Петров И.Ф.**О массовой культуре и ее особенностях***Академия маркетинга и социально-информационных технологий
(Россия, Краснодар)*

doi: 10.18411/lj-06-2019-72

idsp: ljournal-06-2019-72

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).

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

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 moral and aesthetic level of the product (including works of art).

Key words: 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.

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 Боас Ф. и Кребер А. - культурологи из Америки - занимались сбором бесчисленных данных о жизни и повседневном быте разных народов, применяя на практике описательный подход анализа культуры [7].

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.

Вначале двадцатых годов прошлого века гуманистическая концепция Бахтина М. 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 Бахтина М.М.

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 [10]. Изучением массовой культуры, ее философско-культурологическим анализом занимались Белл Д., Лебон Г., Миллс Р., Тард Г., Уайт Л., Хаксли О., Шиллс Э., Шпенглер О., Фрейд З., Фромм Э., Юнг С. У нас проблемой массовой культуры Запада интересовались Кукаркин А., Касавина Г., Леонтьева В. и другие. Примерно с восьмидесятых годов прошлого века отечественные ученые обратили внимание на российскую массовую культуру [8].

Одним из зачинателей изучения масс является Лебон Г. 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» [3].

Фрейд З. 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» [11]. По мнению Ницше Ф. современное общество разрушает традиции созданные элитой, в чем и кроется упадок культуры [5]. 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 [6].

Рассуждая о коллективном поведении Блуммер Г. 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» [2]. 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, отличного 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 Межуева В.М., действует как коллективная личность, обладая специфической системой ценностей и близкие стереотипы поведения, то масса это группа разрозненных и раздробленных субъектов [4].

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 [9].

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 (Арендт Х., Блумер Г., Гоффман А. Рисмен Э. 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 (Бердяев Н., Кнабе Г., Ламонде И., Юнгер Ф. и др.).

Зарождение «человека массы» («массового человека») приписывается зарубежными и национальными философами «общему явлению массовизации».

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» [6].

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.

1. Бахтин М.М. Архитектоника поступка // Социологические исследования. 1986. № 2. С. 15.
2. Блуммер Г. Коллективное поведение // Психология масс. Самара. 1998. С. 555.
3. Лебон Г. Психология масс // Психология масс. Самара. 1998. С. 6.
4. Межуев В.М. Философия культуры. Эпоха классики. М. 2003. С. 39-41.
5. Ницше Ф. Несвоевременные размышления // Собр. соч. М. 1909. Т.2. С.6-12.
6. Ортега-и-Гассет Х. Эстетика, философия культуры. М. 1991. С. 348.
7. Петрова С.И. О толковании понятия "потребность" в разных науках // Вестник ИМСИТ. 2017. № 2 (70). С. 16-18.
8. Петрова С.И. О смысле и значении категории "потребность" // Бюллетень науки и практики. 2017. № 6 (19). С. 255-259.
9. Петрова С.И. Культурные процессы // Бюллетень науки и практики. 2016. № 7 (8). С. 222-225.
10. Флиер А.Я. Массовая культура и ее социальные функции // Общественные науки и современность. 1998. № 6. С. 24-37.
11. Фрейд З. Массовая психология и анализ человеческого «Я» // Психология масс. Самара. 1998. С. 17.

Петрова Е.В.

Информационная экология и современная культура

*Институт философии РАН
(Россия, Москва)*

doi: 10.18411/lj-06-2019-73
idsp: ljjournal-06-2019-73

Аннотация

В связи с расширением предметной области науки экологии возникают такие новые науки, как социальная экология, экология человека, глобальная экология. Информационные потоки занимают в окружающей среде настолько значимое место, что цифровую среду можно считать основной средой обитания современного человека. Возникает потребность в новой науке – информационной экологии. Понятие «информационная экология» тесно связано с понятием «информационная культура». Информационная экология должна развиваться в тесном сотрудничестве с философским осмыслением бытия человека в информационном обществе.

Ключевые слова: экология, социальная экология, экология человека, информационное общество, цифровая эпоха, информационная экология, информационная культура.

Abstract

As a result of the expansion of the subject area of environmental science, new sciences such as social ecology, human ecology, global ecology arise. Information flows in the environment are so significant place that the digital environment can be considered the main habitat of modern man. There is a need for a new science - information ecology. The concept of "informational ecology" is closely related to the concept of "informational culture." Information ecology should be developed in close cooperation with the philosophical understanding of human existence in the information society.

Keywords: ecology, social ecology, human ecology, information society, digital age, information ecology, information culture.