

ФИЛОСОФСКИЕ И СОЦИАЛЬНЫЕ ОСНОВЫ МАССОВОЙ КУЛЬТУРЫ

В статье рассматривается феномен массовой культуры, которая в последнее время вызывает интерес у философов и социологов во всех проявлениях общественной жизни. Согласно широко принятому значению, понятие «массовая культура» относится к явлению общественной передачи широким массам потребителей идентичного и аналитического содержания, переходящего из индивидуальных источников к целостным формам культурно-развлекательной деятельности широких масс людей. Массовая культура воздействует на массовое сознание, связана со средствами массовой коммуникации, ориентирована на потребительские вкусы и инстинкты, имеет манипулятивный характер. У культуры, как у всякого диалектически развивающегося процесса, имеются устойчивая и развивающаяся (новаторская) стороны.

В понятии «массовая культура» слово «культура» выступает в узком смысле своего значения. Это приводит к возникновению многих проблем в плане определения. Этот тип культуры в последнее время вызывает интерес у исследователей во всех проявлениях общественной жизни. Её генезис заключается в процессе технической революции и урбанизации большей части земного шара. Её специфика основывается на массовой коммуникации и более широком влиянии того, что она порождает.

Само понятие «массовая культура» стало так популярно, что создается впечатление, будто никто не нуждается в конкретном его выяснении. Понятие «массовая культура» должно быть нейтральным и достаточно широким, чтобы могло охватить различные общественные явления. **Цель данной статьи** – рассмотреть существующие определения массовой культуры, проанализировать её составляющие.

«Согласно широко принятому значению, понятие “массовая культура” относится к явлению общественной передачи широким массам потребителей идентичного и аналитического содержания, переходящего из индивидуальных источников к целостным формам культурно-развлекательной деятельности широких масс людей... Предметом концентрации, касающейся исследований и теории массовой культуры, является проявление интеллектуальной, эстетической и массово-развлекательной деятельности людей, связанной с влиянием средств массовой информации... Благодаря средствам массовой информации в полном объёме реализуются два критерия, характеризующие массовую культуру: критерий количества и критерий стандарта» [1, s. 287].

А. Клосковская выделяет два направления понятия «массовая культура». Первое, широкое, – это образование, различные области искусства, религия, спорт, а также туризм. Другое касается, главным образом, деятельности, связанной со средствами массовой информации. С точки зрения неоднозначности указанных явлений как формы общественной жизни, так и разновидности культуры, можно принять во внимание позицию А. Клосковской, основанную на четырёх разных системах культуры.

Первая система основана на передаче и принятии культурного содержания в неформальных рамках или непосредственных контактах (так называемая народная культура). Вторая система включает в себя совокупность культурных инструкций, передающих содержание культуры формальным способом, но при помощи непосредственных контактов, где получателем выступает местная общественность. Третья система – это массовая культура. В четвертую систему входят институции, сконцентрированные на общественности, выходящей за рамки местной. Зачастую культуру отождествляют с так называемой вульгарной культурой, которая никогда не была связана с великими произведениями человеческого разума.

Решающим фактором в приписывании чего-либо к массовой культуре является количество участников акта создания или потребления. Массовая культура в значительной степени обусловлена техническими способами передачи информации, системами коммуникации. Они уменьшают дистанцию между людьми, приводят к формированию глобального единения.

Существуют довольно противоречивые точки зрения по вопросу о времени возникновения «массовой культуры». Некоторые считают ее извечным побочным продуктом культуры и поэтому обнаруживают ее уже в античную эпоху. Гораздо больше оснований имеют попытки связать возникновение «массовой культуры» с научно-технической революцией, породившей новые способы производства, распространения и потребления культуры. Буржуазная массовая культура впервые сформировалась в США. С одной стороны, это демократизировало сферу культуры, с другой стороны, способствовало проникновению в эту сферу коммерческих, политических интересов, погони за прибылью.

Смешение культуры и политики может принять два разных направления. Оно может сделать культуру нетерпимой ко всякой культуре, кроме своей собственной, или привести к идеалу мирового государства, где будет существовать одна лишь единообразная мировая культура. Политика проникает сегодня даже в голливудский кинематограф.

Массовая культура – это культура масс, культура, предназначенная для потребления народом; это сознание не народа, а коммерческой индустрии культуры; она враждебна по-настоящему народной культуре. Она не знает традиций, не имеет национальности, ее вкусы и идеалы меняются с головокружительной быстротой в соответствии с потребностями моды.

Феномен массовой культуры существует, а телевидение является самым эффективным средством тиражирования и распространения этой культуры. Массовая культура воздействует на массовое сознание, связана со средствами массовой коммуникации, ориентирована на потребительские вкусы и инстинкты, имеет манипулятивный характер. Средства массовой информации представляют собой большую угрозу для независимого человека, она обладает опасным орудием внушения, орудием социальной дрессировки человека.

Массовая культура осуществляет стандартизацию духовной деятельности человека. Человеческая масса испытывает и всегда испытывала отвращение к образованию и к искусству. Она хочет, чтобы ее отвлекали от жизни, а не раскрывали ее смысл. По ориентированным на рынок предметам потребления мы узнаем о типичных формах поведения, позициях, общепринятых мнениях, предрассудках и ожиданиях большого количества людей.

Массовая культура, будучи одним из самых ярких проявлений социокультурного бытия современных развитых сообществ, остается сравнительно малоосмысленным феноменом с точки зрения общей теории культуры. Интересные теоретические основания исследования социальных функций культуры (и в том числе массовой) были разработаны в последние годы Э. Орловой. В соответствии с ее концепцией, в морфологическом строении культуры можно выделить две области: обыденной культуры, осваиваемой человеком в процессе его общей социализации в среде проживания (прежде всего в процессах воспитания и общего образования), и специализированной культуры, освоение которой требует специального (профессионального) образования. Промежуточное положение между этими двумя областями с функцией транслятора культурных смыслов от специализированной культуры к обыденному сознанию человека и занимает массовая культура. Подобный подход к феномену массовой культуры представляется весьма эвристичным.

Со времени разложения первобытного общества, начала разделения труда, социальной стратификации в человеческих коллективах и сложения первых городских цивилизаций возникла и соответствующая дифференциация культуры, определяемая различием социальных функций разных групп людей, связанных с их образом жизни, материальными сред-

ствами и социальными благами, а также формирующейся идеологией и символикой социальной престижности. Эти дифференцированные сегменты общей культуры стали называть социальными субкультурами.

Феномен появления массовой культуры представляется следующим образом. Для рубежа XIX – XX веков стала характерной всеобъемлющая массовизация жизни. Она затронула все ее сферы: экономику и политику, управление и общение людей. Активная роль людских масс в различных социальных сферах была проанализирована в ряде философских сочинений XX века.

Х. Ортега-и-Гассет (1883 – 1955) в работе «Восстание масс» (1930) выводит само понятие «масса» из определения «толпа». Толпа в количественном и визуальном отношении есть множество, а множество с точки зрения социологии и есть масса. И далее он пишет: «Общество всегда было подвижным единством меньшинства и массы. Меньшинство – совокупность лиц, выделенных особо, масса – невыделенных ничем. Масса – это средний человек. Таким образом, чисто количественное определение – “многие” – переходит в “качественное”» [2, с. 120].

Очень познавательна для анализа нашей проблемы книга американского социолога, профессора Колумбийского университета Д. Белла «Конец идеологии» (1960), в которой особенности современного общества определяются возникновением массового производства и массового потребления. Здесь же автор формулирует пять значений понятия «масса»: 1. Масса – как недифференцированное множество (т.е. противоположность понятию «класс»). 2. Масса – как синоним невежественности (как об этом писал и Х. Ортега-и-Гассет). 3. Массы – как механизированное общество (т.е. человек воспринимается как придаток техники). 4. Массы – как бюрократизированное общество (т.е. в массовом обществе личность теряет свою индивидуальность в пользу стадности). 5. Массы – как толпа. Здесь заложен психологический смысл. Толпа не рассуждает, а повинует страстям. Сам по себе человек может быть культурным, но в толпе – это варвар. И.Д. Белл делает вывод: массы есть воплощение стадности, унифицированности, шаблонности.

Еще более глубокий анализ «массовой культуры» сделал канадский социолог М. Маклюэн (1911 – 1980). Он также, как и Д. Белл, приходит к выводу о том, что средства массовой коммуникации порождают и новый тип культуры. В своих работах «Галактика Гутенберга» (1962), «Понимание средств связи» (1964), «Культура нагие дело» (1970) Маклюэн подчеркивает, что отправной точкой эпохи «индустриального и типографского человека» явилось изобретение И. Гутенбергом в XV веке печатного станка. Современные же средства массовой информации, создав, по словам Маклюэна, «глобальную деревню», создают и «нового племенного человека». Этот новый человек отличается от того «племенного», жившего когда-то на земле тем, что его мифы формирует «электронная информация». Определяя искусство ведущим элементом духовной культуры, Маклюэн подчеркивал эскейпистскую (т.е. уводящую от реальной действительности) функцию художественной культуры.

Конечно, в наши дни масса существенно изменилась. Массы стали образованными, информированными. Кроме того, субъектами массовой культуры сегодня являются не просто масса, но и индивиды, объединенные различными связями. Поскольку люди выступают одновременно и как индивиды, и как члены локальных групп, и как члены массовых социальных общностей, постольку субъект «массовой культуры» может рассматриваться как двуединый, то есть одновременно и индивидуальный и массовый. В свою очередь, понятие «массовая культура» характеризует особенности производства культурных ценностей в современном индустриальном обществе, рассчитанное на массовое потребление этой культуры. При этом массовое производство культуры понимается по аналогии с точно-конвейерной индустрией.

Одной из старейших философских школ прошлых веков была греческая школа киренаиков, основанная в V веке до н.э. другом Сократа – Аристипом. Эта школа создала этическое учение – гедонизм. Гедонисты утверждают, что чувство наслаждения является целью всего поведения человека. Идеи гедонизма развили эпикурейцы. Наличие у массовой культуры столь древних идейных источников является аргументом против тех теорий, которые утверждают, что только одни технические средства породили, якобы, в XX веке новый тип «глобальной культуры». Но, конечно, наиболее интенсивно мировоззренческо-методологические основы феномена массовой культуры начинают формироваться с момента восхождения на историческую арену буржуазии. Именно с этого момента развлекательная ветвь гедонистической функции художественной культуры становится одной из определяющих в массовой культуре.

В качестве идейной основы современной массовой культуры выступает философия позитивизма. Позитивизм в эстетике проявился как натурализм. Для него характерно сведение социального к биологическому.

Обрела второе дыхание и практическое воплощение в массовой культуре ключевая идея английского позитивиста Г. Спенсера (1820 – 1903). Суть ее состоит в том, что индивидуализм, конкурентная борьба и выживание наиболее приспособленных необходимы для поступательного развития общества. Спенсеровский социальный дарвинизм, в своих крайних формах, стал основой для расизма и экспансионизма. Идеи расизма, национал-шовинизма пустили глубокие корни в общественном сознании мира. И как следствие этого, они существуют в продукции массовой культуры. Именно эти идеи пропагандируют теорию тотального противостояния культур, религий, рас, твердят о непримиримости, враждебности различных культур.

Философия позитивизма явилась главной формой мировоззренческого обоснования натуралистического художественного метода в искусстве (Г. Спенсер, Э. Ренан, И. Тэн). Натурализм как метод художественного творчества оформился во второй половине XIX века в Европе. Среди наиболее известных деятелей искусства, широко использовавших натуралистический метод, были братья Гонкуры, Э. Золя. В натуралистических произведениях искусства преувеличивается роль материально-вещественной среды и недооценивается роль социальных факторов в формировании личности. Натуралистические школы привели, прежде всего, к бытописательству в художественных произведениях, к заострению внимания на физических подробностях жизни человека, однако меньше внимания уделялось социальным основам бытия.

Существует тесная связь философии прагматизма с массовой культурой. Наиболее полно идеи прагматизма реализовал в эстетике и культурологии массовой культуры американский философ Д. Дьюи (1859 – 1952). Основные его работы были опубликованы между двумя мировыми войнами, когда феномен массовой культуры уже отчетливо вырисовывался, приобрел законченную форму и выработал целый ряд закономерностей. В своем программном труде «Искусство как опыт», вышедшем в свет в 1932 году, Дьюи разработал культурологическую концепцию, которая во многом определила пути развития массовой культуры.

По мнению Дьюи, в основе художественного творчества лежит не отражение предметов и явлений действительности, а некий чувственный опыт, который он трактует как «результат взаимодействия организма и его окружения». В своей теории Дьюи уходит от материального мира и погружается в субъективные эмоции. И эстетический опыт является продолжением обычного человеческого опыта. Дьюи активно защищал социально-интегрирующую способность искусства и открыто провозглашал свою приверженность натурализму в искусстве, противопоставляя его реализму.

Одно из основополагающих утверждений прагматизма требует признания истинности того, что имеет практическую пользу. Любая идея – научная, религиозная, художественная, прогрессивная, реакционная – может быть оправдана, если она обеспечивает успех

деятельности людей. Не случайно прагматизм называют «философским выражением бизнеса». Отпечаток духа деловитости (а «прагма», по-гречески, это дело, действие) лежит на многих высказываниях представителей эстетики прагматизма об искусстве. Практической реализацией прагматизма в массовой культуре является такая важная ее структура, как реклама. Она реализует основное кредо прагматизма, которое заключается в том, что истинным является то, что полезно, что дает удовлетворение и приводит к успеху.

Философия З. Фрейда – фундамент современной массовой культуры. В начале XX века австрийский врач-психопатолог и философ З. Фрейд разработал учение о врожденных бессознательных структурах – инстинктах, которые довлеют над сознанием людей и определяют многие их поступки.

В своей теории бессознательного З. Фрейд исходил из того, что сущность человека выражается в свободе от инстинктов. Отсюда и жизнь в обществе возможна только тогда, когда эти инстинкты подавляются. Возникает то, что Фрейд называл «фрустрацией» – то есть неосознанной ненавистью индивида к обществу, которая выражается в агрессивности. Но поскольку общество обладает достаточно сильными для подавления этой агрессивности индивидов возможностями, человек находит выход своим неудовлетворенным страстям в искусстве. Главное влияние фрейдизма на массовую культуру кроется в использовании его инстинктов страха, секса и агрессивности.

В качестве антипода массовой культуры многие культурологи рассматривают элитарную культуру. Производителем и потребителем элитарной культуры, с точки зрения представителей этого направления в культурологии, является высший привилегированный слой общества – элита (от франц. elite – лучшее, отборное, избранное). Определение элиты в различных социологических и культурологических теориях неоднозначно. Итальянские социологи Р. Михельс и Г. Моска считали, что элиту по сравнению с массами характеризует высокая степень деятельности, продуктивности, активности. Однако в философии и культурологии получило большое распространение понимание элиты как особого слоя общества, наделенного специфическими духовными способностями. С точки зрения этого подхода понятием «элита» обозначается не просто высший слой общества, правящая верхушка. Элита есть в каждом общественном классе. Элита – это часть общества, наиболее способная к духовной деятельности, одаренная высокими нравственными и эстетическими задатками. Именно она обеспечивает общественный прогресс, поэтому искусство должно быть ориентировано на удовлетворение ее запросов и потребностей. Основные элементы элитарной концепции культуры содержатся уже в философских сочинениях А. Шопенгауэра и Ф. Ницше.

В своем основополагающем труде «Мир как воля и представление», завершеном в 1844 году, А. Шопенгауэр в социологическом плане разделяет человечество на две части: «людей гения» (т.е. способных к эстетическому созерцанию и художественно-творческой деятельности) и «людей пользы» (т.е. ориентированных только на чисто практическую, утилитарную деятельность).

В культурологических концепциях Ф. Ницше, сформулированных им в известных трудах: «Рождение трагедии из духа музыки» (1872), «Человеческое, слишком человеческое» (1878), «Веселая наука» (1872), «Так говорил Заратустра» (1884), элитарная концепция проявляет себя в идее «сверхчеловека». Этот «сверхчеловек», имеющий привилегированное положение в обществе, наделен, по мысли Ф. Ницше, уникальной эстетической восприимчивостью.

В XX веке идеи А. Шопенгауэра и Ф. Ницше были резюмированы в элитарной культурологической концепции Х. Ортега-и-Гассета. В 1925 году выходит в свет самое известное сочинение испанского философа, получившее название «Дегуманизация искусства», посвященное проблемам различия старого и нового искусства. Основное отличие нового искусства от старого – по Ортеге – заключается в том, что оно обращено к элите общества, а

не к его массе. Поэтому совершенно не обязательно искусство должно быть популярным, то есть оно не должно быть общепонятным, общечеловеческим. Более того, «...радоваться или сострадать человеческим судьбам, – пишет Ортега, – есть нечто очень отличное от подлинно художественного наслаждения» [3, с. 224]. Новое искусство, наоборот, должно отчуждать людей от реальной жизни. «Дегуманизация» есть основа нового искусства XX века. Вот почему новое искусство разделяет публику на два класса – тех, кто понимает, и тех, кто не понимает его, то есть на художников и тех, которые художниками не являются.

Элита – по Ортеге – это не родовая аристократия и не привилегированные слои общества, а та часть общества, которая обладает особым «органом восприятия». Именно эта часть общества способствует общественному прогрессу. И именно к ней должен обращаться своими произведениями художник. Новое искусство и должно содействовать тому, «...чтобы “лучшие” познавали самих себя... учились понимать свое предназначение: быть в меньшинстве и сражаться с большинством» [3, с. 228].

У культуры, как у всякого диалектически развивающегося процесса, имеются устойчивая и развивающаяся (новаторская) стороны. Устойчивая сторона культуры – это культурная традиция, благодаря которой происходит накопление и трансляция человеческого опыта в истории, и каждое новое поколение людей может актуализировать этот опыт, опираясь в своей деятельности на созданное предшествующими поколениями.

ЛИТЕРАТУРА

1. Kłosowska A. Kultura masowa. Krytyka i obrona / Kłosowska A. – Wyd. 4. – Warszawa : Wydawnictwo Naukowe PWN, 2005. – 488 s.
2. Ортега-и-Гассет Х. Восстание масс / Х. Ортега-и-Гассет // Вопросы философии. – 1989. – № 3. – С. 119-121.
3. Ортега-и-Гассет Х. Эстетика. Философия культуры / Ортега-и-Гассет Х. – М. : Искусство, 1991. – 586 с.
4. Ницше Ф. Сумерки богов / Ницше Ф. – Москва : Политиздат, 1989. – 398 с. – (Серия Библиотека атеистической литературы).
5. Ницше Ф. Так говорил Заратустра. Книга 1 / Ницше Ф. – М. : Сирин, 1990. – 445 с.
6. Орлова Э.А. Динамика культуры и целеполагающая активность человека / Э.А. Орлова // Морфология культуры: структура и динамика. – М. : Наука, 1994. – 347 с.
7. Фрейд З. Введение в психоанализ : лекции / Фрейд З. – М. : Наука, 1989. – 455 с.
8. Фрейд З. Психология бессознательного / Фрейд З. – М. : Наука, 1989. – 448 с.

Eva Mukha-Shaek

Філософські та соціальні основи масової культури

У статті розглядається феномен масової культури, яка останнім часом викликає інтерес у філософів і соціологів у всіх проявах життя. Згідно з широко прийнятим значенням, поняття «масова культура» відноситься до явища суспільної передачі широким масам споживачів ідентичного й аналітичного змісту, який переходить з індивідуальних джерел до цілісних форм культурно-розважальної діяльності широких мас суспільства. Масова культура діє на масову свідомість, пов'язана з засобами масової комунікації, орієнтована на смаки та інстинкти споживачів, має маніпуляційний характер. У культури, як у будь-якого процесу, який розвивається діалектично, є стійка та новаторська сторони.

Eva Mukha-Shaek

The Philosophical and Social Elements of Mass Culture

Recently mass culture has aroused the interest of the philosophers and social scientists in all aspects of public life. According to a widely accepted meaning the term “mass culture” refers to the fact of social transfer of identical and analytical contents to the broad masses of consumers, which changes from the individual sources to the integral forms of the cultural and entertaining activities of the broad masses of the people. Mass culture affects on the mass consciousness, connects with mass communication, focuses on the tastes and instincts of the consumer, has manipulative character. There are stable and growing (innovative) sides in culture, as well as in any dialectical developing process.

Статья поступила в редакцию 14.01.2011.