

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РФ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ
БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ВОРОНЕЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ»

С. И. Сулимов,
И. В. Черниговских

ФИЛОСОФСКИЕ ПРОБЛЕМЫ МАССОВОЙ КУЛЬТУРЫ

Учебное пособие

Воронеж
Издательский дом ВГУ
2017

СОДЕРЖАНИЕ

Лекция № 1. Массовая культура как феномен постиндустриального общества	4
Лекция № 2. Генезис представлений о массовой культуре	10
Лекция № 3. Взаимодействие массовой, элитарной и народной культур	16
Лекция № 4. Массовая культура, СМИ и искусство	24
Лекция № 5. Аксиология массовой культуры	31
Лекция № 6. Массовая культура как новая архаика	37
Лекция № 7. Маскульт и телевидение	43
Лекция № 8. Музыка и литература в массовом обществе	49
Тематика семинарских занятий	55

достижения успеха; отказ от постижения бытия в пользу отработки методов решения конкретных проблем; признание только относительной истины; рационалистическая этика; ориентация на сиюминутные капризы индивида¹. Массовая культура помогает человеку установить контакт с миром, подтверждает ему его присутствие в обществе, но средством такого подтверждения всегда является потребление человеком продукции масскульта. В наши дни адепт массовой культуры не обязан входить в массовую организацию типа комсомола, но должен потреблять то же, что и остальные адепты масскульта. А ассортимент для такого потребления крайне широк и рассчитан почти на любой размер кошелька.

II. Говорить о возникновении и становлении масскульта можно только с 1960-х гг. Данному явлению способствовал ряд событий. Американский исследователь Патрик Бьюкенен указывает среди них послевоенный демографический взрыв, сопровождающийся повышением уровня жизни, что привело к появлению целого поколения избалованной молодёжи. Советский автор Юрий Давыдов анализирует широкое распространение телевидения как фактор возникновения масскульта (потому что телевидение – первый шаг в виртуальной реальности). Сыграла свою роль и «холодная война», в ходе которой две мировые системы при помощи пропаганды порочили культурное наследие и традиции друг друга. Недаром «сексуальная революция» и студенческие волнения начались одновременно в США, Франции и даже СССР (процесс над «партией настоящих коммунистов»).

Особого размаха протестное движение достигло в США. Его мишенью стали пуританская мораль и трудовая этика, а также возводимые американцами в ореол святости богатство и жизненный успех. Всевозможные битники, хиппи и панки, опираясь на философию Г. Маркузе, призывали к «Великому отказу» от подчинения общественной иерархии и тех бесспорных

¹ Там же, с. 23–24.

преимуществ, которые это подчинение гарантирует. Альтернативных идей и лозунгов было множество, но за всеми этими призывами вернуться к природе, обрести нерациональную истину в наркотических галлюцинациях, достичь просветления при помощи медитации и т.д. проглядывает колоссальная инфантильность и жизненная незрелость. По большому счёту, это был бунт избалованных детей, которые в 1960-е гг. пытались изменить общество (протестовали против Вьетнамской войны и апартеида), а в 1970-е гг. перешли к культу экстатических развлечений, обеспечиваемым рок-музыкой и широко распространившейся «лёгкой» наркоманией. Даже после завершения движения хиппи в обществе сохранилось одно из их достижений: сексуальная свобода. По большому счёту, это явление следует воспринимать не как новую модель семьи, а как узаконенный отказ от ответственности. И таких с виду небольших «завоеваний революции» сохранилось немало. Идеалы битников и хиппи не стали господствующими, но они добились для индивида права иметь собственное видение мира, автономное от господствующей в обществе позиции. Такой индивид может быть конформистом, а может и не быть им, если согласен подвергнуться ostracism традиционалистами. Но теперь всё зависит только от его личного желания.

На протяжении 1970-2000-х гг. массовая культура сильно мутировала. Если её создатели в 1970-е гг. настаивали на освобождении естественных отношений от контроля общественных институтов (например, сексуальности от семьи) и культивировали естественность во всём (особенно, природную мужественность), то современная массовая культура больше ориентирована на психологический гедонизм. По меткому выражению французского социолога Жиля Липовецки, это гедонизм, но не агрессивный, а нарциссический¹. К примеру, современный массовый человек культивирует не мужественность, а андрогинность, потому что это позволяет совмещать

¹ Липовецки Ж. Эра пустоты. Эссе о современном индивидуализме / Ж. Липовецки. – Санкт-Петербург : изд-во «Владимир Даль», 2001. – С. 173.

привилегии обеих моделей поведения. В отличие от бунтаря 1960-х гг. он не выступает против господствующих ценностей или традиций, внешне демонстрирует полный конформизм, но при этом совершенно безразличен и к ценностям и традициям, и к окружающему обществу. Такой человек – рафинированный индивидуалист, сосредоточенный на своих собственных предпочтениях в мире моды, развлечений и т.д. Он по-прежнему избегает ответственности за что-либо, но реализует свою свободу именно в потреблении. Его больше не интересует политика, но теперь «массовый человек» очень привязан к психологии. Ведь только она может дать ему объяснения его собственных привычек, капризов и запросов. По отношению к истине, идеям, обязательствам или хотя бы грандиозным замыслам современный нарцисс безразличен, потому что они могут обременить его и тем самым ущемить его свободу.

Важной чертой современной массовой культуры А. В. Костина считает трансформацию понятия «молодость». Если во время «сексуальной революции» этот термин был всем понятен в силу возраста большинства бунтарей, то в наши дни все говорят о «молодёжной субкультуре», «молодости как модели поведения», но по факту просто зрелые люди стали допускать для себя больше инфантилизма, а биологически молодые люди, наоборот, потеряли стремление к новаторству и смелости, предпочитая оставаться в тени заботящихся о них старших¹.

III. Массовая культура представляет собой гибкое, отзывчивое на социальные изменения явление. Поэтому можно говорить о её функциях только в данный исторический период (начало XXI в.), ведь они изменчивы точно так же, как и «массовое общество». Итак, А. В. Костина выделяет четыре основные функции масскульты.

¹ Костина А. В. Массовая культура как феномен постиндустриального общества / А. В. Костина. – Москва : КомКнига, 2006. – С. 43.

1. *Адаптационная функция.* Доминируя в обществе, лишённом традиций и коммуникации между поколениями, масскульт помогает человеку «встроиться» в общество. Но эта адаптация имеет важную особенность: она ориентирует человека на конформизм и пассивность. Если высокая культура требует от своего адепта приобщения к культурному опыту человечества и реализации себя хотя бы в его освоении, то масскульт позволяет не иметь собственной точки зрения и ничего не осваивать, потребляя всё наравне со всеми. Кстати говоря, доказано, что такое отношение к жизни приводит общество к застою и возвращению в первобытность, потому что культура изначально возникла как стремление преобразовать природу, а не жить в равновесии с ней.

2. Массовая культура как *пространство иллюзорных комплексов.* Телевидение и Internet создают виртуальный мир, который в наши дни по своим характеристикам может конкурировать с реальностью. Всяческое тиражирование виртуальной реальности в массовой культуре приводит к отвлечению человека от реальной жизни как залог его пассивности.

3. *Защитная и рекреационная функции.* В условиях полного отчуждения труда от труженика только в процессе потребления человек может реализовать свою волю, а отвлекает от «конвейера» его уже не собственная фантазия, а виртуальный мир. Например, современный строитель строит дом, в котором никогда не будет жить ни он сам, ни его родственники, и от продажи дома он тоже не получит ничего. Но на вопрос, зачем он участвует в строительстве, массовая культура исподволь даёт ответ: «Для того, чтобы получить зарплату и купить на неё модные вещи».

4. Массовая культура как *основа потребительской идеологии.* Масскульт выступает как забота о каждом, потому что предлагает всем и каждому материальный и духовный ассортимент. По словам Ж. Липовецки, масскульт не принуждает, а соблазняет, создавая иллюзорный мир рекламы

и имиджей, и одновременно заслоняя им реальную социальную напряженность. Например, почти любой бедняк и даже пьяница может отправиться на морской пляж, сфотографироваться там и долго гордиться этим, потому что визуально азовский пляж мало отличается от средиземноморского. И бедняку начинает казаться, что его жизнь не так уж плоха. Ведь он «тоже» ездит на морской отдых, «как и» самые богатые люди.

Лекция № 2.

Генезис представлений о массовой культуре

- I. Проблема массового и элитарного в классической философии.
- II. Масса как социально-психологический феномен.
- III. Постклассическая концепция массовой культуры.
- IV. Концепция культуры в постмодерне.

I. Проблема соотношения массовой и элитарной культур в фрагментарном виде присутствует в европейской философии с самой эпохи Возрождения, но особой актуальности или глубины такие исследования не имели до самого конца XVIII в. Это связано с тем, что западноевропейское общество, как и его русский и восточный аналоги, было иерархическим, и его сословия представляли собой маленькие замкнутые реальности для входящих в них членов. Сословие адаптировало к жизни и оказывало реальную помощь, указывало человеку его жизненное предназначение и учило этому предназначению следовать. Религия, особенно католицизм, выполняла, среди прочих, компенсаторную функцию, излечивая душевные раны, получаемые человеком в столкновениях с жизненными реалиями. Лишь во второй половине XVIII в., в связи с Промышленной революцией и развитием рыночных отношений, на историческую сцену вышло «третье сословие», до этого практически не участвовавшее в культурной жизни общества. Если аристократия и духовенство были символом Европы с начала средних ве-