

Массовая культура: трансформации социального феномена и содержание понятия

В статье высказывается утверждение, что понятие «массовая культура», широко используемое в гуманитарных исследованиях, существенно отстает от развития самого феномена. Массовая культура – прямое следствие развития средств массовой информации, трансформаций в медиасфере. Изменения способов функционирования массовой культуры в современном обществе затронули те ее свойства и проявления – стандартизацию, кич, формирование «массового человека», потакание низменным вкусам, неприменимость оппозиционности высокой культуре, – которые считались ее базовыми характеристиками. Не случайно в российской культурологии последнего времени складывается тенденция избегания термина «массовая культура». Логика становления этого понятия вскрывает необходимость пересмотра самих функций массовой культуры. Без этого, на взгляд авторов, невозможен поиск эффективного теоретического инструментария, способного схватывать существенные изменения социокультурной реальности. Сегодня очевидно, что массовая культура являет собой скорее социальный коммуникационный механизм и не сводится собственно к содержанию.

Ключевые слова: массовая культура; кризис массовой культуры; трансформации медиасферы; популярная культура; функции массовой культуры; массовая коммуникация; культура медиа; культур-индустрия.

В 1944 году американский интеллектуал Дуайт Макдональд бросает работу в редакции, где было «слишком много литературы», чтобы основать собственный журнал – «Политика». В первый номер вошли статьи «Сталинская политика в Европе», «Навстречу перманентной военной экономике»; также редактор поставил и свой материал – «Теория популярной культуры», поскольку, очевидно, считал данную тему также политической. Автор начал с представления о том, что последние сто лет западная культура – это на самом деле две культуры: «высокая», о которой пишут в учебниках, и «популярная», которая существует для продажи на массовом рынке. Мысль вполне в русле общественных представлений 40-х и даже 30-х годов. Макдональд, который всю жизнь славился отсутствием телевизора («до того, как это стало мейнстримом») мог бы продолжить текст с понятной позиции критика пошлых вкусов («убийственный и коробящий эффект длительного воздействия кинофильмов, журналов и радиопередач трудно переоценить...») (см. об этом: [11]). Если знаешь, что статья написана одним из основателей термина «массовая культура», то, конечно, ждешь появления и других понятий, которые этот концепт обычно тянет за собой: «деградация», «унификация», «деиндивидуализация» или даже «духовная эрозия». Однако вместо этого Макдональд призывал взглянуть на популярную культуру, чтобы попытаться понять ее. «Эта модель культуры, которая глубоко впечаталась в современную личность (гораздо глубже, чем сознательные политические идеи), всегда будет фактором, с которым нужно считаться, – писал Д. Макдональд, полагая, что иначе невозможно изменить мир в лучшую сторону. – Стандарт, по которому нужно мерять популярную культуру, это не та старая аристократическая высокая культура, а, скорее, потен-

* Дарья Владимировна Смолкина, канд. культурологии, преподаватель кафедры телевидения, радиовещания и технических средств факультета журналистики УрФУ им. первого Президента России Б. Н. Ельцина (г. Екатеринбург).

** Галина Андреевна Брандт, д-р филос. наук, завкафедрой социально-гуманитарных дисциплин АНО ВО «Гуманитарный университет» (г. Екатеринбург).

циально новая человеческая культура, которая, если говорить словами Троцкого, впервые в истории имеет возможность сменить классовые культуры настоящего и прошлого» [10]. В этом тексте Дуайт Макдональд не формулировал впервые определение массовой культуры, как считают иногда. Однако сегодня его статья должна быть интересна не псевдо-открытием термина, а пафосом, который могут разделить и современные исследователи культуры.

Кто бы ни был родителем термина «массовая культура», но уже точно шесть десятков лет, как это словосочетание прижилось в гуманитарном словаре. Что стало с самой массовой культурой? Сегодня она кажется подвижной, многообразной, распыленной, но при этом невероятно устойчивой. Это «устойчивость велосипеда», которая как раз и проявляется в постоянном движении. Неудивительно, что массовая культура так часто остается «неуловимой», легко оставляя теоретиков в капканах их собственных клише. Например, отечественная гуманитаристика все еще бредет по пересохшим руслу противостояний элитарной и массовой культуры. А в это время на популярном радио (молодежная целевая аудитория, электронная танцевальная музыка, примитивный ритм) в качестве отбивки цитируется Гете: «Нет ничего отвратительнее большинства». Мы привыкли думать, что массовая культура – это культура пресловутого большинства (главной метафорой которого со времен Сенеки является «стадо овец»). Однако большинство не существует как общность – скорее это идеальный объект вроде «средней заработной платы»; это индикатор, но не актор. Реальные действующие лица социокультурной сферы любят играть в делегатов большинства, на деле являясь представителями разных, противоборствующих сообществ.

Сегодня ценности малых (но массовых в своем глобальном представлении) социальных миров конкурируют, но сосуществуют. Они могут претендовать на тотальное распространение – так же как цитаты из Гете или танцевальная музыка, – но не на тотальное доминирование. Эта глобальная распространенность позволяет обретать «братьев по разуму», даже если локальные условия могут предложить индивиду лишь одиночество. То, что мы привыкли считать экзотическим увлечением малочисленных гиков, может на глобальном уровне объединять весьма многочисленное сообщество. Недавний пример – аниме Макото Синкая «Твое имя», которое еще до начала показов в IMAX-кинотеатрах США собрало более 320 миллионов долларов в прокате (после североамериканские сборы составили всего полтора процента от мировой кассы этого мультфильма). В итоге поклонники японской анимации помогли картине стать третьей в рейтинге самых кассовых фильмов, сделанных не в США (а также занять место в двадцатке главных блокбастеров 2016 года). Вряд ли такое событие можно отнести в рубрику «новости субкультур» – очевидно, что это явление массовой культуры.

Тем же, кто все еще предпочитает критиковать массовую культуру за однотипность содержания, возможно, стоит задуматься: что, если они просто живут в одном из «информационных пузырей»? Нарастающий эффект *confirmation bias* известен исследователям с 60-х гг., однако сегодня и без проведения соответствующих экспериментов легко убедиться, что «у каждого свое кино» и свои новости. Информационные повестки поляризованных групп могут не пересекаться настолько, что соседи оказываются «непонятнее» иностранцев. Так, вскоре после неожиданной для многих победы Дональда Трампа на североамериканских выборах, издание *The Guardian* запустило рубрику *Burst Your Bubble* («лопни свой пузырь»). Благодаря ей аудитория газеты, преимущественно либеральных взглядов, может ознакомиться с непривычной информационной картиной, в которой обитают популярные веб-ресурсы «консервативного лагеря» [12]. С ноября 2016 года обзор свежих популярных статей от идеологических противников производится еженедельно: «Ищите более правые точки зрения, чтобы сбалансировать свою но-

востную диету?» Современная массовая культура – не столько «сад земных наслаждений», сколько множество санаториев для товарищей по заблуждениям. Она дает нам возможность не знать неприятных «соседей» из параллельной информационной реальности, однако если мы захотим чего-то новенького, например экскурсию в дебри чужой картины мира, то она может предложить нам и это.

Массовая культура ушла далеко от массовых стереотипов о ней. Но она и не исчезла лишь от того, что все чаще слово «индустриальное» пишется с приставкой «пост-». Массовая культура – прямое следствие развития средств массовой информации. Процесс индустриализации СМИ (усиление их технологичности, стандартизации содержания) в конечном итоге формирует унифицированность и тиражируемость порождаемых ими смыслов. Массовое распространение продуктов СМИ в урбанистическом обществе превратило медиа в главного агента специфического типа культуры, которую разделяют широкие слои населения. Вот почему современная массовая культура отличается от тех форм, в которых она существовала в эпоху господства радио или телевидения. Ряд исследователей медиасферы полагает, что традиционные СМИ сейчас находятся в кризисном состоянии: перманентные технологические изменения, в том числе исключаящие посредников между ньюсмейкерами и публикой, фрагментация массовой аудитории и глобализация рыночных процессов обернулись вызовами для всех участников индустрии [4]. Все эти тенденции не могут не затрагивать массовую культуру, онтологически связанную со СМИ.

Ряд авторов – среди них такие признанные авторитеты, как Э. Тоффлер и М. Кастельс [9; 5], – заявляют о кризисе массовой культуры и, может быть, даже о ее исчезновении. Мы же полагаем, что массовая культура сохранилась – сегодня трудно найти какую-то другую «культуру», избежавшую ее влияния, – однако трансформации затронули те ее свойства и проявления, без которых ранее этот феномен нельзя было описать: это и стандартизация, и кич, и формирование «массового человека», и потакание низменным вкусам, и неприменимость оппозиционности высокой культуре. Невозможно более считать их базовыми характеристиками массовой культуры, поскольку очевидно, что сегодня она являет собой скорее механизм, нежели определенное содержание. Этот универсальный механизм – своего рода «общедоступная знаковая система» (Д. Белл), благодаря которой возможно сохранение коммуникации между членами общества; это неиссякающий источник идентификаций и маршрутов социализации индивидов; это глобальная машина для адаптации как ценностей высокой культуры, так и ценностей маргинальных для широчайшего распространения и воспроизведения. Не случайно в разных частях света участники сообществ, например протестующих против глобализации, так глобально похожи в своих культурных привычках. И нет никакого противоречия в том, что современные партии националистического или традиционалистского толка охотно контактируют со своими консервативными коллегами в других странах. Как бы мы ни стремились «отличаться», сегодня мы все говорим на одном языке, языке массовой культуры – даже когда не понимаем или ненавидим друг друга.

Думается, можно сказать, что российские исследователи культуры – например, А. В. Костина, Л. Б. Москаленко, А. Н. Ильин, – скорее разделяют утверждение о жизнеспособности и усилении влияния массовой культуры [6; 7; 3]. Однако при анализе современных трансформаций массовой культуры отечественные теоретики зачастую используют пристрастный, элитистский подход, когда рост индивидуализации, например, объявляется несущественной тенденцией: считается, что массовая культура в любом случае поддерживает ментальность «массового человека» и ведет большинство к одичанию. Заметим также, что авторы, не скованные ограничениями понятия «массовая культура», имеют больше возможно-

стей для построения оригинальных концепций современной культуры, в то время как использование данного понятия зачастую связывает теоретика необходимостью встраивания противоречивых и неактуальных интерпретаций в анализ существующих культурных процессов. Не случайно в российской гуманитарной науке складывается тенденция избегания термина «массовая культура». Так, например, Р. И. Безуглая отмечает, что термин «массовая культура» уступает «популярной», поскольку такова западная исследовательская традиция [1]. Эту точку зрения разделяет И. Г. Савельева, которая отмечает в своей диссертации, что выражение «популярная культура» приобретает более научный статус [8]; а, например, А. В. Захаров предлагает считать, что популярная культура – более новый тип культуры по сравнению с традиционной и массовой [2].

Словом, очевидно, что изучение современного феномена массовой культуры, ее фундаментальных трансформаций сдерживается рамками, которые были заданы самим понятием «массовая культура». Данный термин прочно связан с традицией негативных коннотаций и противоречивых толкований, что образует серьезное препятствие в изучении новых процессов внутри этого явления. Отсутствие единой терминологии разрушает базу для взаимопонимания между представителями различных научных школ, т. е. исключает возможность синтеза их достижений в понимании меняющейся сущности современной массовой культуры. Содержание самого понятия «массовая культура» квазиочевидно – еще и поэтому интерпретации одних и тех же наблюдаемых теоретиками трансформаций, меняющих качественные признаки массовой культуры, могут быть совершенно противоположны. Логика становления понятия «массовая культура» диктует необходимость пересмотра самих функций массовой культуры. Без этого, на наш взгляд, невозможен поиск эффективного теоретического инструментария, способного схватывать существенные изменения социокультурной реальности.

Литература

1. Безуглая Р. И. Массовая и популярная культура: к проблеме соотношения понятий. – URL: <http://www.info-library.com.ua/libs/stattya/5876-masova-ta-populjarna-kultura-do-problemi-spivvidnoshennja-ponjat.html>
2. Захаров А. В. Массовое общество и культура в России: социально-типологический анализ // Вопросы философии. – 2003. – № 9. – С. 3–16.
3. Ильин А. Н. Массовая культура и субкультура: общее и особенное // Социологические исследования. – 2010. – Февраль (№ 2). – С. 69–75.
4. Как новые медиа изменили журналистику. 2012–2016 / А. Амзин, А. Галустян, В. Гатов и др. ; под науч. ред. С. Балмаевой и М. Лукиной. – Екатеринбург : Гуманитарный университет, 2016. – 304 с.
5. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура. – М. : ГУ ВШЭ, 2000. – 608 с.
6. Костина А. В. Массовая культура как феномен постиндустриального общества. – М. : OZON, 2016. – 352 с.
7. Москаленко Л. Б. Массовая культура как культурная форма, место массового человека в ней // Ученые записки Таврического национального университета. Серия «Философия. Культурология. Политология. Социология». – 2013. – Т. 24 (65), № 3. – С. 220–227.
8. Савельева И. Г. Массовая и популярная культура в современном обществе: Коммуникационный аспект. – URL: <http://www.dissercat.com/content/massovaya-i-populyarnaya-kultura-v-sovremennom-obshchestve-kommunikatsionnyi-aspekt>
9. Тоффлер Э. Третья волна. – М. : АСТ, 2004. – 781 с.
10. Macdonald D. A Theory of Popular Culture // Politics. – 1944. – Vol. 1, № 1. – URL: [https://libcom.org/files/Politics%20\(February%201944\).pdf](https://libcom.org/files/Politics%20(February%201944).pdf)
11. Menand L. Dwight Macdonald's war on Midcult. – URL: <http://www.newyorker.com/magazine/2011/09/05/browbeaten>
12. URL: <https://www.theguardian.com/us-news/series/>

Dariya Vladimirovna Smolkina,

Candidate of Culturology, Assistant Professor at TV, Radio & Communication Technologies Chair, Department of Journalism, the Ural Federal University named after the First President of Russia B. N. Yeltsin (Ekaterinburg)

Galina Andreevna Brandt,

Doctor of Philosophy, Head of the Humanities Chair,
Liberal Arts University – University for Humanities (Ekaterinburg)

Mass Culture: Transformations of Social Phenomena and Contents of the Concept

The article states that the concept of "mass culture", widely used in humanities, is not keeping pace with the development of the phenomenon itself. Mass culture is a direct result of media development and media transformations. Changes in mass culture functioning patterns in contemporary society affected its properties and manifestations – standardization, kitsch, "mass man" appearance, lower taste indulgence, an unavoidable opposition to high culture– previously considered as its fundamental characteristics. The recent Russian cultural studies not coincidentally tend to avoid the term "mass culture". The logic of the emergence of the concept reveals the need in revising the very functions of mass culture. Otherwise, according to the authors, it is impossible to find effective theoretical tools, which can grasp significant transformations of socio-cultural reality. Now, mass culture is obviously a social communication mechanism and it should not be reduced to its content.

Key words: mass culture; crisis of mass culture; transformation of the media; popular culture; functions of mass culture; mass communication; media culture; culture industry.