

УДК 008:316.33

<https://doi.org/10.33619/2414-2948/44/58>

О МАССОВОЙ КУЛЬТУРЕ И ЕЕ СУЩНОСТИ

©**Петров И. Ф.**, SPIN-код: 5545-5211, д-р филос. наук, Академия маркетинга и социально-информационных технологий, г. Краснодар, Россия, IgorPetroff@yandex.ru

MASS CULTURE AND ITS ESSENCE

©**Petrov I.**, SPIN-code: 5545-5211, Dr. habil., Academy of Marketing and Social Information Technologies, Krasnodar, Russia, IgorPetroff@yandex.ru

Аннотация. Методологическая неоднозначность позиций исследователей приводит к тому, что массовую культуру относят к разным аспектам явления. К тому же она быстро трансформируется, приобретая все новые грани и свойства в рамках специфических социокультурных систем. В статье показывается, что определенные социокультурные изменения, произошедшие в девятнадцатом и двадцатом веках, обусловили появление массовой культуры в рамках западной цивилизации, в результате формирования массы и массового сознания. Под массовостью следует понимать не только степень распространения продукта (большое количество чего-либо), а прежде всего направленность на широкое потребление и низкий морально-эстетический уровень этого продукта (в том числе и произведения искусства).

Abstract. Methodological ambiguity of researchers' positions leads to the fact that mass culture is referred to different aspects of the phenomenon. In addition, it is rapidly transforming, acquiring new facets and properties within specific socio-cultural systems. The article shows that certain socio-cultural changes that occurred in the nineteenth and twentieth centuries, led to the emergence of mass culture in Western civilization, as a result of the formation of mass and mass consciousness. Under the mass should be understood not only the degree of distribution of the product (a large number of something), and above all the focus on widespread consumption and low morale and aesthetic level of the product (including works of art).

Ключевые слова: культура, массовая культура, масса, продукт, методология, человек, массовый человек, общество.

Keywords: culture, mass culture, mass, product, methodology, person, mass person, society.

Последнее время массовая культура стала одним из важнейших условий функционирования современного общества, превратившись, таким образом, в пространство для размышлений и теорий в самых разнообразных областях социально-гуманитарного знания. Чтобы дать точное определение феномену, необходимо проанализировать два подхода к толкованию «массовой культуры». Первый, рассматривает «культуру» как своеобразную природу продукта, второй, акцентирует внимание на «массовости», то есть распространении и потреблении этого продукта. Следовательно, точность понятия будет зависеть от того, насколько хорошо анализируются его компоненты и насколько новое интегральное определение отличается от «определений-фрагментов» его составляющих.

Анализ российской и зарубежной научной мысли на эту тему служит основанием для подтверждения того, что имеется масса определений культуры, очень часто дополняющих друг друга. Методологическая неоднозначность позиций приводит к тому, что культуру иногда относят к разным аспектам явления, демонстрируя противоположные взгляды. Для выявления основного содержания понятия «культура» исследователи используют ценностный подход или описательный, дескриптивный, констатирующий. Например, в первой половине двадцатого столетия Ф. Боас и А. Кребер — культурологи из Америки — занимались сбором бесчисленных данных о жизни и повседневном быте разных народов, применяя на практике описательный подход анализа культуры. Исследователи из России В. Межуев [6] и Н. Чавчавадзе [15] использовали оценочно-методологический подход.

Для объективного анализа культуры, необходимо исходить из того, что человек — главная фигура культуры. Поэтому аксиологический взгляд изучения культуры предполагает субъективно-человеческий аспект, выражающийся в творчестве и самотворчестве, «самосоздании» человека.

Иная позиция, игнорирующая аксиологический подход, исключает гуманистическую методологию, так как, та же этика, превращается в сбор, описание и классификацию культурно-исторических фактов, теряя свою «сверхзадачу». Поэтому взгляд на феномен «культура» помимо дескриптивных характеристик материальных артефактов, должен содержать и духовно-аксиологические понятия. Такие, например, как духовность. Многие русские мыслители, обсуждая эту проблему, пришли к выводу о приоритете духовного начала в культуре.

В начале двадцатых годов прошлого века гуманистическая концепция М. Бахтина начала обретать привычную форму, в которой идея культуры объединялась не с «царством косной материи», а с духовным царством. Так в своих первых фрагментах «Архитектоника поступка» и «К философии поступка» он обеспокоен тем, что культура, призванная улучшать духовно-нравственную жизнь человека, отвергается от бытия человеческой жизни [1]. Эта удивительно актуальная, для сегодняшнего дня, идея пронизывает все творчество М. М. Бахтина.

Следует иметь в виду, что аксиологический подход исследования культуры, невозможен без изучения универсальных общечеловеческих ценностей. Кроме того, освоение культуры в значительной степени осуществляется в рамках личностных коммуникаций, которые содержат специфический морально-этический аспект. Проблема культуры, расположенная в плоскости гуманитарной системы, должна анализироваться только сквозь призму жизненных ориентиров человека, с учетом всего набора моральных принципов личности. Вот почему настоящее общение в культуре возможно только с точки зрения нравственного постижения, в рамках диалога, опыта иного человека. Это объясняется тем, что коммуникационный диалог основан на способности осознавать и воспринимать культуру как спектр надежд, увлечений, человеческих судеб, чувствовать себя соучастником всего многогранного бытия [10, 11]. Только тогда, когда морально-гуманистический потенциал культуры освоен, она имманентно входит в способ существования личности. Постигание культуры в форме «участия» требует ярко выраженного творческого потенциала индивидуальной сути в таких характеристиках как «красота», «добро», «истина» и т. п. В форме этого «участия» лежит субъективный диалог личности. В. С. Библер, затрагивая эту проблему, отмечает, что культура — сфера человеческой деятельности, сфера его бытия, в котором создаются и воспринимаются произведения. Это форма общения людей, времен, миров через произведения [2].

Проблема «культивирования» человека с высоким потенциалом в духовной и нравственной сфере зависит от диалогового общения, что является методологической постоянной при анализе культуры и ее содержания.

Для рассмотрения «массовой культуры» следует изучить ее генезис и основные характеристики. В двадцатом веке, как на Западе, так и в России неоднократно обращались к этой проблеме [13]. Изучением массовой культуры, ее философско-культурологическим анализом занимались Д. Белл, Г. Лебон, Р. Миллс, Г. Тард, Л. Уайт, О. Хаксли, Э. Шиллс, О. Шпенглер, З. Фрейд, Э. Фромм, С. Юнг. У нас проблемой массовой культуры Запада интересовались А. Кукаркин, Г. Касавина, В. Леонтьева и другие. Примерно с восьмидесятих годов прошлого века отечественные ученые обратили внимание на российскую массовую культуру. Среди них можно назвать Д. Лихачева и А. Сахарова. Тем не менее, проблема массовой культуры остается открытой из-за ее неоднозначности и новизны этого явления внутри самой культуры. К тому же массовая культура быстро трансформируется, приобретая все новые грани и свойства в рамках специфических социокультурных систем. Все это усугубляется множеством подходов к решению проблемы массовой культуры, ее сущности.

Одним из зачинателей изучения масс является Г. Лебон. Именно он классифицировал толпу и дал ей характеристику, предвидя неизбежные трансформации в обществе и указав на основные факторы социального развития в двадцатом веке: «первый — это разрушение религиозных политических и социальных верований, давших начало всем элементам нашей цивилизации; второй — это возникновение новых условий существования и совершенно новых идей, явившихся следствием современных открытий в области наук и промышленности». «Наступающая эпоха будет поистине эрой масс» [4]. Основными признаками толпы по Лебону Г. являются исчезновение сознательной личности и ориентация чувств и мыслей людей в определенном направлении при безусловной важности традиций.

Однако в современном мире, помимо традиций, мода в ее многочисленном проявлении (от идей до одежды), играет решающую роль, так как управление массой осуществляется с помощью определенных моделей и образцов. В каждой эпохе, считал Г. Лебон, есть люди, которые вдохновляют своими действиями толпу и бессознательная масса подражает им.

Стоит отметить, что Тард Г. высказывал аналогичную точку зрения, полагая, что основной функцией общественной жизни является инициатива (инновация) и подражание, копирование (традиции, мода). Он выделял конфликты, адаптацию и подражание, с помощью которых индивид постигает существующие нормы и ценности.

З. Фрейд изучая психологию масс и ее влияние на личность, указывал, что «масса легковерна и чрезвычайно легко поддается влиянию, она не критична, неправдоподобного для нее не существует... Чувства массы всегда просты и весьма гиперболичны... Масса немедленно доходит до крайности, высказанное подозрение сразу же превращается у нее в непоколебимую уверенность, зерно антипатии - в дикую ненависть» [14].

По мнению Ф. Ницше современное общество разрушает традиции созданные элитой, в чем и кроется упадок культуры. Это связано с захватом власти обывателями (филистерами) с одинаковыми потребностями и схожими мнениями. Они творят новую культуру — «прочно обоснованное варварство». Ученый полагал, что в мозгу обывателя, очевидно, произошел несчастный вывих, поэтому он берет в культуре именно то, что сама культура отрицает «и так как он действует во всем последовательно, то у него получается, в конце концов, связанная группа подобных отрицаний, система некультурны, за которой самой можно, пожалуй, признать известное «единство стиля», если вообще имеет какой-либо смысл говорить о стилизованном варварстве» [7].

Ортега-и-Гассет Х. подчеркивая основные черты психологии массового человека, называл необузданный рост жизненных желаний и неблагодарность ко всему, что позволило ему существовать так хорошо. Человек массы, «это тот, кто не ощущает в себе никакого особого дара» или отличия от окружающих, хорошего или плохого, кто чувствует себя как все остальные и это ничуть его расстраивает, напротив, он счастлив осознавать, что он такой же, как все [8]. По мысли автора проблема культуры современности заключается в том, что массы овладели вкусами и манерами, которые ранее считались утонченными и изысканными, приобретая при этом потребительское отношение к культуре. Разрабатывая теорию массового общества, Ортега-и-Гассет Х. указывал, что псевдоинтеллектуалы, не имеющие никаких достоинств, все чаще проникают в интеллектуальную жизнь, которая по своей сути требует и предполагает большие достижения. То, что прежде было доступно элите, теперь становится достоянием масс, при этом «...для нынешних дней характерно, что вульгарные мещанские души, сознающие свою посредственность, смело заявляют свое право на вульгарность и, причем, повсюду» [8]. Масса пытается раздавить все непохожее, личностное. Именно вкусы массового общества детерминируют характерный тип культуры сообразно своим устремлениям и желаниям. И эта культура масс вырабатывает свои методы и техники воздействия на личность, конкретные способы и места действия, такие, например, как стадионы, соборы.

Рассуждая о коллективном поведении Г. Блуммер пишет, что в современных условиях жизни городской и промышленной среды, массовое поведение характеризуется ростом масштаба и значимости. Это происходит главным образом из-за действий тех факторов, которые изолировали людей от их локальных культур и локального поведения групп. Миграция, смена места жительства СМИ, образование — «все это способствовало тому, чтобы индивиды срывались с якорей своих традиций и бросались в новый более широкий мир» [3]. Таким образом, массовое общество и детерминированное им сознание людей вызывает к жизни новую культуру — массовую культуру.

Трудно выявить основные характеристики массовой культуры без концептуального описания определения «масса», так как массовая культура и феноменологически и онтологически связана с явлением масса, отличным от общностей наподобие нации и народа. Масса не является имманентной бытия человека, она исторически локальна и опосредована тенденциями развития общества, индустриализацией и урбанизацией. Если народ, по мнению В. М. Межуева, действует как коллективная личность, обладая специфической системой ценностей и близкие стереотипы поведения, то масса это группа разрозненных и раздробленных субъектов, которые действуют как безличный коллектив, единицей которого выступает средний человек, среднестатистическая личность [5].

Масса не в состоянии самореализоваться самостоятельно в силу ряда причин (размытость, инфантильность и т.п.), это обуславливает насущную потребность в лидерстве, руководстве, что вместе с другими социальными институтами успешно реализуется и в массовой культуре. Вот почему отождествление массовой культуры с конкретными социальными общностями неправомерно. Несмотря на повседневный характер массовой культуры и направленность на усредненного человека, ее неоспоримую близость к «коллективному бессознательному» и ориентацию на архетипы, она не является ни культурой определенного класса, ни культурой народа, ни даже низшей культурой в социокультурной иерархии, противопоставленной культуре элиты [12].

Стоит отметить, что социологи, используя термин «масса», подразумевают его как образное понятие, скорее как семантическую единицу, которая означает не физическую величину или характеристику, а определенный образ толпы (множества), большое количество чего-либо.

Рассуждения на тему, связанную с пониманием «массовость», не оставались постоянными. По мере уточнения и выделения, различных его специфических сторон, зарубежные и отечественные исследователи выдвигали многообразные концептуальные характеристики. Для нас определенный интерес представляет влияние «массовизации» на взаимоотношение людей и особенности общения. Deskриптивная этика, как часть философии, описывая моральные явления, помогает раскрыть их механизм и функционирование в обществе, увидеть накопленный потенциал по толкованию «массовость». Таким образом:

- массовость связана с набором (множеством), который не разделен на составляющие элементы. Это просто концепция однородного, безликого множества, гомогенной толпы («массы людей»), отличающейся отсутствием цели, интеграции, дистанцированием (Х. Арендт, Г. Блумер, А. Гоффман, Э. Рисмен и др.);

- массовость рассматривается с точки зрения качества нашей цивилизации, в контексте ослабления морального значения культуры (Ортега-и-Гассет Х.);

- массовость анализируется в рамках так называемого «механизированного общества», где человек представляет собой часть машины, элемент дегуманизированной техники (Н. Бердяев, Г. Кнабе, И. Ламонде, Ф. Юнгер и др.).

Зарождение «человека массы» («массового человека») приписывается зарубежными и национальными философами «общему явлению массовизации», связанного как с ростом населения, так и с вовлеченностью «народных масс» во все процессы, происходящие в обществе. Все это и возникшие новые формы массовой культуры, распространяемые mass media, стали катализатором этих процессов. Вот почему в период после октябрьской революции в нашем обществе популяризируются все виды массовой культурной деятельности.

Стоит отметить, что массовая культура и массовая информация взаимосвязаны и становятся все более значимыми в жизни нашего общества, поскольку они объединены не только с указанными средствами массовой коммуникации, но и с различными формами стихийной информации и общения людей, от фольклора (песен и анекдотов), до несанкционированных митингов.

По мнению Ортега-и-Гассета Х. одна из причин появления массовых людей заключается в том, что Европа потеряла нравственность. На протяжении долгих лет европейская культура не опиралась на мораль: «Европа утратила нравственность. Прежнюю массовый человек отверг ради того, чтобы, согласно своему жизненному складу, не придерживаться никакой. Что бы не твердила молодежь о «новой морали», не верьте ни единому слову. Утверждаю, что на всем континенте ни у кого из знатоков нового ethos нет и подобия морали. И если кто-то заговорил о «новой», значит, замыслил новую пакость и ищет контрабандных путей» [9].

Таким образом, под массовостью следует понимать не только степень распространения продукта (большое количество чего-либо), а прежде всего направленность на широкое потребление и низкий морально-эстетический уровень этого продукта (в том числе и произведения искусства). Массовость снижает моральные возможности культуры посредством ее гомогенизации, что приводит к общей конвергенции в направлении одного стереотипа, безликого целого.

Проанализировав компоненты массовой культуры, приведем их к единому смысловому знаменателю. Число определений массовой культуры великое множество при этом они крайне противоречивы и расплывчаты, включающие в себя широкий спектр явлений, которые образуют две группы:

1. Искусство, которое стало доступным для массовой аудитории посредством действия тенденции «массовизации» (репродуцирование, серийное производство, то есть степень распространенности продукта культуры).

2. Производимые ценности духовной культуры соответствующие уровню восприятия, вкусу и потребностям «массового человека» («массе»).

Таким образом, определенные социокультурные изменения, произошедшие в девятнадцатом и двадцатом веках, обусловили появление массовой культуры в рамках западной цивилизации, в результате формирования массы и массового сознания. В связи с этим, говорить о случайности этого явления неправомерно. Надежды на то, что она может исчезнуть саама по себе, так же беспочвенны, так как массовая культура имманентна обществу потребителей их вкусам и желаниям. Структура и содержание массовой культуры общества потребителей детерминирована изменениями, происходящими в самой массе. Сегодняшняя масса – это сочетание «безличных» людей, объединенных не участием в определенном виде деятельности, а единой системой ценностей и общим вкусом потребляемой продукции: моды, развлечений, образов, информации и т.п.

Список литературы:

1. Бахтин М. М. Архитектоника поступка // Социологические исследования. 1986. №2. С. 156-169.
2. Библер В. С. От наукоучения к логике культуры. Два философских ведения в XXI век. М. 1991. С. 405.
3. Блуммер Г. Коллективное поведение // Психология масс. Самара. 1998. С. 555.
4. Лебон Г. Психология масс // Психология масс. Самара. 1998. С. 6.
5. Межуев В. М. Философия культуры. Эпоха классики. М. 2003. С. 39-41.
6. Межуев В. М. Проблемы философии культуры: Опыт историко-материалистического анализа. М. 1984. 325 с.
7. Ницше Ф. Несвоевременные размышления // Собр. соч. М. 1909. Т. 2. С. 6-12.
8. Ортега-и-Гассет Х. Восстание масс // Психология масс. Самара. 1998. С. 197-200.
9. Ортега-и-Гассет Х. Эстетика, философия культуры. М. 1991. С. 348.
10. Петрова С. И. О специфическом значении и смысле потребности // Современные гуманитарные исследования. 2017. №3(76). С. 50-53.
11. Петрова С. И. О многообразии подходов в понимании потребности // Вестник Академии знаний. 2017. №2(21). С. 80-85.
12. Петрова С.И. Актуальные проблемы изучения социальной среды // Вестник ИМСИТ. 2017. №1 (69). С. 21-23.
13. Флиер А. Я. Массовая культура и ее социальные функции // Общественные науки и современность. 1998. №6. С. 24-37.
14. Фрейд З. Массовая психология и анализ человеческого «Я» // Психология масс. Самара. 1998. С. 17.
15. Чавчавадзе Н. З Человек – культура – ценность // Вопросы философии. 1981. №6. С. 66-67.

References:

1. Bakhtin, M. M. (1986). Arkhitektonika postupka. *Sotsiologicheskie issledovaniya* [Sotsiologicheskie Issledovaniya], (2). 156-169. (in Russian)
2. Bibler, V. S. (1991). Ot naukoucheniya k logike kul'tury. Dva filosofskikh vedeniya v XXI vek. Moscow. 405. (in Russian)

3. Blummer, G. (1998). Kollektivnoe povedenie. Psikhologiya mass. Samara. 555. (in Russian)
4. Lebon, G. (1998). Psikhologiya mass. Psikhologiya mass. Samara. 6. (in Russian)
5. Mezhuev, V. M. (2003). Filosofiya kul'tury. Epokha klassiki. Moscow. 39-41. (in Russian)
6. Mezhuev, V. M. (1984). Problemy filosofii kul'tury: Opyt istoriko-materialisticheskogo analiza. Moscow. 325. (in Russian)
7. Nitshe, F. (1909). Nesvoevremennye razmyshleniya. Sobr. soch. Moscow. 2. 6-12. (in Russian)
8. Ortega-i-Gasset, Kh. (1998). Vosstanie mass. Psikhologiya mass. Samara. 197-200. (in Russian)
9. Ortega-i-Gasset, Kh. (1991). Estetika, filosofiya kul'tury. Moscow. 348. (in Russian)
10. Petrova, S. I. (2017). O spetsificheskom znachenii i smysle potrebnosti. *Sovremennye gumanitarnye issledovaniya*, 3(76). 50-53. (in Russian)
11. Petrov, S. I. (2017). On the variety of approaches to understanding the needs. *Bulletin of the Academy of knowledge*, 2(21). 80-85. (in Russian)
12. Petrov, S. I. (2017). Actual problems of studying the social environment. *Vestnik IMSIT*, 1(69). 21-23. (in Russian)
13. Flier, A. Ya. (1998). Mass culture and its social functions. *Social Sciences and modernity*, (6). 24-37. (in Russian)
14. Freud, Z. (1998). Mass psychology and analysis of the human "I". Psychology of the masses. Samara. 17. (in Russian)
15. Chavchavadze, N. H (1981). Man – culture – value. *Questions of philosophy*, (6). 66-67.

Работа поступила
в редакцию 09.06.2019 г.

Принята к публикации
14.06.2019 г.

Ссылка для цитирования:

Петров И. Ф. О массовой культуре и ее сущности // Бюллетень науки и практики. 2019. Т. 5. №7. С. 441-447. <https://doi.org/10.33619/2414-2948/44/58>

Cite as (APA):

Petrov, I. (2019). Mass Culture and Its Essence. *Bulletin of Science and Practice*, 5(7), 441-447. <https://doi.org/10.33619/2414-2948/44/58> (in Russian).