

ИНТЕРПРЕТАЦИЯ ФЕНОМЕНА МАССОВОЙ КУЛЬТУРЫ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ РАЗВИТИЯ ОБЩЕСТВА

Дорожкин А.С.

Республиканский институт высшей школы

В данной статье рассматривается воздействие массовой культуры на общественное сознание. Проводится попытка интерпретации феномена массовой культуры как с отрицательной (избегание неблагоприятного события для действующего агента), так и положительной (наступление благоприятного события) стороны.

Ключевые слова: массовая культура, социальный риск, социальная структура, доминирующая культура, массовое сознание, ценности, социальная адаптация.

Идея массовой культуры появилась в 1920-е гг. в рамках доктрины массового общества, согласно которой в индустриальную стадию развития исчезает жесткая классовая поляризация, и главную роль на исторической арене начинают играть массы.

Актуальность темы данной статьи в значительной мере определяется культурными трансформациями современного общества, вступившего в эпоху глобализации. В обществе, перешедшем на новую ступень исторического развития, существенно изменяется роль и расширяется круг функций, выполняемых массовой культурой, что в большой мере связано с увеличением числа субъектов исторической деятельности, являющихся носителями ценностей этого типа культуры. Именно по этому, в условиях существования плюрализма идеологий **целью** данного исследования становится необходимость взвешенного анализа массовой культуры как специфического социокультурного феномена.

Наиболее актуальной **проблемой** в изучении данного феномена на современном этапе остается сложность и противоречивость массовой культуры, ее способность к трансформациям под влиянием социальных, технических, эстетических и прочих факторов, ее реактивная мобильность и отзывчивость на требования настоящего момента. Все эти обстоятельства, как следствие, обусловили необходимость теоретического осмысления данного социокультурного феномена на новом критическом уровне с учетом предыдущего опыта его изучения в мировой и отечественной философской и культурологической литературе.

Анализируя работы и исследования, посвященные данной тематике, стоит отметить, что первые попытки теоретического осмысления феномена массовой культуры относятся к рубежу XIX-XX вв. Они связываются с именами Г. Лебона, Г. Тарда, З. Фрейда, Л. Н. Войтоловского и других ученых, которые рассматривали проблему массовой культуры в тесной связи с развернувшимся процессом перерождения гражданского общества в массовое.

В настоящее время все теории массового общества выделяют в два подхода. Согласно первому из них, массовому обществу присуща жесткая стандартизация, снижение индивидуальности личности и т.д. (Х. Ортега-и-Гассет; Э. Фромм и др.). Представители данного подхода относятся достаточно критично к массовому обществу, а соответственно и массовой культуре. С точки зрения более позднего подхода, массовое общество рассматривается скорее позитивно, хотя авторы отмечают его изъяны.

Представители данного подхода не отрицают недостатки массового общества, однако отмечают такие черты массового общества, а значит и массовой культуры, как элемент большего равенства

людей, возрастающую степень социальной однородности общества.

Впервые термин «массовая культура» ввел в обращение американский социолог Д. Макдональд в 1944 г. На сегодняшний день существует множество определений «массовой культуры». Во второй половине прошлого века в научной литературе достаточно часто отождествляли массовую культуру с популярной культурой, с китчем. В зависимости от подхода к пониманию массового общества, определения «массовой культуры» можно выделить в две группы. Первые подчеркивают стандартизацию, усредненный уровень объектов массовой культуры, вторые отмечают массовый характер данного феномена. В качестве примера определений первой группы можно привести следующее: массовая культура – «относительно стандартизированные и однородные продукты культуры и связанный с ними опыт, предназначенный для широкой общественности [4]. Или массовая культура – «термин, используемый в современной культурологии для обозначения специфической разновидности «среднего» потребителя и предполагающего возможность широкого тиражирования оригинального продукта» [18]. Есть также определения, подчеркивающие плохой вкус потребителей массовой культуры. Например, массовая культура – «та часть культуры общества, которая связана с массовым производством единого механизма социальной ориентации, нацеленного на формирование духовно неразвитой личности»; «определенное состояние культуры современного общества, связанное с доступным подавляющему большинству усвоением общих стандартов мышления и поведения, отчуждающих личность от творчески активной деятельности» [20]. Второе направление подчеркивает усредненность массового потребления, его стандартизацию.

Учитывая вышеизложенные характеристики можно определить массовую культуру следующим образом: массовая культура – это возникающая в результате развития массового производства форма культуры, обладающая низким содержательным и художественным уровнем, легкодоступная для восприятия и распространяемая среди широких слоев населения при помощи СМИ.

Согласно современным исследованиям, массовая культура в своем развитии прошла два этапа. С момента выделения ее в отдельную форму культуры и обозначения ее термином «массовая культура» до 1960-х гг., этот период можно обозначить как первый этап ее развития. В это время массовая культура была менее социально дифференцированной и более интернациональной. До этого времени происходило формирование массовой культуры [19]. Главной ее функцией была развлекательная функция. Широкое развитие получает адаптивная функция, в облегченном варианте. При этом она не

только потребляется человеком, «сколько потребляет самого человека, заслоняя от него и заменяя ему другие пласты культуры».

Второй этап начинается с 1960-х гг. и продолжается до сегодняшнего дня. Это время считается переломными в содержательной стороне массовой культуры Запада, что связано с началом формирования информационного общества [13]. На данном этапе продолжает возрастать роль массовой культуры в обществе. Массовая культура все больше выступает как средство адаптации человека в обществе. Ускоряются процессы производства. В качестве источников информации выступают СМИ, обладающие все большим суггестивное воздействием. Увеличивающиеся темпы жизни оставляют человеку меньше времени для самостоятельного анализа информации. Массовая культура становится объединяющим средством в обществе. Она выстраивает и закрепляет отношения конвейерного производства. И если возрастают темпы обмена между людьми любым продуктом, призванная регулировать отношения индустриальной эпохи массовая культура, продолжает развиваться в постиндустриальном обществе, где главное – информационный обмен, а технологическое производство считается налаженным этапом. В результате, (что можно рассматривать как закономерный итог), происходит смена акцентов в функциях массовой культуры.

С увеличением всеобъемлющего характера массовой культуры она подвергается критике. В первую очередь, это связано с ее ценностным аспектом. К основным ценностям массовой культуры относятся гедонизм, материальное благополучие. При этом в пропаганде массовой культуры материальные ценности доминируют над моральными ценностями, вытесняя их. Но материальные ценности не могут заменить моральные, в связи с этим массовая культура, приобретая большое воздействие на общество, в то же время увеличивает психологический дискомфорт индивида и вызывает все больше недовольства и критики в свой адрес.

Термин социальный риск определяю как вероятность наступления (или не наступления) или существования (отсутствия) благоприятных (или неблагоприятных) обстоятельств для агента, зависящих от его социальной деятельности (или бездеятельности) в условиях объективной реальности.

Массовая культура явление противоречивое, поэтому целесообразно выделить две группы рисков: позитивные (связанные с положительным воздействием массовой культуры) и отрицательные (вызванные негативным воздействием массовой культуры).

Всеохватывающий характер массовой культуры, интенсивное использование ею СМИ приводят к манипулированию сознанием человека. Манипулирование предполагает, в первую очередь, осуществление действий в пользу того, кто манипулирует. При этом цели манипулятора и того, кем манипулируют, могут быть противоположны. В связи с этим для того в отношении кого осуществляют манипулирование, всегда есть опасность не реализовать свои интересы. С. Московичи: «...поначалу, когда большинство захватывает власть, она временно переходит в руки меньшинства, но только до того момента, пока один человек не отнимет ее у всех остальных. Этот исключительный человек теперь воплощает собой закон. Он обладает властью направлять массы людей на героические сражения, на гигантские стройки. А они открыто приносят ему в жертву свои интересы и нужды, вплоть до собственной жизни» [14]. Если рассматривать момент манипуляции человеческим сознанием с позиции

взаимоотношения культуры и власти, то власть всегда стремилась ее контролировать и использовать ее как средство для управления массами. Именно в рамках массовой культуры манипуляционный момент выражен наиболее характерно, что связано с содержанием и методами, используемыми данной формой культуры.

Пропагандируемые массовой культурой гедонистические и потребительские ценности способствуют развитию безразличного отношения к реальности и возрастанию интереса только к получению личных благ. Человек начинает оценивать отношения с точки зрения личного обогащения или получения удовольствий, что содержит такие опасности, как постоянное желание соответствовать пропагандируемому массовой культурой образу жизни и депривация личности в случае невозможности получения желаемого уровня благосостояния.

Массовая культура в большей мере, чем другие формы культуры способствует тому, чтобы человек становился «как все». Однако внедряемая массовой культурой унификация личности опасна для самого человека. По мнению И. Эренбурга, она препятствует развитию индивидуальных черт личности, унификация противоречит сути человеческого бытия: ибо ставит под вопрос возможность реализации. Здесь можно возразить. Во все времена в обществе были общие правила поведения. Разумеется, «...какая-то степень унификации обязательна для любого сообщества» [10]. Однако в период массовой культуры степень унификации достигает небывалого до этого предела. Уже сам факт критики массовой культуры за излишнюю стандартизацию – показатель значительно более высокой степени унификации. При этом в массовой культуре не только сохраняется, но и во многом преувеличивается иллюзия свободы личности в суждениях и поступках.

Некоторые исследователи считают попыткой противостоять ей возникновение субкультур.

Релаксационный элемент массовой культуры предназначен для смягчения влияния стандартизации отношений на производстве и снижения значения кровнородственных связей. Таким образом, можно отметить, что в настоящее время возможно неосознанно, но ищется противовес излишней стандартизации, характерной для современного общества.

Массовая культура способствует культурной преемственности, что содержит свои положительные и отрицательные стороны. Во-первых, есть вероятность, что какие-то элементы чужой культуры могут быть неверно поняты. Иерархии ценностей у разных народов различны. И то или иное явление в разных культурах может оцениваться по-разному. Во-вторых, культура – это механизм, способствующий социализации человека в обществе. Так, Э. Дюркгейм считал, что любой закон, любая «нравственная или юридическая регламентация выражает главным образом социальные потребности...» [8]. Любой поступок, любое действие настолько морально, насколько соответствует потребностям общества. На протяжении всего исторического развития данной социальной системой делался выбор «из множества возможных новых структур какой-то одной» [5]. При этом учитывались различные факторы: географическое положение, климат, соседние государства и т.д. Культура создавалась как механизм, способствовавший выживанию человека. Так, культура Запада и Востока обусловлена геополитическими факторами. Это цивилизации, каждая из которых оптимально приспособлена к географическим, климатическим, политическим и т.д. условиям, в которых она была сформирована и продолжает существовать по сей день [11]. Таким

образом, культура любого народа создавалась как оптимальный вариант адаптации к существующим условиям. Навязывание ложных потребностей также можно рассматривать в качестве риска. В современном обществе для «большой части людей... непосредственным мотивом денежных расходов сверх тех, что необходимы для физического благополучия, является не только сознательное стремление превзойти других в размере явного потребления, сколько желание держаться на уровне общепринятых требований благопристойности в качестве и количестве потребляемых товаров» [7]. Ж. Бодрийар отмечает, что: «Масса перевела потребление в плоскость, где его уровень оказывается показателем статуса и престижа, где оно выходит за всякие разумные пределы...» [3]. Массовая культура усугубляет этот процесс. Например, массовизация моды. Сегодня мода «руководствуется не столько интересами целесообразности, пользы, удобства, сколько получением высокой прибыли». Потребители предлагают новые продукты (одежду, автомобили, бытовую технику и т.д.), хотя старые еще исправны и в хорошем состоянии. Искусственно формируются потребности и он должен их удовлетворить. На самом деле такая потребность отсутствует и подменяется потребностью в социальном признании, а имеющиеся потребности могут остаться неудовлетворенными.

В качестве рисков, связанных с существованием массовой культуры, можно отметить снижение качества развлечений. Создание произведений культуры поставлено на поток. Репертуар развлечений становится гораздо шире, чем в доиндустриальную эпоху, при этом содержание упрощается. Улетучивается игровой момент, способствующий духовному развитию. Развлечения становятся более стандартными, простыми и грубыми. К развлечениям «стали относиться утилитарно» [9]. Человек пассивен физически. Содержание основных видов развлечений массовой культуры – примитивно: не требует сложной моральной или умственной работы индивида.

Рассматривая массовую культуру, можно отметить ее объединяющее значение. Массовая культура объединяет население на ценностном и коммуникационном уровнях. Как форма культуры, массовая культура имеет свой набор ценностей и норм. С одной стороны, она навязывает личности определенные ценности, с другой, адаптирует ее к массовому обществу, формирует массового человека для массового общества, и тем самым, выступает как «...средство цементирования, интеграции этого общества». Через представления обыденного сознания она «встраивает» человека в массовое общество. «В определенном смысле массовую культуру можно рассматривать как «современную организацию обыденного сознания...» [2].

Риск, связанный с социальным процессом, предполагает получение благ, объединенных с социализирующей ролью массовой культуры. Ценности, стандарты поведения, транслируемые массовой культурой в общество, помогают каждому отдельному человеку ориентироваться в современных условиях. Адаптируя человека, таким образом, к современной жизни, она является очень мощным социализирующим фактором и «...выступает как комплексная форма организации и структурирования культурной жизни общества, производя... соответствующую картину мира...» [2].

Подводя **итог**, следует отметить, что массовая культура – явление противоречивое, оказывающее неоднозначное влияние на общество. С целью снижения такого воздействия сегодня все чаще появляется мнение о необходимости сближения ценностей массовой культуры с общемировыми ценностями. Действительно, это оптимальный вариант решения проблемы. Если в области культуры станет осуществляться целенаправленная, последовательная политика, направленная на сближение ценностей массовой культуры с общечеловеческими ценностями, то это приведет к уменьшению количества и степени рисков, связанных с влиянием массовой культуры в обществе.

Список литературы:

1. Аблеев С. Р. Специфика и тенденции массовой культуры: анализ основных аспектов. URL: <http://www.lomonosov.org/friend-esses/fourfriend-esses15054.html> (дата доступа: 11.09.2015).
2. Ашин Г. К. Доктрина «массового общества». – М., 1971.
3. Бодрийар Ж. Призрак толпы. – М., 2007.
4. Большой толковый словарь. Т. 1. (А-О) / Пер. с англ. М., 1999.
5. Бранский В. П. Социальная синергетика как постмодернистская философия истории // Общественные науки и современность. – 1999. – № 6.
6. Быкова Э. В. Культура народная, элитарная и массовая. URL: http://avt.miem.edu.ru/Kafedra/KT/Publik/posob_2_kt.html (дата доступа: 30.08.2015).
7. Веблен Т. Теория праздного класса. – М., 1984.
8. Дюркгейм Э. О разделении общественного труда. Метод социологии. – М., 1991.
9. Захаров А. В. Развлечение sub specie социологии // Социол. исслед. – 2008. – № 1.
10. Криштоф Т. Все для всех. Массовая культура и современный человек. – М., 1978.
11. Лебедев В. Э. Всемирная история: теоретический аспект. Екатеринбург, 2000.
12. Лебедева В. Г. Феномен массовой культуры в новейших отечественных концепциях. URL: www.ecdejavu.net/m-2/Mass_culture-2.html (дата обращения: 21.07.2011).
13. Массовая культура и массовое искусство. «За» и «против». – М., 2003.
14. Московичи С. Век толп. – М., 1998.
15. Ожегов С. И. Толковый словарь русского языка. – М., 1999.
16. Радугин А. А. Культурология. URL: http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Culture/Rad/05.php (дата обращения: 21.07.2011).
17. Социологический энциклопедический словарь. Редактор-координатор Г. В. Осипов. – М., 1998.
18. Социологическая энциклопедия. – Минск, 2003.
19. Социология. Под ред. В. Н. Лавриненко. – М., 2004.
20. Учебный социологический словарь. – М., 1999.

Дорожкін А.С.

Республіканський інститут вищої школи

ІНТЕРПРЕТАЦІЯ ФЕНОМЕНА МАСОВОЇ КУЛЬТУРИ НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ РОЗВИТКУ СУСПІЛЬСТВА

Анотація

В даній статті розглядається вплив масової культури на суспільну свідомість. Проводиться спроба інтерпретації феномена масової культури як з негативною (уникнути несприятливої події для діючого агента), так і позитивною (наступ сприятливої події) сторони.

Ключові слова: масова культура, соціальний ризик, соціальна структура, домінуюча культура, масова свідомість, цінності, соціальна адаптація.

Dorozhkin A.S.

Republican Institute for Higher Education

INTERPRETATION OF THE PHENOMENON OF MASS CULTURE AT THE PRESENT STAGE OF SOCIAL DEVELOPMENT

Summary

This article examines the impact of popular culture on the public consciousness. Held attempt to interpret the phenomenon of mass culture as a negative (to prevent adverse events for the active agent), and positive (the onset of favorable events) side.

Keywords: mass culture, social risk, social structure, the dominant culture, the mass consciousness, values, social adaptation.

УДК 305-055.1,2

МАРГИНАЛЬНОСТЬ В КОНТЕКСТЕ ГЕНДЕРНЫХ ОТНОШЕНИЙ

Павлицева Я.А.

Национальный юридический университет имени Ярослава Мудрого

В статье исследуется явление маргинальности в контексте гендерных отношений. Автор выделяет и анализирует ключевые особенности гендерных отношений в европейском сообществе. Изучаются механизмы функционирования и логика построения гендерных отношений. Автор доказывает, что характер гендерных отношений провоцирует возникновение такого социально-культурного явления, как маргинальность (маргинальные личности). Маргинальность в контексте гендерных отношений оказывается амбивалентным феноменом: указывает на деструктивные тенденции в обществе и, в то же время, подразумевает потенции обновления и качественных мировоззренческих изменений в социуме.

Ключевые слова: маргинальность, гендерные отношения, андроцентричность, феминный, маскулинный, гендерная асимметрия.

Постановка проблемы. Проблема гендера как социокультурного пола является одной из наиболее актуальных в современной антропологии, социологии, психологии, лингвистике. В конце XX – начале XXI века пол человека стал рассматриваться намного шире, чем биологический феномен, ведь принадлежность к тому или иному полу обуславливает личность практически во всех сферах жизнедеятельности и отношений с окружающим миром. Гендерный вопрос получил широкие трактовки в различных отраслях знания: так, в социологии его актуализировали и осветили П. Бурдьё, А.Г. Дугин, И. Жербкина, в психологическом аспекте его рассматривали Ш. Берн, И.С. Клецина, в лингвистике его изучали Р. Лакофф, Д. Таннен, А.В. Кирилина, О.Л. Каменская, Г.Е. Крейдлин, Е.С. Гриценко, Е.И. Горошко, в философии постмодернизма – Ж. Бодрийяр, М. Фуко.

Анализ последних исследований и публикаций. В научной литературе исследование маргинальности в контексте гендерных отношений на данный момент не получило широкого освещения. Среди

ведущих работ по этой проблеме можно выделить ряд публикаций Н.В. Антоновой. Кроме того, фундаментальными исследованиями, которые послужили базой для нашей статьи, являются труды А.В. Кирилина, В.С. Агеева, Т.Б. Рябовой (в аспекте гендера) и работа антрополога В. Тэрнера (по вопросу маргинальности).

Выделение нерешённых ранее частей общей проблемы. Тем не менее, изучение гендера и гендерных отношений остаётся всё ещё открытой проблемой, требующей доработок и новых интерпретаций, поскольку возникают аспекты, не исследованные в полном объёме. Одним из таких открытых вопросов, на наш взгляд, является феномен маргинальности в контексте гендерных отношений.

Цель статьи. Поэтому цель данной статьи состоит в изучении такого социального явления, как маргинальность с точки зрения полоролевых отношений. Для этого мы выдвигаем следующие задачи: 1) проанализировать ключевые особенности гендерных отношений в современном европейском обществе; 2) исследовать маргинальность как не-