

## ПРОБЛЕМА ИССЛЕДОВАНИЯ «МАССОВОЙ КУЛЬТУРЫ»

*В массовой культуре существует не мало исследований, теорий концепций и значительное внимание уделяли этой проблеме. Исследователи выдвигают различные задачи, связанные с проблемами массовой культуры и качественные отличия массовой культуры от традиционных форм популярной, общей и различными культурными ценностями.*

Интерес к явлению массовой культуры возник довольно давно и существует немало исследований, теорий и концепций посвященной данной проблематики.

Культура – это специфический способ организации и развития человеческой жизнедеятельности представленный в продуктах материального и духовного труда, в системе социальных норм и учреждений, в духовных ценностях, в совокупности отношений людей к природе, между собой и к самим себе [1]. Культура характеризует особенности сознания, поведения и деятельности людей в конкретных сферах общественной жизни (культура труда, культура политики и другие).

Словосочетание «массовая культура» есть название социального феномена, это часть общей культуры, отделенная от элитарной культуры лишь большим количеством потребителей и социальной востребованностью. Выражение «массовая культура» появилось с конца сороковых годов. В роли «доказательства» существования особой «массовой культуры» возможно лишь через подтверждение ее качественных отличий от некоей культуры вообще, выступает до настоящего времени убеждение в ее существовании и эмпирические иллюстрации этого убеждения: «идолы» и «звезды» досуга, стандартизация обывательского быта, крайняя институционализация и т. д. «Массовая культура» заимствована из западной публицистики и исследователи (например Кшиштоф Т. Теллиц и Ежи Коссак) значительное внимание уделяли этой проблеме [4].

Обширная зарубежная литература посвященная «массовой культуре», массовым коммуникациям, различным аспектам бытия массового человека выдвигает различные задачи связанные с проблемами «массовой культуры» [1].

Существуют различные культуры, ни одна из которых до настоящего времени не является общепризнанной. На основе этого можно выделить три плоскости посвященной проблеме «массовой культуры»:

1. Ценностное наполнение, ценностный фонд культуры.
2. Механизм культуры, включающий стереотипные процедуры с ценностями.
3. Аппарат культуры, регулирующий согласование процедур в культурных процессах.

«Массовая культура» обладает качественным отличием от традиционных форм функционирования популярной, общей культуры, и различным культурным ценностям в соответствии с классовым членением общества:

Во-первых, механизм культуры впервые рассматривается аппаратом управления капиталистического общества как важное, а в перспективе как главное средство решения его экономических и идеологических задач в их осознанном единстве. С периферии интересов государственно-монополистических верхов культура передвигается в центр, становясь ведущим средством всеобщей конформизации массового сознания. Сросшаяся властвующая элита буржуазного общества ищет новые средства управления массовым сознанием, выдвигая тотальный конформизм в качестве жизненно важной практической задачи.

При этом технология тиражирования ценностей, психотехника массовых коммуникаций обеспечивают экспертную службу эффективными средствами реализации.

Во-вторых, «массовая культура» характеризуется всеобщностью и проникает во все структуры современного буржуазного общества, прежде всего «истеблишмент». Предшествовавшая ей форма популярной культуры включала традиционно-гуманистический идеал культуры, претендующий на всеобщность, тогда как реально на практике охватывала абсолютное меньшинство населения; вместе с тем большинство (рабочий класс, крестьянство, пролетариат, угнетаемые национальные группы, часть городского мещанства) оказывалось за пределами официальной культуры.

Всеобщность массовой культуры придает ее характеристикам абсолютную доминантность, вытесняя и подавляя элитарно-культурный идеал творческой личности и замещая его идеалами «человек потребляющий» (*homo-consumens*) и «человек играющий» (*homo ludens*) одновременно. Элитарная гуманистическая культура, верность идеалу которой сохраняет либеральная часть современной буржуазной интеллигенции, при всей своей внутренней разнородности сводится к роли утилитарно-функционального подраздела всеобщей массовой культуры [2]. Этот процесс осуществляется через подключение к ней (при сохранении иллюзии известной автономности) различных рычагов аппарата официальной культуры.

Регулирование осуществляется через отчуждение продукта творческой деятельности, который поступает в ценностный фонд культуры только и исключительно через аппарат массовой культуры, в частности через рекламу. Реальная сила массовой культуры уже такова, что и в глазах представителя элитарно-культурного слоя продукт его деятельности становится ценностью и продуктом массового псевдопотребления. При этом всеобщее внимание переключается с содержания акта творческой деятельности и его абсолютной ценности на относительную его ценность, как предмета потребления.

Влияние происходит через утилизацию отчужденного продукта творческой деятельности, которая замещает содержание творчества и дополнительной ценности его «реализации» в массовом потреблении. Так, формальное достижение кинетического искусства, авангардного театра утилизируются не только их тиражированием в популярных мюзиклах, но и в рекламе, оформлении интерьеров, художественном проектировании промышленной продукции или организации предвыборных компаний.

Процесс ускоренного отчуждения и утилизации продукта одновременно вызывает необходимость ускоренного генерирования нового продукта творческой деятельности как единственную возможность творческой элиты доказывать себе собственную самостоятельность, антимассовость и тем самым доказывают аппарату «массовой культуры» свою полезность.

В-третьих, «массовая культура» характеризуется универсальностью традиционной формы функционирования буржуазной культуры. Она подготавливается слиянием частных властвующих элит в единый комплекс управления, однородностью форм производственной и внепроизводственной жизни во всех сферах общественного бытия, однозначностью процедуры потребления ценностей, объединяющей всех членов культурного сообщества в единый клуб потребителей. Универсальность «массовой культуры» приводит к тому, что любые культурные субобщества (профессиональные, региональные, религиозные, политические и прочие) являются ее органическими элементами, соблюдающими во всех проявлениях автономной активности общие правила игры.

В-четвертых, «массовая культура» сохраняет свойственную традиционному типу функционирования буржуазной культуры дифференцированность по стратам и субобществам. Однако если там мы имеем дело с замкнутой универсальной «культурой» и субститутами культуры в дискриминированных группах, то здесь это чрезвычайно разработанная система подгрупп массовой культуры, различающихся ровно настолько, чтобы непосредственно демонстрировать собственно различие как ценность. Непосредственная различимость символов принадлежности к подгруппе усиливает универсальность «массовой культуры», создавая одновременно развернутую иллюзию ее внутреннего разнообразия, на котором строит и использует свою деятельность в потребительских ценностях.

В-пятых, «массовая культура» все очевиднее выступает как тип функционирования культуры, обладающий глобальностью воздействия. Та или иная страна в силу прежде всего экономических причин выступает как лидер формирования всемирного ценностного фонда культуры. Принципиальное различие заключается в том, что «массовая культура» осознанно рассматривается наиболее просвещенным крылом правящих кругов (прежде всего США) как главное средство глобальной политики [3]. Впервые в крайне упрощенной форме эта установка проявилась в европейской политике США сороковых годов как задача распространения «американского образа жизни», распространения потребительского идеала американской массовой

культуры. Глобальное распространение «массовой культуры» значительно выросло при использовании несравненно более рафинированных программ, вырабатываемых экспертной службой проектирования; возникший в США культурный стереотип постепенно охватывает весь капиталистический мир и определенные культурные слои «третьего мира». Благодаря своему естественно-искусственному характеру стереотипы «массовой культуры» опознаются классическим мелкобуржуазным сознанием как прогрессивная форма выражения присущего ей традиционно потребительского идеала, создавая плацдармы для ее экспансии.

Конечно, приведенные выше характеристики не исчерпывают всей специфики «массовой культуры», но, по-видимому, достаточно полно подтверждают действительную феноменологическую новизну этого типа функционирования механизма культуры.

«Массовая культура» предельно выпукло характеризует драматическую фазу общего кризиса капиталистической социальной системы. Сила и эластичность ее аппарата, закономерности его автономного функционирования (в том числе типы включенности творческой деятельности) не могут быть на периферии социально-философских исследований [6]. Детальный анализ форм взаимодействия массовой культуры с базисными структурными элементами общественного организма — производством, системой распределения и управления системой производства и трансляции информации, представляет собой сложную теоретическую задачу.

Выражение «массовая культура» выполняет роль символа неприятия условий игры, навязанных современным этапом развития капиталистического общества культур-элите, теряющей прежние позиции. Но оно лишь в минимальной степени отражает суть процессов, которые позволяют утверждать качественное отличие находящегося в стадии активного становления нового типа функционирования механизма буржуазной культуры.

### Литература:

1. Энциклопедический словарь по культурологии. - М., 1997.
2. Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество. - М., 1997.
3. Зорина Н.В. Литературные прообразы массовой культуры в США, 1990, №5.
4. Коссак Э. Ленин и культура. Пер./Предисл. И.Ф.Белззы; - М.: Прогресс, 1974.
5. Смольская Е.П. «Массовая культура»: развлечение или политика? - М., 1986.
6. Шагинская Е.Н. Массовая культура XX века: очерк теорий. - М., 2000.