

Боровикова Нина Михайловна

ФЕНОМЕН МАССОВОЙ КУЛЬТУРЫ: "РЕАЛЬНАЯ" (ИСТИННАЯ) КУЛЬТУРА ИЛИ ПСЕВДОКУЛЬТУРА?

В статье рассматривается феномен массовой культуры в рамках современного культурфилософского знания. Основное внимание в работе уделяется анализу и исследованию разрозненности мнений представителей научного сообщества относительно ценности массовой культуры для общества. Рассматриваются результаты потребления продукции массовой культуры широкими слоями населения, в том числе влияние на социализацию и инкультурацию индивида.

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/3/2016/1/5.html

Источник

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

Тамбов: Грамота, 2016. № 1 (63). С. 31-33. ISSN 1997-292X.

Адрес журнала: www.gramota.net/editions/3.html

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/3/2016/1/

© Издательство "Грамота"

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: www.gramota.net

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: hist@gramota.net

УДК 130.2

Философские науки

В статье рассматривается феномен массовой культуры в рамках современного культурфилософского знания. Основное внимание в работе уделяется анализу и исследованию разрозненности мнений представителей научного сообщества относительно ценности массовой культуры для общества. Рассматриваются результаты потребления продукции массовой культуры широкими слоями населения, в том числе влияние на социализацию и инкультурацию индивида.

Ключевые слова и фразы: массовая культура; масскульт; академическая культура; псевдокультура; инкультурация; коммуникативное поле; семиотические системы.

Боровикова Нина Михайловна

*Московский государственный институт культуры
borovikova.nina@list.ru*

ФЕНОМЕН МАССОВОЙ КУЛЬТУРЫ: «РЕАЛЬНАЯ» (ИСТИННАЯ) КУЛЬТУРА ИЛИ ПСЕВДОКУЛЬТУРА?®

Феномен массовой культуры постоянно находится в центре научного интереса исследователей. Актуальность изучения данной проблематики заключается в систематизации разрозненных мнений и взглядов научных представителей относительно характера и специфики воздействия массовой культуры на общественное сознание и культурное пространство. Научное сообщество, изучающее проявления массовой культуры, можно условно разделить на два направления. Представители первого считают, что массовая культура – упрощенная система представлений о культуре, некая эрзац-культура или псевдокультура, не имеющая под собой веских оснований называться культурой. Сторонники другого подхода рассматривают массовую культуру как новый феномен в культурологическом пространстве, явление информационного общества, претендующее на все основные характеристики других культур: академической, народной или элитарной. Таким образом, считаем необходимым проанализировать имеющиеся научные подходы к пониманию феномена массовой культуры и определить «принадлежность» массовой культуры к академической или псевдокультуре.

Зарождение массовой культуры по времени появления относится к началу формирования науки о массах, основоположниками которой стали Г. Тард, Г. Лебон, Х. Ортега-и-Гассет, Э. Канетти, С. Московичи. Открытые ими научные школы, в рамках которых происходило изучение нового общества, его членов и принципов, на которых оно основывается, привело к появлению нового явления, неизвестного до этого научным объединениям. Постиндустриальное общество дало исследователям новый феномен для изучения – массовую культуру как элемент масс. Наиболее полно процесс формирования и приобщения индивидов к массе и массовой культуре отображает отрывок из монографии С. Московичи: «“Кишащий город, город, полный грез” для поэта; город, полный разочарований, для рабочего человека. На его необъятном рынке рождается массовая культура и массовые формы потребления. <...> Гигантский штамповочный станок уже выполняет свою роль фабрики коммуникаций: он отликает умы в единообразные, стандартные формы и обеспечивает каждой человеческой единице соответствие заданной модели» [4, с. 24-25]. В то же время Х. Ортега-и-Гассет не столь категоричен при анализе происходящих изменений: «Итак, господство масс имеет и положительную сторону: оно способствует подъему исторического уровня и показывает наглядно, что средний уровень жизни сегодня выше, чем был вчера» [6, с. 54]. Таким образом, можно с уверенностью утверждать, что истоки появления массовой культуры связаны с процессами урбанизации населения, повышением индустриализации населенных пунктов – изменениями, происходящими в рамках перехода к новому типу общества.

Понятие «массовая культура» относится к явлениям, которые получили широкое распространение и привлекли внимание к себе в научной среде: большое количество как отечественных (Г. Ашин, Б. Анастасьев, Н. Бердяев, Е. Карцева, А. Костина, Б. Райнов, Е. Смольская и др.), так и зарубежных (Д. Белл, Т. Веблен, Д. Макдональд, М. Макклюэн, Р. Миллс, Б. Розенберг, Л. Уайт, М. Хоркхаймер и пр.) философов и культурологов изучали этот феномен. Примерно в 30-е гг. XX в. начинается академическое изучение явлений массовой культуры, однако, исследователи считали эту дефиницию политически отягощенной. После окончания Второй мировой войны к массовой культуре и наукам о массах было настроенное обращение в связи с использованием результатов наблюдений и исследований при формировании фашистской идеологии.

Началом «расцвета» изучения массовой культуры считается 1941 г., когда немецкий философ М. Хоркхаймер ввел в научный оборот термин «массовая культура» в монографии «Искусство и массовая культура». Несмотря на этот факт «родной» массовой культуры принято считать США. «Если Рим дал миру право, Англия – парламентскую деятельность, Франция – культуру и республиканский национализм, то современные США дали миру научно-технический прогресс и массовую культуру» [10, р. 50], – отметил в монографии З. Бжезинский. Известный философ Америки Д. Макдональд ввел в научный оборот сокращенное наименование явления – масскульт.

В американской теории массовой культуры всех исследователей можно условно разделить на два противоположных лагеря: «оптимистов» и «пессимистов». Первые считают, что массовая культура – новая форма

проявления культуры и не несет негативных тенденций. Например, Д. Уайт отмечал, что продукция масскульта не формирует потребности общества, а удовлетворяет их. Вторит оппоненту Ж. Фридман, утверждая, что: «Под массовой культурой следует понимать все блага потребления, представленные в распоряжение публики (в самом широком смысле этого слова и независимо от всяких различий в категориях дохода и профессии) благодаря средствам массовой коммуникации в условиях технической цивилизации» [11, р. 3].

В то же время «пессимисты» представляют абсолютно противоположную точку зрения на феномен массовой культуры, считая ее фактором, ведущим общество к регрессу. Так Д. Макдоналд подразделяет культуру на Высокую и Массовую, при этом вводит термин «масскульт», высказывая свое пренебрежительное отношение к этому явлению. По мнению автора, продукты массовой культуры низшего качества и приравнивать их к искусству невозможно, это антиискусство. Продукты массовой культуры рассчитаны на среднестатистического зрителя и не обременены ни моральными, ни этическими, ни культурными нормами и правилами, при этом стандартизированы. Собственно, именно стандартизация продукции и позволяет массовой культуре «избавиться» от актуальности, новизны и спонтанности, то есть признаков, характерных для истинной культуры. Т. Адорно утверждал, что массовая культура – политизированное явление, специфический вид культуры капиталистического общества: «Дефиниция “массовая культура” была, по сути, идеологизирована, массовую культуру навязали сверху, она не исходит от народа» [9, р. 67]. Философ отмечал, что массовое искусство – товар для продажи современному обществу, оно манипулирует обществом с помощью точно выверенных эффектов и способов, лишено художественной формы академического искусства и неистинно.

Последователи Учения живой этики (Махатмы, семья Рерихов) изначально подразделяют культуру на истинную (академическую) и псевдокультуру (массовую). При этом философы представленного направления считают, что истинная культура способна облагородить индивида, дает возможность для самосовершенствования и духовного роста. В то время как массовая культура, или псевдокультура, – полностью противоположный феномен, приводящий к деградации человека, его эстетических, этических и интеллектуальных возможностей, а также пробуждающий низменные качества человека и личности. Следуя Учению живой этики, можно прийти к выводу, что псевдокультура не способствует гуманистическому развитию личности, духовной эволюции и социально-культурному прогрессу общества.

Представители отечественных культурологических и философских научных школ начали активное изучение феномена массовой культуры в конце 60-х – начале 70-х гг. XX в. Такое «позднее» изучение массовой культуры можно связать с политическими явлениями общественной жизни страны. Так, представители отечественной науки считали массовую культуру буржуазной, то есть несвойственной советскому образу мысли, продуктом капиталистического производства, несущего разрушение и деградацию личности социалистического человека. Однако к концу 80-х гг. XX в. стали появляться альтернативные точки зрения, которые акцентировали внимание научной общественности на современности массовой культуры, ее проявлении как феномена открытости общества с развитой системой коммуникации.

Отечественный культуролог К. С. Смирнов считает, что массовая культура происходит из академической культуры, но при этом все содержание истинной культуры вырождается под натиском дегенеративных изменений: «Это позволяет говорить о массовой культуре как о предпосылке антропологического кризиса. Последний представляет собой проблему сохранения человеческой личности как особой духовно-психической структуры в условиях растущих и всесторонних процессов отчуждения» [7, с. 14]. Отдельно следует отметить представления А. В. Захарова о массовой культуре. Автор считает, что масскульта как такового нет, а следовательно, нет продуктов массовой культуры. По мнению ученого, массовая культура – это не упрощенная форма культуры истинной, а «та форма, которую принимает культурное развитие в условиях индустриальной цивилизации, в условиях массового индустриального общества» [2, с. 5]. Массовая культура не производит духовных ценностей и благ, не приобщает аудиторию к их производству, а наоборот, отчуждает общество от их производства. Примечательно то, что масскульт обладает признаками серийности, универсальности, общедоступности и машинной воспроизводимости, а также создает некоторую надстройку, в которой используются новые, сгенерированные знаковые системы или особые языки, она словно находится над реальностью. То есть смысловую и ценностную нагрузку продукции массовой культуры возможно «рассмотреть» только в некой «виртуальной», мифической реальности, которая и создается продуктами псевдокультуры.

Философ А. В. Костина в монографии о массовой культуре делает иные, не столь негативные, выводы. В частности, автор указывает на уникальность и ценность феномена масскульта, так как именно с его помощью происходит адаптация продукции академической культуры для широких слоев населения, то есть массовая культура является средством инкультурации и социализации индивидов в современном обществе. С этой позицией согласен известный отечественный культуролог А. Я. Флиер: «С помощью этих образцов для подражания, массово создаваемых символическим производством, происходит обучение человека правилам нормативного социального поведения» [8]. В процессе инкультурации и социализации индивида происходит создание нового коммуникативного поля, в котором создаются и транслируются новые культурные ценности, установки, системы взглядов и стереотипов. То есть возникает диалоговое поле, в рамках которого происходит общение, создание новых или обмен имеющимися семиотическими единицами и системами. То есть, массовая культура представляет собой «универсальный канал трансляции основных смыслов культуры» [3, с. 30], является фактором сохранности и устойчивого функционирования общественно-социальных структур общества.

По мнению А. Генис, массовая культура является средством связи с традиционной академической культурой: «Если свести в одну формулу, то получается: все лучшее в современном искусстве питается живительным конфликтом массового искусства с творческой личностью» [1]. При этом автор отмечает, что масскульт становится неким соединяющим «мостом» между художником, творцом и потребителем производимой

культуры. В то же время другие ученые (Б. Райнов, О. С. Наумкина) отмечают, что при таком угле рассмотрения расширяются аудитории потребителей продукции массовой культуры. «В действительности один и тот же человек может быть весьма индивидуален и духовен в некоторых своих проявлениях, а в других случаях действовать как человек массы. Никто не может быть свободен или духовен вообще всегда» [5, с. 68], – пишет О. С. Наумкина. Таким образом, происходит в некотором роде «смешение» аудиторий академической и массовой культур, то есть сторонники произведений истинной культуры становятся потребителями продукции псевдокультуры, и наоборот.

Отнесение массовой культуры к псевдокультуре, прежде всего, связано с желанием сторонников и представителей истинной культуры к сохранению основных черт и выдающихся культурных достижений предыдущих веков и поколений. Но быстрое изменение общественно-социального устройства привело к появлению нового упрощенного способа восприятия реальности в целом и культуры в частности. Массовая культура провоцирует процесс разрушения традиционных ценностных, этических, эстетических и мировоззренческих установок в обществе, задает новую систему координат во всех сферах жизнедеятельности индивида. Широкая доступность продукции псевдокультуры делает ее более открытой, чем академическую: во все времена члены общества не могли с легкостью приобщиться к истинной культуре. Быстрый темп жизни, усложнение социальных и общественных ролей приводит потребителя к продукции массовой культуры – упрощенному и максимально шаблонному (стереотипизированному) товару, который предлагает пути решения жизненных ситуаций без лишних трудовых или интеллектуальных затрат. Тем не менее, не стоит отрицать многие позитивные функции, которые выполняет псевдокультура. Прежде всего, масскульт открывает доступ широким слоям населения к высоким ценностям, гуманизирует личность и общество. Отрицание явления массовой культуры может привести к культурному расслоению. Кроме того, массовая культура является средством социализации индивида, позволяет адаптироваться к жизни в современном мире, упрощая сложные для понимания структуры и принципы. Массовая культура является своеобразной формой кумуляции и трансляции культурного опыта предыдущих поколений, что облегчает процесс ознакомления индивидов. За годы существования феномена массовой культуры ее проявления, знаки, символы или элементы прочно вошли и углубились в академической культуре, и уже не считаются явлениями псевдокультуры.

Таким образом, однозначное толкование феномена массовой культуры и его проявлений сформулировать тяжело. Определение положительного и отрицательного влияния на индивида возможно только в рамках воздействия на конкретные сферы жизнедеятельности, а также использование негативно отягощенных терминов вроде «псевдокультура» будет несколько некорректным и однобоким. Массовая культура во всех ее проявлениях – однозначный атрибут современного общества, который необходимо учитывать и воспринимать, но при этом формировать свое собственное восприятие с учетом культурных реалий. Только при таком подходе использование массовой культуры можно считать позитивным явлением, формирующим духовное и культурное поле.

Список литературы

1. **Генис А.** О массовой культуре как таковой [Электронный ресурс]. URL: http://gazeta.zn.ua/article/print/CULTURE/o_massovoy_kulture_kak_takovoy.html (дата обращения: 12.11.2015).
2. **Захаров А. В.** Массовое общество и культура России: социально-типологический анализ // Вопросы философии. 2003. № 9. С. 3-16.
3. **Костина А. В.** Массовая культура: аспекты понимания // Знание. Понимание. Умение. 2006. № 1. С. 28-35.
4. **Московичи С.** Век толп. Исторический трактат по психологии масс / пер. с фр. Т. П. Емельяновой. М.: Академический проект, 2011. 396 с.
5. **Наумкина О. С.** Массовая культура: философско-культурологический анализ // Гуманитарный часопис. 2008. № 3. С. 67-72.
6. **Ортега-и-Гассет Х.** Восстание масс [Электронный ресурс]. URL: http://www.gumer.info/bogoslov_Buks/Philos/gas_voss/index.php/ (дата обращения: 10.11.2015).
7. **Смирнов К. С.** Массовая культура современного общества как предпосылка антропологического кризиса // Известия Волгоградского государственного технического университета: межвуз. сб. науч. ст. ВолгГТУ. Волгоград, 2011. № 7 (80). С. 12-16.
8. **Флиер А. Я.** Культурная среда и ее социальные черты [Электронный ресурс] // Знание. Понимание. Умение: информационный гуманитарный портал. 2013. № 2. Март-апрель. URL: http://www.zpu-journal.ru/e-zpu/2013/2/Flier_Cultural-Milieu/ (дата обращения: 23.11.2015).
9. **Adorno T.** Culture Industry Reconsidered // New German Critique. 1975. No. 6 (Fall). P. 65-69.
10. **Brzezinski Z.** Between Two Ages. America's Role in the Technotronic Era. N. Y., 1970. 355 p.
11. **Friedman J.** Enseignement et culture de mass // Communications. Paris, 1978. № 11. P. 3-9.

PHENOMENON OF MASS CULTURE: “REAL” (GENUINE) CULTURE OR PSEUDO-CULTURE?

Borovikova Nina Mikhailovna
Moscow State Institute of Culture
borovikova.nina@list.ru

The article examines the phenomenon of mass culture in the framework of contemporary culture-philosophical knowledge. Special attention in the paper is paid to the analysis and study of the fragmentation of the opinions of the representatives of scientific community relative to the importance of mass culture for society. The results of the consumption of the products of mass culture by the broad layers of population including the influence on the socialization and inculturation of an individual are considered.

Key words and phrases: mass culture; academic culture; pseudo-culture; inculturation; communicative field; semiotic systems.