



Культурология

УДК 316.7

В.В. Валькова

А.А. Бражников

В.Д. Фирстова

Валькова Валерия Владимировна, магистрант 1 курса группы КТ-22 факультета гуманитарного образования Краснодарского государственного института культуры (Краснодар, ул. им. 40-летия Победы, 33), e-mail: missis.valerik@mail.ru

Бражников Александр Асланович, магистрант 1 курса группы КТ-22 факультета гуманитарного образования Краснодарского государственного института культуры (Краснодар, ул. им. 40-летия Победы, 33), e-mail: alexandro_brazha@mail.ru

Фирстова Виктория Дмитриевна, магистрант 1 курса группы КТ-22 факультета гуманитарного образования Краснодарского государственного института культуры (Краснодар, ул. им. 40-летия Победы, 33), e-mail: firstova.2000@inbox.ru

Научный руководитель: **Денисов Николай Григорьевич**, доктор философских наук, профессор, заведующий кафедрой истории, культурологии и музееведения Краснодарского государственного института культуры (Краснодар, ул. им. 40-летия Победы, 33), e-mail: ngdenisov@gmail.com

СОВРЕМЕННАЯ МАССОВАЯ КУЛЬТУРА В УСЛОВИЯХ ПЕРЕОЦЕНКИ ЦЕННОСТЕЙ

В настоящей статье рассматриваются трансформации массовой культуры в современных условиях. Делается вывод о целесообразности интерпретации значения массовой культуры в меняющейся гуманитарной картине мира в контексте дуальности общественных интересов и ценностных ориентиров индивида.

Ключевые слова: массовая культура, популярная культура, потребительская культура, современное общество, манипуляции.

V.V. Valkova

A.A. Brazhnikov

V.D. Firstova

Valkova Valeria Vladimirovna, 1st year master student of KT-22 of faculty of humanitarian education of the Krasnodar state institute of culture (33, im. 40-letiya Pobedy st., Krasnodar), e-mail: missis.valerik@mail.ru

Brazhnikov Alexandr Aslanovich, 1st year master student of KT-22 of faculty of humanitarian education of the Krasnodar state institute of culture (33, im. 40-letiya Pobedy st., Krasnodar), e-mail: alexandro_brazha@mail.ru

Firstova Victoria Dmitrievna, 1st year master student of KT-22 of faculty of humanitarian education of the Krasnodar state institute of culture (33, im. 40-letiya Pobedy st., Krasnodar), e-mail: firstova.2000@inbox.ru

Research supervisor: **Denisov Nikolay Grigorievich**, doctor of philosophical sciences, professor, head of department of history, culturology and museology of the Krasnodar state institute of culture (33, im. 40-letiya Pobedy st., Krasnodar), e-mail: ngdenisov@gmail.com

MODERN MASS CULTURE IN CONDITIONS OF VALUES REVALUATION

This article examines the transformation of mass culture in the contemporary context. The conclusion is made about the expediency of interpreting the meaning of mass culture in the changing humanitarian picture of the world in the context of the duality of public interests and the value orientations of the individual.

Key words: mass culture, popular culture, consumer culture, modern society, manipulation.

Культура – это многогранный социальный феномен и полифункциональный фактор развития человеческой жизни, охватывающий большое количество сфер социальной действительности: политические, экономические и другие процессы; это совокупность всех материальных и духовных составляющих человеческого бытия. Культура в целом, и массовая культура в частности, претерпевает определенные ценностно-смысловые трансформации в зависимости от контекста своего бытия в социальном пространстве и от способов его восприятия.

Массовая культура зародилась в Новое время и стала бурно развиваться с эпохи индустриализации. На этот факт повлияло множество крупнейших процессов и событий в разных областях и сферах жизни общества. Сюда следует отнести прогресс в области науки и техники, механизацию труда, сосредоточение основных факторов экономического развития в крупных городах, влияние в большей степени рыночного фактора на процесс создания культурных продуктов, а также распространение грамотности населения [1, с. 131]. Культура представляет собой не только творческий, но и образовательный процесс, благодаря которому личность обогащается и воспитывает в себе как положительные, так и отрицательные

качества в зависимости от интерпретации субъектами социально-культурных отношений и трансляции ценностей в массы.

Во второй половине XX – начале XXI в. массовая культура являлась доминирующей формой творческой коммуникации в современном мире, в этой связи ее исследование представляет интерес со стороны одного из популярных аспектов – способов «говорения» об этой культуре. Отличительной чертой данной культуры служит ее изначальное удовлетворение эмоциональных запросов обширных слоев населения, поэтому иногда к феномену массовой культуры подбирают синоним «потребительская культура». В каком-то смысле массовая культура помогает держать равновесие в бытовом и житейском смысле, например, контролировать «чашу весов» в плане работы и досуга, переживать ряд бытовых проблем.

Между тем, когда шаблонные и изначальное примитивизированные черты потребительской действительности становятся в подсознании человека на доминирующую позицию управления другими сферами его жизни, то возникают трудности в становлении независимой и интеллектуально образованной личности. Воспитание отличного от массы «другого» человека позволяет выявить его личностные потребности, направляет на индивидуальный путь в возникающих жизненных ситуациях, меняет восприятие окружающего мира в зависимости от собственных интересов [3, с. 49]. Но личность, которую воспитали с помощью того же «масскульта» массы, служит почвой для трансляции новой социальной действительности, а значит, социальная действительность будущего определяется основой массовой действительности настоящего.

В 60-е годы XX века наблюдалось своеобразное «возрождение» нравственности: ученые, писатели, иные представители интеллигенции и широкой общественной мысли вновь обратились к проблематике гуманизма и полагали, что XXI век обязан быть эпохой гуманитариев или не быть вовсе [4, с. 221]. Однако они не предполагали, к чему в действительности придет

массовое общество XXI столетия. Современному обществу следует пересмотреть взгляды на толерантность и гуманизм в разных жизненных областях и сферах социума. Установление дружеских отношений между человеком и обществом становится в данном вопросе ядром для интересов изучения большого круга ученых и вообще всех людей, отличных от «массы». К примеру, культуролог Н.Г. Денисов полагает, что в современных условиях вызовов и угроз на отечественном уровне массовая культура трансформируется в сторону формирования патриотической культуры личности [4, с. 7].

Имеется также другое обстоятельство, которое может пояснить интерес к изучению массовой культурной действительности и жизни в ней человека. Как считает социолог Ф.А. Ефремов, такой факт любознательности вызван тем, что «дьявольские» мысли в подсознательных процессах, которые проявляются в разных сложных жизненных обстоятельствах и присущи каждому человеку, в силу радикальных изменений быта (индустриализации, модернизации, урбанизации общества), крушением традиционной системы ценностей; культура масс может этот поток обезвредить и сравнить с психологическими нормами жизни, что приведет человека в терапевтически здоровое состояние [2, с. 190]. При такой трактовке становится ясно, почему популярную культуру порой отождествляют с креативным функционалом экспериментальной психотерапии.

На сегодняшний день существует огромное количество значений понятия «массовая культура». При этом сам феномен массовой, или популярной культуры, получает различные, порой диаметрально противоположные оценки: от крайне негативных до чрезмерно завышенных, идеализированных. Выше мы упомянули об одной из наиболее важных положительных – «терапевтической» функции. Теперь рассмотрим отрицательную – манипулятивную.

Массовая культура в настоящее время колоссально воздействует на общественный уклад, а сама определяется цепочкой социально значимых

взаимоотношений. Всяческая пропаганда имеет конъюнктурный характер *de facto*, ориентированная на управление человеческим сознанием. Но при этом личность, как правило, не подозревает о данной манипуляции, а массовая культура играет роль своеобразного драйвера, при помощи которого продукты этой самой культуры потребления «оболванивают» массы. Это вовсе не демократизация и не эмансипация, как это часто преподносится, а пространство манипуляции. По мнению неомарксистов, массовая культура – это способ манипуляции со стороны правительства, буржуазии. И в данном случае «массовая культура» является примитивным феноменом, популизм которой нацелен на лишение человека его критического мышления [5, с. 114]. В результате построения рыночных отношений личность человека на, наш взгляд, во многом становится тождественна вещи. К этому причастна и массовая культура, подсознательно уравнивающая человека и объект продаж.

Для представителя «масс» характерен инфантилизм, но у него, как правило, нет осознания этого. Пребывание в добровольном «отупении» весьма комфортно для массового потребителя. Оно чревато тяжелыми последствиями, так как морально-этические установки перестают работать. Рост виртуальной реальности только увеличивает в разы эти качества, так как массовый человек утрачивает умение воспринимать реальную информацию и видит ее так, как ему преподносят.

Таким образом, былой феномен массовой культуры в современных условиях неопределенности и управляемого «хаоса» можно интерпретировать и как положительный, и как отрицательный. Разгадка, на наш взгляд, кроется в следующем: в действительности он как «вещь-в-себе» не несет ни той, ни другой коннотации, являясь ценностно-всеядным. А приобретает он определенную окрашенность в зависимости от вектора, который массам, используя новейшие технологии, зададут ее социальные заказчики, в роли которых в настоящее время выступают транснациональные политически и экономически ангажированные псевдоэлиты.

Таким образом, изучая изначально искусственно раздутый «феномен» массовой культуры – ее содержание, функционирование и воздействие на человека, крайне важно в современных условиях учитывать ее ценностно-смысловой контекст, социальный заказ и через данную призму раскрывать мотивы, стремления и предпочтения заказчиков. Исследование культуры на индивидуальном уровне необходимо проводить в контексте изучения самого человека в социуме – только в этом случае будет возможным достичь понимания антропологической и социальной природы явления массовой культуры и дать ему объективную оценку, а также спрогнозировать вектор ее дальнейшего развития.

Список используемой литературы:

1. *Ермишина, Н.Д.* Массовая культура как фактор интеграции современного общества / Н.Д. Ермишина // Современные тенденции развития науки и технологий. – 2015. – № 7-4. – С. 131-133.

2. *Ефремов, Ф.А.* Юнг и расширение методологической базы гуманитарных наук / Ф.А. Ефремов // Тезисы докладов участников Вторых Бахтинских чтений (28-30 янв. 1991 г.). – М.: Изд-во Мордовского ун-та, 1992. – 428 с.

3. *Зирюкина, Д.В.* Массовая культура как феномен современного общества / Д.В. Зирюкина // Инновационные процессы в науке и технике XXI века: материалы XIII Межрегиональной студенческой научно-практической конференции. – 2015. – С. 49-51.

4. *Денисов, Н.Г.* Патриотическая культура эпохи перемен: монографический сборник / Н.Г. Денисов; М-во культуры Российской Федерации, Федеральное гос. бюджетное образовательное учреждение высш. проф. образования «Краснодарский гос. ун-т культуры и искусств». – Краснодар: Краснодарский гос. ун-т культуры и искусств, 2015. – 287 с.

5. *Касумова, М.Ю.* Российская массовая культура: истоки, производство, потребление / М.Ю. Касумова // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. – 2015. – № 6-2. – С. 221-223.

6. *Хорошкевич, Н.Г.* Неоднозначность массовой культуры / Н.Г. Хорошкевич // Социологические исследования. – 2011. – №11. – С. 111-117.