

## **МАССОВАЯ КУЛЬТУРА КАК ХАРАКТЕРНАЯ ЧЕРТА СОВРЕМЕННОЙ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ СИТУАЦИИ**

Характерной чертой современной социокультурной ситуации является расцвет массовой культуры, который сопровождается общим снижением культурного уровня людей. Необходимо рассмотреть причины ее появления и разобраться, в чем же ее сущность.

Очевидно, что создание и механизм распространения массовой культуры напрямую связан с рынком. В работе «Экономические рукописи 1857-1858гг.» К. Маркс отметил, что капиталистическое производство в известном смысле враждебно искусству [1, с.134-135]. В условиях рынка происходит неизбежное: произведения искусства постепенно превращаются в товар, выбрасываемый на рынок.

Западные культурологи появление массовой культуры также связывают с возникновением техногенного общества и изменением структуры как общества, так и культуры. В отличие от предыдущих европейских обществ: Средневековья, эпохи Возрождения, Просвещения, в которых «задавала тон» идея саморазвивающейся творческой личности, в техногенном обществе формируется массовое общество, в центре которого оказывается «человек массы». Это множество людей, каждый из которых сам по себе способен к развитию, но в условиях индустриального общества люди подчинены структуре и закону, функционирующим по образцу машины. Единые информационные системы, единая система образования, бурный рост производства, товаров массового потребления и их массовое потребление – все это стандартизирует повседневную жизнь и штампует «людей массы».

«Массовый человек» - это растворившийся в «массе» человек, утративший личностные, индивидуальные качества. Такой человек бесчувственен к красоте, истине, добру. И вот такое массовое общество, «массовые индивиды» и создают «массовую культуру». Ее характеристику дал в книге «На сцене и в кино» К. Тайнен. Он отметил, что массовая культура ориентируется на «психологическое расслабление» ее потребителей, т. е. превращается в «индустрию досуга».

Рассмотрим характерные черты массовой культуры. Поскольку продукт массовой культуры стандартизируется и идет в широкие массы, сходя с конвейера, то для него характерны следующие черты:

1. Этот продукт обладает значительно меньшей художественной ценностью, нежели Высокая культура, т.к. призван удовлетворять сиюминутные интересы и запросы массы, толпы.
2. Он характеризуется примитивизмом, посредственностью и даже вульгарными упрощениями.
3. Для него характерны развлекательность, забавность, сентиментализм, а в нынешнее время- жестокость, пошлость, аморальность.

Таким образом, массовая культура эксплуатирует такие сферы человеческой психики, как подсознание, интимная жизнь.

Катастрофическими последствиями массовой культуры является низведение человека-творца до уровня запрограммированного манекена, человека-потребителя.

Особенно следует отметить, что сегодня, по сути, происходит тотальная американизация нашей традиционной культуры.

Стоит также сказать и об особенностях зарождения американской массовой культуры. «В США - стране иммигрантов - нет своих глубоко укоренившихся

культурных традиций» - утверждает современный политолог В. Малинкович [8, с.3]. Дело в том, что население США – это выходцы из низших слоев европейского общества, которые отправились в Новый Свет искать лучшей жизни. Для такого общества мерилom всех ценностей стали деньги, что и определило дальнейшее его развитие (в том числе и развитие культуры). Тем более, что носителями высокой культуры всегда считалась интеллигенция, а таковой прослойки в американском обществе в момент его зарождения практически не существовало [4, с.5]. Разрыв с «исторической родиной» в культурном отношении невосполним, о чем свидетельствует и опыт украинской и русской диаспор».

Необходимо особо подчеркнуть, что мы не ведем речь о выдающихся деятелях американской культуры, в частности, литературы, музыки, кинематографии, мы говорим о так называемом «массовом» человеке и «массовой» американской культуре.

Общественные настроения в США все в большей степени определяются качеством, которое голландский философ Й.Хейзинга определил как «пуэрилизм» - своеобразный подростковый комплекс, предполагающий ненасытную тягу к грубым развлечениям, массовым зрелищам, сенсациям, внешней символике, простым лозунгам, рекламным клипам, а также нетерпимость к «чужакам», себялюбие и групповой эгоизм. Известно, что со второй половины XX в. влияние научно-технической революции на все стороны материальной и духовной жизни общества резко усилилось. Под ее влиянием и произошла индустриализация культуры и, в первую очередь, в США. На поточную основу было поставлено производство фильмов, литературных произведений, продукции телевидения, видеозапись.

Кроме того, США не были ареной боевых действий во время мировых войн, страна не была разрушена, а американцам не пришлось пережить ни оккупации, ни голода, ни тех трудностей, которые выпали на долю народов Европы и Азии. США не столкнулись и с трудностями и послевоенного восстановления экономики и прежнего, мирного уклада жизни. Напротив, и после Первой и особенно после Второй Мировой войн, США развивали промышленность, страна богатела.

Претендуя на доминирующее положение в мире, США стремились навязать западноевропейским странам свою идеологию, свой образ жизни. Массовая культура, созданная по американским стандартам и пропагандирующая американский образ жизни, как нельзя лучше служит этим целям. Европейские же страны, разрушенные войной, не имели возможности в послевоенные годы активно развивать собственную культуру. Европейской культуре в результате фашистской оккупации был нанесен огромный урон, сказывался недостаток технической и финансовой базы для развития собственной культуры. Поэтому европейцам приходилось довольствоваться продукцией американской массовой культуры, которая после всех ужасов войны уводила массового потребителя от тяжелой действительности в призрачный мир благополучия и «красивой жизни».

Подлинным зачинателем эстетики массовой культуры стал Голливуд, хозяева которого разработали и систематизировали экономические и организационные методы, идейные и рекламно-пропагандистские цели конвейерного способа производства кинокартин.

«Голливудизации» подверглись и книгопечатание, и пресса, и репродуцированная живопись, и музыка. И это вполне отвечает целям хозяев так называемой культуры для масс.

«Облегчить человеку процесс мышления до такой степени, чтобы в конце концов совсем выключить мышление», - так сформулировал их цели в свое время бывший шеф боннского идеологического центра Ганс Ян.

Самое страшное, что американская массовая культура несет в себе губительное, разрушающее воздействие на личность. Процесс творческого соревнования, стремления к идеалу, подменяется соревнованием коммерческим, стремлением к максимизации прибыли. При этом американская культура диктует нам свое видение духовных ценностей. Так, например, красота обнаженного человеческого тела, воспетая скульпторами Античности и творцами эпохи Возрождения, в американской массовой культуре сводится к сексуальности, пошлости. Смысл жизни человека, успех, сводится к накоплению богатства. Традиционными американскими героями в современных фильмах являются успешные «внезапно разбогатевшие» бизнесмены, телезвезды и т. п. При этом активно эксплуатируется мысль о том, что счастье людей заключается в их богатстве – у них есть признание, дорогие автомобили, внимание противоположного пола и т. п.

В настоящее время европейский культурный рынок буквально наводнен голливудскими фильмами, американскими книгами, музыкой, телевизионными передачами. Американские идеи проповедуются через многочисленные каналы средств массовой коммуникации, которые находятся опять же в руках американских концернов. По данным ЮНЕСКО, на США приходится 75% мирового объема телепрограмм, 65% объема информации, более 50% кинофильмов, 60% грампластинок, видео- и магнитофонных кассет, 89% коммерческой информации, 65% торговой рекламы, т. е. информационный и культурный рынок стран мира находится под контролем и сильнейшим влиянием американских информационных средств [7, с.574].

Таким образом, особенности исторического развития США и их доминирующее положение в западном мире привели к тому, что американская массовая культура все более подчиняет духовную жизнь народов мира влиянию США, навязывая им американский образ жизни и мышления. Такая информационно-культурная экспансия является своеобразной формой духовной агрессии, которая ставит целью разрушение традиционных национальных ценностей народов, культурное унифицирование на самом примитивном уровне. И если говорить о состоянии нашей духовной сферы, то самое печальное в этом процессе, что традиционные, наши славянские, духовные ценности подменяются американскими идеалами. И этой тенденции необходимо активно противостоять.

1. Маркс К. Введение (из «Экономических рукописей 1857-1858 гг.»).- Маркс К., Энгельс Ф., Избранные сочинения, т.4.
2. Блюменкрац М. Глобальные проблемы современного культурного процесса // Вопросы философии. – 2006, №5.
3. Зомбарт В. Почему в Соединенных Штатах нет социализма? // Рабочий класс, 24(319). – июнь 2006.
4. Костина А. В. Массовая культура: аспекты понимания // Знание. Понимание. Умение. — 2006. - № 1.-С.28-35.
5. Костина А. В. Популярная культура // Знание. Понимание. Умение. — 2005. — № 3. — С. 213-215.
6. Культурология. История мировой культуры. – Под ред. Марковой А. – 2- е изд., Москва, 2000.
7. Малинкович В. Глобализация: хорошо это или плохо? // Донецкий кряж № 41(380), 9-15 ноября 2000.