякой каноники и эталонных образцов. Взаимодействуя с информационными технологиями, постмодернизм возводит массовую культуру в статус элитарной, она становится диктатором норм и ценностных ориентаций потребителей культуры и участников социокультурного процесса.

«Развитие массового общества ставит вопрос о преобразовании и унификации всего комплекса информационных потоков, всей системы распространения культуры. Можно ожидать, что в ближайшие годы появятся «электронные библиотеки», которые решительно изменят традиционные способы сбора, хранения и получения информации. Визуальная, звуковая и сигнальная связь позволят жителям планеты в еще большей степени использовать все виды информации – устное и печатное слово, фотографии, телефонные сообщения,

телевизионные изображения, электронные вычислительные машины» [4, с. 327]. Эти футурологические фразы, написанные П. С. Гуревичем всего лишь несколько лет назад, уже сегодня стали объективной реальностью. Так, уже в полную мощь функционируют электронные библиотеки по всему миру. Например, чтобы ознакомиться с тем или иным изданием, находящимся, скажем, в одной из библиотек Соединенных Штатов или Европы, необязательно присутствовать там лично. Достаточно просто войти посредством сети Интернет на сайт нужной библиотеки и заказать интересующее издание.

Современные средства мобильной связи в тысячи раз ускорили возможности общения людей: всего в течение нескольких секунд можно отправить текстовое, звуковое или видео сообщение. Все это сделало возможным столь интенсивное развитие массовой культуры – одного из ярчайших проявлений союза постмодернизма и технологий информационного общества.

Сейчас много говорят и пишут о массовой культуре. Отношение к данному явлению в обществе неоднозначное, вплоть до резко противоположного. Одни видят в массовой культуре высшее проявление свободы человека, возможность наиболее полно себя реализовать. Другие воспринимают ее проявления с негодованием и возмущением.

Массовую культуру впервые начали изучать на западе в 50-е годы XX века. Это связано с тем, что именно там она и стала впервые складываться. Среди наиболее известных исследователей массовой культуры можно назвать американских социологов Д. Белла [2], Б. Розенберга [10], Э. Шилза [11], профессора социологии Торонтского университета М. Маклюэна [6], немецкого философа и музыкального критика Т. Адорно [1] и др.

В отечественной литературе изучение массовой культуры началось в 70-е годы XX столетия. Это связано, прежде всего, с тем, что наша страна на несколько десятилетий позже начала осваивать новые технологии и, в первую очередь, информационные. Такая ситуация была обусловлена процессом так называемой догоняющей модернизации и существенным отставанием отечественного производства как в качестве продукции, так и в технологии.

Наши авторы при исследовании массовой культуры практически всегда следовали за западными исследователями, критически оценивая как само явление массовой культуры, так и его отображение в «буржуазной» литературе.

Феномен массовой культуры очень сложен, многоаспектен; неудивительно, что среди авторов нет единства мнений в понимании сути данного феномена, времени его появления, причин существования.

Когда говорят о массовой культуре, то, как правило, имеют в виду произведения массовой культуры, распространяемые, в первую очередь, с помощью средств массовой информации и массовой коммуникации. Однако произведения массовой культуры – это только ее внешняя сторона. Безусловно, творцы произведений массовой культуры активно участвуют в формировании культуры общества. Однако, с другой стороны, они только реагируют на складывающиеся общественные потребности. И действительно, трудно не согласиться с тем, что массовая культура уже становится образом жизни современного общества. Массовая культура – это то, что активно входит в быт и привычки современного человека. И это неудивительно, ведь достижения информационной цивилизации, такие как персональный компьютер, мобильный телефон, телевизор, возможность выхода в глобальные информационные сети, выступают атрибутами информационного общества и являются главными трансляторами массовой культуры.

За время своего существования массовая культура вобрала в себя достаточно разнородные элементы – от откровенно вульгарных (в большей мере) до высоких (в меньшей мере). Это положение очень созвучно с одним из основных качественно определяющих элементов постмодернизма – эклектичностью. Как отмечает Е. А. Сергодеева, «центрированное и иерархичное социокультурное пространство современного общества в ситуации постсовременности становится совокупностью локальных и слабо скоординированных процессов» [8, с. 46]. Более того, массовая культура изначально была почти тождественна культуре постмодерна, поскольку начала складываться в странах Европы и США в 20-х годах минувшего века, а именно к этому времени исследователи относят возникновение постмодернизма как философского и социокультурного феномена.

Постмодернизм со своим отрицанием нормотворчества и традиционных установок в культуре, философии, теории познания, науке и т.д. стал идеологическим основанием массовой культуры – культуры, которая как бы ни за что не отвечает. Она не заинтересована в обретении высокого аксиологического статуса. Ее главная цель – угодить массовому потребителю, который ищет в ней, как и в постмодернизме, всецелое проявление своих индивидуальных потребностей. И чем интенсивней процесс омассовления культуры, тем менее дифференцированными становятся эти потребности у людей.

«Складывание массовой культуры было обусловлено рядом обстоятельств:

- громадным ростом населения, выходом на историческую арену масс;
- ростом городов, в особенности мегаполисов, и городского населения;
- стиранием социальных перегородок, значительным ростом жизненного уровня основной массы населения и образованием в связи с этим численно громадного «среднего класса»;
- развитием сферы услуг;
- значительным расширением сферы досуга населения;
- развитием средств массовой информации и коммуникации и т.д.» [3, с. 113].

Нетрудно заметить, что все вышеперечисленные детерминанты массовой культуры напрямую связаны с технологиями информационного общества.

Еще одним важным культурным феноменом постмодерновой ситуации в культуре информационного общества является так называемый массовый человек, то есть «воспроизводящий индивид», который не только не стремится к свободе, но органически не способен к ней. И, несмотря на достигнутые успехи в общественном развитии, современный человек не приобрел свободы в смысле реализации себя как личности, то есть развития интеллектуальных, эмоциональных и чувственных способностей. Он оказался в состоянии выбора: либо дорасти до полной реализации позитивной свободы, основанной на неповторимости и индивидуальности, либо избавиться от свободы с помощью новой зависимости, нового подчинения. *Escape from freedom* – так характеризует состояние «нормального» человека XX века Э. Фромм [9].

«Бегство от свободы» есть приспособление к окружающей действительности за счет потери своей индивидуальности и непосредственности. Это даже не «бегство от свободы», скорее, неспособность «жить в свободе», ставить высокие цели, мобилизовать волю для их достижения. Неспособность к самостоятельному творчеству в области духа, мысли – основание добровольной массовой несвободы. Такие индивиды составляют массу инстинктивной толпы и нуждаются в духовном руководстве, они безоговорочно принимают его, но только со стороны тех, кого масса признает за авторитет. Это избавляет массового человека от ответственности перед обществом и перед самим собой.

Массовый человек – это «материальный» человек, ориентирующийся на стандарты вещного мира, лишенный инициативы в сфере духа, для которого служение – это гнет, ибо «...служение – удел избранных, а не массы». Несвобода – естественная среда его жизни, а свобода предстает в превращенной форме как произвол (все дозволено), как явный или тайный бунт против социальных норм: моральных, эстетических, правовых. Не потому ли Х. Ортега-и-Гассет, раскрывая «анатомию массового человека, сравнивает его с избалованным ребенком, более того, называет «взбесившимся дикарем», ибо нормальный дикарь как никто другой следует высшим установлениям – вере, табу, заветам и обычаям» [7, с. 76, 98].

Многие теоретики концепции постиндустриального (информационного) общества XX века, прогнозируя будущее человеческой цивилизации, полагали, что отказ от образцов потребительского общества приведет к демассификации и дестандартизации, проявлению креативного потенциала, безграничных возможностей для конструирования и моделирования; на смену материальным придут духовные ценности. Однако действительные реалии оказались сложнее.

Руководствуясь здравым смыслом, который стал своеобразным результатом сформированной массовым обществом потребительской культуры, человек начинает активно и целенаправленно моделировать свой образ в соответствии со сложившимися корпоративными нормами и стандартами. Определяющими становятся «постматериалистические ценности» (Р. Инглхарт), связанные с желанием повысить свой статус, добиться наиболее полного самовыражения, субъективного благосостояния и высокого качества жизни [5, с. 111].

#### Список литературы

1. Адорно Т. *Философия новой музыки* / пер. с нем. Б. Скуратова. М.: Логос, 2001. 352 с.
2. Белл Д. *Грядущее постиндустриальное общество*. М.: Академия, 2004. 578 с.
3. Воронцов Б. Н. Феномен массовой культуры: этико-философский анализ // *Философские науки*. 2002. № 3. С. 110-123.
4. Гуревич П. С. *Философия культуры*. М., 2001. 352 с.
5. Инглхарт Р. *Культура и демократия* // *Культура имеет значение. Каким образом ценности способствуют общественному прогрессу* / под ред. Л. Харрисона, С. Хантингтона; пер. с англ. А. Захарова. М.: Московская школа политических исследований, 2002. С. 106-128.
6. Маклюэн М. С появлением Спутника планета стала глобальным театром, в котором нет зрителей, а есть только актеры // *Кентавр* / пер. В. П. Терин. М., 1994. № 1. С. 20-31.
7. Ортега-и-Гассет Х. *Восстание масс* // Ортега-и-Гассет Х. *Избранные труды*. М.: Весь мир, 1997. С. 43-162.
8. Сергодеева Е. А. Подозрение как феномен современной культуры // *Философские науки*. 2013. № 6. С. 41-49.
9. Фромм Э. *Бегство от свободы*. М., 1995. 288 с.
10. Rosenberg B. *Mass Culture in America/An: Mass Culture*. Clencoe, Illinois, 1958.
11. Shils E. *Theories of Society: Foundations of Modern Sociological Theory*. N. Y.: The Free Press, 1961.

#### “A MAN OF THE CROWD” IN CULTURE OF POST-MODERNISM

Aslanova Marina Teuvezhevna, Ph. D. in Philosophy  
North-Caucasus Federal University  
sgu.marishka@mail.ru

Tlyunyaeva Anna Ademirovna, Ph. D. in Philosophy  
Siberian State Automobile and Highway Academy (Branch) in Surgut  
kopsergenovaanna@yandex.ru

The article reveals the meaning of the concepts “mass culture” and “a man of the crowd”. The authors introduce and justify the thesis that the culture of post-modernism together with the technologies of information society was one of the basic reasons for the origin and development of mass culture and, as a consequence of this process, the origin of “a man of the crowd”. The paper investigates the interrelations of mass and consumer cultures in modern society.

*Key words and phrases:* post-modernism; information society; mass culture; “a man of the crowd”; consumer culture.