

УДК: 130.2

## ФИЛОСОФИЯ МАССОВОЙ КУЛЬТУРЫ

**Елена Петровна Логунова**

кандидат педагогических наук, доцент

elenaplogunova@mail.ru

**Анастасия Александровна Козлова**

студент

an4stasia.98@yandex.ru

Мичуринский государственный аграрный университет

Мичуринск, Россия

**Аннотация.** В данной статье рассмотрены философские аспекты массовой культуры. Рассматриваются источники и экономические предпосылки её возникновения, цель и социальные функции массовой культуры. Дается характеристика антипода массовой культуры – культуры элитарной.

**Ключевые слова:** массовая, элитарная культура, масса, толпа, элита.

Культурологи выделяют множество типов культуры, которые зависят от выбранного критерия. Например, культура Запада и Востока, религиозная и светская, детская и взрослая, индивидуальная и групповая и т.д. В зависимости от того, каким образом производятся и потребляются в обществе культурные ценности, выделяют культуру массовую и элитарную. Под массовой культурой подразумевается культурная продукция, производимая ежедневно в больших объемах. Это та самая культура, которую называют культурой повседневности, посредством разных каналов она предоставляется очень широкой аудитории, и прежде всего средствами массовой информации и коммуникации.

По вопросу о первоисточках массовой культуры у культурологов сформировались различные точки зрения:

1. Предыстория массовой культуры начинается с того времени, когда зарождается и само человечество.

2. Причины зарождения массовой культуры обусловлены фактом появления в Европе в XVII—XVIII веках новых жанров в литературе. В это время активно издаются романы приключенческие, авантюрные, детективные, за счёт чего внушительно расширяется аудитория читателей, так как стремительно растут тиражи.

3. Принятие Великобританией в 1870 г. закона об обязательной всеобщей грамотности оказало большое воздействие на развитие массовой культуры. Закон способствовал тому, что огромное число людей смогли теперь читать романы, которые в XIX веке стали главным видом художественного творчества.

Ключевое для понятия «массовая культура» слово – «масса». Философы и культурологи связывают феномен возникновения массовой культуры со всеохватывающей массовизацией жизни на рубеже XIX—XX вв. Этим явлением были затронуты различные сферы жизни общества. Проблема роли людских масс в социальной жизни была обозначена некоторыми философами XX века в их сочинениях: Х. Ортега и Гассет («Восстание масс»), Д. Белл («Конец идеологии»), М. Маклюэн и др.

В работе «Восстание масс» (1930 г.) Х. Ортега и Гассет воспроизводит понятие массы из «толпы». С позиции социологии толпа – это множество, как количественно, так и визуально, а множество то же самое, что и масса. Ортега отмечает, что всегда в обществе есть меньшинство, которое выделено особым образом, и есть масса, ничем невыделенная. Отсюда философ делает вывод, что «масса — это средний человек» [4].

Рассмотрим пять значений понятия «масса», которые были сформулированы американским социологом Д. Беллом в работе «Конец идеологии» (1960 г.)

1. Масса — неразделённое множество. 2. Масса — синоним необразованности. 3. Массы — механическое общество, когда человек является «придатком» техники. 4. Массы — обюрокращенное общество, в котором происходит потеря личностью своей индивидуальности в сторону стадности. 5. Массы — толпа, которая становится рабой страстей. Даже будучи сам по себе культурным, человек в толпе становится варваром. Белл приходит к выводу, что такие качества, как стадность, унифицированность и шаблонность есть воплощение массы. [1].

М. Маклюэн обозначает в качестве начала массовой культуры изобретение в XV веке печатного станка И. Гутенбергом. Так зародилась эпоха «индустриального и типографского человека». А современные СМИ создают и «нового племенного человека». Отличие нового «племенного» человека от того, кто когда-то жил на земле, в том, что мифология его формируется «электронной информацией». Маклюэн делает вывод, что печатной техникой была создана публика, а электронной — масса.

Массовое производство культурных ценностей рассчитано на массовое их потребление и понимается в современном обществе как поточно-конвейерная индустрия.

К причинам столь объёмного распространения массовой культуры в современности относят коммерциализацию социальных отношений. Данное явление было указано ещё К. Марксом в его основном труде «Капитал».

Следствием внедрения этой культуры в массовое сознание является отказ от рационального начала, формирование ложных, иллюзорных представлений о реально происходящих в природе и обществе процессах, человеческое сознание наполняется мифами. Массовая культура ставит перед собой цели заполнения свободного времени, компенсации затраченных сил и снятия напряжённости, стресса у современного человека. Основной же акцент сделан на возбуждении и формировании у людей потребительского сознания. В результате формируется особый психотип человека, который пассивно, некритически воспринимает любые проявления массовой культуры. Такой личностью легко манипулировать, эксплуатировать её эмоциональную и инстинктивную сферу чувств, в первую очередь, таких чувств, как одиночество, заброшенность, вина, враждебность, страх, самосохранение.

Можно отметить такую сторону массовой культуры, как стимулирование идолопоклонства. Это происходит потому, что эта культура ориентирована не на реальность, а на стереотипы, образы, создаваемые искусственно, то есть на имидж.

В искусстве массовая культура реализовывает особые социальные функции, главная из которых функция иллюзорно-компенсаторная. Она заключается в приобщении человека к миру призрачного, утопического опыта и недостижимых грез. На это накладывается открытая или скрытая пропаганда доминирующего образа жизни, которая преследует свою цель - отвлечь массы людей от общественной активности, понудить их приспособляться к существующим условиям.

Искусство предлагает массам определённые модели, версии жизни в жанрах детектива, вестерна, мелодрамы, мюзикла и т.д. В этих упрощённых версиях жизни предлагается картина мира, где проблемы социального зла преподносятся как проблемы только лишь моральные, психологические. Этому способствует использование определённых «ритуальных» формул массовой культуры («добродетель всегда вознаграждается» и др.).

Противоположностью массовой культуры является культура элитарная. Этот тип культуры – результат культуротворческой деятельности элиты, высшего привилегированного слоя общества. Термин «элита» происходит от французского «elite», что значит «лучшее, отборное, избранное». Элита считается как производителем, так и потребителем элитарной культуры.

Философы и культурологи понимают элиту как особый социальный слой, наделенный специфическими духовными способностями. Элита присутствует во всех общественных классах. Она в наибольшей степени одарена высоким нравственным и эстетическим потенциалом, также её характеризует наличие наивысшие способности к духовной деятельности.

Вопросы элитарной культуры были затронуты Артуром Шопенгауэром в работе «Мир как воля и представление», Фридрихом Ницше в своих культурологических взглядах (работы «Рождение трагедии из духа музыки» (1872), «Человеческое, слишком человеческое» (1878), «Веселая наука» (1872), «Так говорил Заратустра»). Хосе Ортега-и-Гассет писал об элите в «Дегуманизации искусства», работе, которая посвящена проблеме отличия и старого искусства от нового. Философ утверждал, что элитой являются не представители родовой аристократии или привилегированных слоёв общества, а люди, обладающие особым «органом восприятия». Именно этот круг людей является двигателем общественного прогресса [5].

Очевидно, что массовое и элитарное в современном обществе тесно переплетены, пересекаются и взаимно проникают друг в друга.

Несмотря на то, что массовая культура, конечно же, является «заменителем» продуктов «высокой» культуры, не производит собственные смыслы, а копирует результаты высокоспециализированной культуры, использует ее формы, смыслы, часто низводит их до уровня, который легко будет воспринят «малокультурным» потребителем, несмотря на это, нельзя оценивать массовую культуру только односторонне как негативное явление. Очевидно, что массовая культура - это форма повседневной культуры современного города. Городское население представляет собой - в большей

своей части – людей, которые только в своей профессиональной сфере знаний и деятельности полностью компетентны. Во всём остальном они предпочитают пользоваться СМИ, справочниками, каталогами, «гидами» и другими источниками информации, которые сконструированы удобно, экономно и просто специально для массового пользователя.

Таким образом, любая культура, массовая или элитарная, способствует формированию у людей чувства принадлежности к определенной группе, укреплению солидарности между людьми.

### **Список литературы:**

1. Культурология: Учебное пособие / Составитель и ответств. редактор А.А. Радугин // М.: Центр. 2001. 304 с.
2. Массовая культура: Учебное пособие / К.З. Акопян, А.В. Захаров, С.Я. Кагарлицкая и др. // М.: Альфа-М; ИНФРА-М. 2004. 304 с.
3. Массовая культура: современные западные исследования / Пер. с англ. Отв. ред. и предисл. В.В. Зверевой. Послесл. В.А. Подороги // М.: Фонд научных исследований «Прагматика культуры». 2005. 339 с.
4. Хосе Ортега-и-Гассет. Восстание масс // Москва: АСТ. 2016. 176 с.

**UDC 130.2**

## **PHILOSOPHY OF POPULAR CULTURE**

**Elena P. Logunova**

candidate of pedagogical sciences, associate professor

elenaplogunova@mail.ru

**Anastasia A. Kozlova**

student

an4stasia.98@yandex.ru

Michurinsk State Agrarian University

**Abstract.** This article discusses the philosophical aspects of mass culture. The sources and economic prerequisites of its emergence, the purpose and social functions of mass culture are considered. The characteristic of the antipode of mass culture – elite culture is given.

**Key words:** mass, elite culture, mass, crowd, elite.

Статья поступила в редакцию 30.03.2023; одобрена после рецензирования 30.05.2022; принята к публикации 30.06.2023.

The article was submitted 30.03.2023; approved after reviewing 30.05.2022; accepted for publication 30.06.2023.