

УДК 130.2

«МАССОВЫЙ ЧЕЛОВЕК» КАК ОСНОВА МАССОВОЙ КУЛЬТУРЫ*Ю.В. Ли*

Рассматривается фигура так называемого «массового человека» или, что то же самое в культурном контексте, «среднего человека», который, с одной стороны, является основным потребителем и, благодаря этому, ментальной основой массовой культуры, а с другой – ее закономерным продуктом, результатом. В современном мире, в котором главным процессом является процесс глобализации, «массовый человек» независимо от его национальной и исконной культурной принадлежности уже стал, по сути, самым распространенным культурным и ментальным типом, людской разновидностью, что является закономерным и даже неизбежным итогом научно-технического прогресса, который, как показывает опыт, имеет как положительные, так и отрицательные последствия для культурного развития как отдельных народов, так и человечества в целом.

Ключевые слова: массовая культура; масса; массовый человек; массовое общество; глобализация.

«МАССАЛЫК АДАМ» МАССАЛЫК МАДАНИЯТТЫН НЕГИЗИ КАТАРЫ*Ю.В. Ли*

Бул макалада «массалык адам» деп аталган фигура же маданият контекстте ошол эле маанидеги «орточо адам» каралат, ал бир жагынан негизги керектөөчү жана ушунун аркасында массалык маданияттын менталдык негизин түзсө, экинчи жагынан анын табигый өнүмү, натыйжасы болуп эсептелет. Негизги процесси ааламдашуу процесси болуп саналган азыркы дүйнөдө, «массалык адам» өзүнүн улуттук жана чыныгы маданият таандыктыгына карабастан, буга чейин, чындыгында, эң кеңири таралган маданият жана менталдык типке, адамзаттын ар түрдүүлүгүнө айланган, бул мыйзам ченемдүү көрүнүш жана илимий-техникалык прогресстин натыйжасы, мунун өзү тажрыйба көрсөткөндөй, айрым элдердин жана жалпы эле адамзаттын маданият өнүгүшү үчүн оң да, терс да кесепеттерге алып келет.

Түйүндүү сөздөр: массалык маданият; масса; массалык адам; массалык; коом; ааламдашуу.

«MASS MAN» IS AS THE BASIS OF MASS CULTURE*Yu. V. Li*

The article considers the figure of the so-called «mass person» or «average person» in the cultural context. On the one hand he is the main consumer and, so the mental basis of mass culture, and on the other hand he is its natural product, result. The process of globalization is the main process in the modern world. The «mass man» has already become, in fact, the most widespread cultural and mental type, the human variety, which is a natural and even inevitable result of scientific and technological progress, which, according to experience, has both positive and negative consequences for the cultural development of both individual human and humanity, regardless of his national and ancestral cultural affiliation.

Keywords: mass culture; mass; mass man; mass society; globalization.

Промышленное производство породило массовое общество, в недрах которого в дальнейшем возник типичный его представитель в лице так называемого человека массы, являющегося основным потребителем массовой культуры и – сообразно данному статусу – ее покупателем,

заказчиком и в известном смысле законодателем. Именно по этой причине философы XX века усматривали в «человеке массы» главным образом негативные черты, свойства, называя его «человеком без лица» либо «человеком – как все». Понятие «массовый человек», или «человек массы»,

в научный оборот еще в начале XX века ввел, как известно, Хосе Ортега-и-Гассет в своем труде «Восстание масс», опубликованном в 1930 году. В нем испанский философ писал, в частности: «Хорошо ли это или плохо, но в настоящее время мы наблюдаем в европейской общественной жизни явление чрезвычайного значения, а именно приход масс к неограниченной власти в обществе. Поскольку массы уже по самой своей природе не должны и не могут управлять собственным существованием и тем более управлять обществом, это означает, что Европа переживает сейчас самый тяжелый кризис, который только может затронуть народы, нации и культуры. Подобные кризисы уже случались в истории; известны их характер и последствия, известно и имя; имя их – восстание масс» [1, с. 40].

Для того чтобы наиболее точным образом определить суть «массового человека», Ортега-и-Гассет использовал такое понятие, как «толпа», которому он наряду с визуальной вынес и качественную оценку с точки зрения социологии. «Общество, – писал Ортега-и-Гассет, – всегда является динамическим единством двух факторов: меньшинства и масс. Меньшинство – это индивидуум или группа индивидуумов, качественно отличающиеся от толпы. Масса – это толпа людей, не имеющих особых отличающих их качеств. ...Общее качество толпы – это масса, иначе говоря, груз, который тянет общество вниз; это человек постольку, поскольку он не отличается от других, поскольку он повторяет себя в видовом типе людей» [1, с. 42].

Ортега-и-Гассет определил «массу», охарактеризовав ее и в психологическом плане. Поскольку любая «масса» состоит из отдельных людей, то так называемый «человек-масса» – это, по его мнению, «тот, кто не может оценить самого себя как с плохой, так и с хорошей стороны, это тот, кто чувствует себя “таким, как все”, и отнюдь не переживает из-за этого. Ему нравится чувствовать себя таким, как все. Представьте себе простого человека, который пытается дать самому себе оценку в силу каких-то особых причин, например, чтобы узнать, есть ли у него какой-либо талант, отличается он чем-то от других или нет. И вот он замечает, что у него нет никаких выдающихся качеств. Этот человек будет чувствовать себя посредственностью, бездарным, обычным человеком, но не будет себя чувствовать “человеком-массой”» [1, с. 43–44].

Следует, однако, уточнить, что Ортега-и-Гассет под «избранным меньшинством» имел в виду вовсе не аристократию или привилегированное меньшинство. «“Избранный”, – пояснял он, – требует больше, чем другие, хотя ему и не удастся претворить в жизнь эти высокие требования. Нет никакого сомнения в том, что человечество самым радикальным образом делится на две части: те, кто много требуют от себя и тем самым усложняют себе жизнь и следуют долгу, и те, кто не требуют от себя никаких особых усилий. Для них жить – значит не меняться, быть постоянно тем, что они есть, им не понять тех, кто стремится к самоусовершенствованию; такой человек плывет по течению, как поплавок» [1, с. 44].

Имея в виду именно суть рассматриваемого им явления, Ортега-и-Гассет подчеркивал, что «среди представителей каждого класса есть масса и избранное меньшинство. В наше время даже в избранных группах преобладают люди-“массы”. Так, например, в среде интеллектуалов, которые по своей сущности призваны быть людьми высокого интеллектуального уровня, мы замечаем все больше и больше псевдоинтеллектуалов – непрофессиональных, некомпетентных и не обладающих ни одним из присущих интеллектуалам качеств. С тем же явлением мы встречаемся и в среде сохранившейся аристократии. С другой стороны, довольно часто сейчас можно встретить среди рабочих людей с высокой дисциплиной духа. А ведь именно рабочие раньше и составляли толпу» [1, с. 45].

Посредственности, бездари, характеризующие неумной и целеустремленной жадной потреблением, «варвары, которые хлынули из люка на подмостки сложной цивилизации, их породившей» [1, с. 54] – вот, собственно, что представляет собой «массовый человек» с точки зрения его сути. И, соответственно, массовая культура, добавим от себя, порождает такого человека, делает из него центральную фигуру, вокруг которой вращается культура, ради которой она создается.

Следует отметить, что в «человеке-массе» Ортега-и-Гассет видел основы европейского фашизма. Вероятно, он был прав. Однако, после того как с фашизмом в Европе было покончено, «массовый человек» присмирел и стал себя вести таким образом, что, в конце концов, стал соотноситься уже не с «восставшим» нарушителем прежних устоев, а, напротив, с вполне

пристойным, благонравным, законопослушным и благонамеренным лицом, в совокупности образовавшим так называемый средний класс, т. е. людей среднего достатка, которые количественно стали составлять подавляющее большинство относительно благополучного общества. Отдавая себе отчет в том, что они не являются элитой общества, люди, относящиеся к среднему классу, в целом довольны собственным материальным и общественным положением. Данная черта массового общества и, соответственно, массовой культуры является достаточно очевидным преимуществом перед всеми предшествующими обществами и культурами, имевшими место в истории человечества. Для этих обществ были свойственны такие негативные моменты, как массовая нищета, голод, несправедливость, безграмотность, и др.

Имея в виду данное обстоятельство, свойство массового общества и массовой культуры, последнюю вполне можно определить как культуру сытых и достаточно обеспеченных людей, подразумевая под ними количественно превосходящую, подавляющую часть общества. Именно в силу материального благополучия, являющегося основой массовой культуры, к последней если и не стремятся сознательно, то во всяком случае приходят подавляющее большинство современных социумов и государств.

Собственно, люди, социумы, народы стремятся не к массовой культуре, а именно к материальному благополучию и стабильности, однако, добываясь их, неизбежно приходят к массовой культуре, а вернее, целиком погружаются в нее. В дальнейшем взгляды, предпочтения, вкусы, свойственные «массовому человеку», а также стандарты и нормы, присущие ему, приобретают, благодаря явному преобладанию, статус общепринятых, а неприятие их, отторжение, хотя и не оцениваются как отклонение от нормы, воспринимаются обществом как нежелательные.

Если до возникновения и распространения массовой культуры подавляющая часть общества практически во всех уголках мира, борясь с голодом, бедностью и нищетой, за элементарное выживание, была погружена в непрерывное добывание необходимых средств к существованию, то в условиях массового общества досуг и потребление, характеризующиеся высокой степенью разнообразия, становятся зачастую более важными элементами повседневной жизни, чем деятельность и карьерный рост, которые

подчиняются устремлениям к потреблению и досугу.

Таким образом, возникновение и дальнейшая эволюция массовой культуры обусловлены теми социокультурными и экономическими процессами, которые одновременно привели к образованию таких феноменов, как «человек массы» и массовое сознание, способных существовать только в пределах массовой культуры, которая в свою очередь невозможна вне указанных феноменов.

Массовая культура является закономерным итогом всего предшествующего развития человечества, она возникла на основе индустриального производства, и дальнейшая ее эволюция обусловлена процессом развития индустрии. В настоящее время массовая культура вышла на новую фазу, связанную с переходом значительной части человечества к новой общественно-экономической формации – информационному обществу. Укажем на то, что новые особенности массовой культуры не только не отрицают ее строгую ориентацию на массовое потребление и, соответственно, на получение максимальной прибыли, а, напротив, информационное общество в этом отношении оказалось куда более эффективным и успешным, чем индустриальное общество, т. е. предшествующие фазы развития.

Вышеупомянутая ориентация массовой культуры на потребление и прибыль с необходимостью приводит к тому, что она устремляется к упрощенным, легко усваиваемым массой культурным образцам и соответствующим образцам вкуса и ценностям. Носителем этих вкусов и ценностей в массовом обществе естественным образом является «массовый человек», характеризующийся такими чертами, как невысокая критичность восприятия и оценок, вкусовая неразборчивость, всеядность, духовная неразвитость, граничащая с инфантильностью.

«Массовый человек» в определенном смысле – явление асоциальное, т. е. он может быть представителем всех существующих в обществе социальных слоев, начиная с тех, кто представляет так называемое социальное дно, и заканчивая элитой или, как сейчас принято говорить, истеблишментом.

Таким образом, ориентация массовой культуры на потребление обеспечивает ей всеобщность и безусловное доминирование. Потребление создает и соответствующий культурный идеал, который, несомненно, имеет мало общего

со всеми предшествующими в различные исторические эпохи культурными идеалами. Успех, подтвержденный и подкрепленный полученной прибылью, доходом, собственно, и является культурным идеалом. Поэтому ценности как таковые не интересуют массовую культуру, и она легко пренебрегает ими, если они по тем или иным причинам входят в противоречие с идеей и практикой получения прибыли. Ради последней массовой культура готова адаптироваться под любые вкусы и условия, и, располагая богатым арсеналом всевозможных технических средств, она характеризуется высочайшей степенью адаптивности.

С другой стороны, эти же технические средства позволяют ей оказывать до такой степени серьезное воздействие на своих потребителей, что она сама может формировать (и на деле формирует) их в необходимом ей направлении и необходимого ей качества. Другими словами, она, как и любая другая культура, всеми доступными ей средствами формирует общественное сознание, но в отличие от всех остальных предшествующих ей культур она, во-первых, придает ему массовый характер, т. е., по сути, создает массовое сознание и, во-вторых, формирует его в выгодном ему направлении.

В строгом смысле, конечно, не массовая культура формирует массовое сознание, а классы и группы людей, слои общества, представляющие политическую и экономическую элиту, наиболее влиятельные бизнес-круги, занимающие ключевое положение в обществе и государстве, собственно деятели и творцы культуры, которые в подавляющем большинстве своем втянуты в бизнес либо представляющие довольно аполитичную массу, и т. д. Экономическая, финансовая и политическая элита общества, стремясь обеспечить управляемость общества и государства, внутреннюю его стабильность и получение максимальной прибыли, формирует или во всяком случае стремится сформировать определенный тип массового сознания, которому присущи политическая и общественная пассивность, некомпетентность, ориентация на вкусы, взгляды и потребности «массового» или «среднего человека». Для достижения данной цели она весьма активно использует все доступные ей средства, в том числе СМИ и различные коммуникативные средства, среди которых в информационном обществе особую роль играют телевизионные и электронные системы связи.

Постиндустриальная фаза развития внесла ряд серьезных качественных изменений в массовую культуру, что связано в первую очередь с существенным увеличением общего информационного массива, что в свою очередь обеспечило значительное информационное давление на массовое сознание. В результате и сама масса претерпела определенные изменения. И на сегодняшний день она в значительной мере представляет собой совокупность индивидов, подвергнутых процессу деперсонализации, т. е. изменивших самовосприятие с частичной утратой собственного «я», что, собственно, и делает их человеком «толпы», «массы». В качестве основы их объединения в устойчивое сообщество выступают не участие в той или иной общей деятельности или общие для всех идеи, ценности и идеалы, как это было до определенного времени, а общность информационного пространства и потребляемая обществом продукция, представленная в виде информации, индустрии развлечений, стереотипов, представлений и т. д., с помощью которых образуется картина мира и система ценностей в весьма урезанном виде, поскольку сознание индивида сосредоточено главным образом на потреблении и полезности либо удовольствии, получаемом от потребления, использования информации или вещей.

С момента своего зарождения в индустриальном обществе массовая культура выполняла ряд важных функций, среди которых следует указать на гедонистическую, т. е. направленную на удовлетворение потребности человека в удовольствии, наслаждении, на коммуникативную, политико-идеологическую и ценностно-ориентационную.

Следует упомянуть также экспансионистскую, империалистическую функцию, которая, впрочем, появилась задолго до зарождения массовой культуры, практически с момента возникновения первых государств и цивилизаций. Однако в условиях информационного общества, обеспечивающего мгновенную, постоянную доступность к любой точке мира, массовая культура становится самым эффективным инструментом идеологического воздействия, создания монокультурного мира и социально-психологической адаптации к нему представителей различных народов и культур. Создание такой глобальной коммуникативной сети, как Интернет, позволило наиболее быстрым, дешевым

и удобным образом распространять по всему миру огромный спектр самых различных культурных форм и образцов, среди которых, однако, доминирующее положение занимают те, которые предназначены для «среднего человека».

Потребительский и коммерческий подход к культуре, изначально являвшийся основополагающим для массовой культуры, в условиях стремительно формируемой глобальной культуры, наряду со строгой ориентацией на «среднего человека», обеспечивает именно массовой культуре, мгновенно реагирующей на запросы публики, доминирующее положение уже в масштабах всей планеты.

Глобальные коммуникативные сети в условиях лавинообразно возрастающих потоков информации, которую вырабатывают главным образом наиболее развитые в техническом отношении и многочисленные народы и государства, способствуют через воздействие на массовое сознание, основывающееся на определенных архетипах и традиционных ценностях, смене либо заметной трансформации этих архетипов и ценностей.

Массовая культура, заполняя собой все духовное и интеллектуальное пространство, вольно или невольно навязывает всем остальным типам культур, продолжающим существование в новых условиях информационного общества, включая этническую и элитарную, определенную форму регулирования, предполагающую отчуждение результата творческой деятельности и вовлечение его в полноценный культурный оборот исключительно через механизм и систему массовой культуры, которая располагает для этого всеми необходимыми техническими средствами и финансовыми возможностями, а кроме того, имеет массовую аудиторию, определенным образом воспринимающую предоставляемую ей информацию, образцы и продукты творческой деятельности.

Массовая культура, базирующаяся на общих для всех ее форм и разновидностей принципах, тем не менее обладает достаточно большим разнообразием, обусловленным определенным разнообразием существующих в настоящее время общественных систем и национальных культур, которые обеспечивают ей различные национальные варианты, среди которых наиболее влиятельными в настоящее время являются американская, европейская, латиноамериканская, индийская, китайская, российская и другие ее

версии. Все они оказывают взаимное влияние, пусть и неравноценное, и равномасштабное. Существует определенное равновесие между ними. Однако это динамичное равновесие.

Появлению и дальнейшему развитию массовой культуры предшествовало возникновение целого комплекса предварительных условий, главным образом – экономических в виде индустриальной экономики, обеспечившей в свою очередь социально-политические условия в виде буржуазии, захватившей власть в обществе, а с ней и в духовно-культурной сфере и подчинившей культуру основной цели собственного существования – получения прибыли везде, где это только представлялось возможным, а также в виде вольнонаемных работников, рабочих, проживавших в городах и, с одной стороны, оторванных от исконной народной культуры, а с другой – вполне готовых к потреблению культурных образцов, вызревающих в новых условиях оторванности от исконной культурной почвы. В тех же условиях города в результате промышленной революции проживало достаточно большое количество людей, которые, получив достаточно серьезное образование и обретя необходимые знания, не были вовлечены в материальное производство, но могли участвовать в духовном производстве, которое способно приносить им необходимый для жизни доход.

Онтологически, т. е. бытийственно, и феноменологически, т. е. с точки зрения эволюции сознания, массовая культура связана с возникновением и эволюцией такого специфического историко-духовного и социально-психологического феномена, как масса, во многих отношениях отличающегося от такой общности, как народ. Так, если народ, располагая общей для всех системой ценностей, выступает как своего рода коллективная личность, имеющая определенную жизненную стратегию, поведенческие стереотипы, то масса представляет собой простую совокупность внутренне разобщенных, атомизированных лиц, способных, однако, обеспечить себя необходимыми, хотя бы и минимальными, средствами к существованию. Считается, что масса не имманентна, внутренне не присуща человеческому бытию, существованию, что ее исторические рамки носят ограниченный, локальный характер и обусловлены процессом индустриализации и урбанизации. Однако такое суждение содержит явное, неразрешимое противоречие, поскольку ни индустриализация, ни тем более

постиндустриальное общество, где масса обретает черты всеобщности, ни урбанизация никак не относятся к локальным явлениям.

Более того, прогресс, предшествующее и дальнейшее развитие человечества связаны в первую очередь с процессом урбанизации, со стабильным ростом городов и городского населения. О. Шпенглер не без оснований утверждал, что «все великие культуры – культуры городские, являются абсолютно определяющими и в полном своем значении так и не оценены. Высший человек второго периода – градостроющее животное. Вот подлинный критерий “всемирной истории”, четко выделяющий ее из истории человечества вообще: всемирная история – это история городского человека. Народы, государства, политика и религия, все искусства и все науки покоятся на единственном феномене человеческого существования, на городе» [2, с. 92]. С другой стороны, Ортега-и-Гассет также не без оснований настаивал на том, что история Римской империи «была историей ниспровержения, господства массы, которая поглотила правящее меньшинство и встала на его место. Возник феномен такой же стадности и скученности» [1, с. 98].

Совершенно очевидно, что оба мыслителя были правы, оценивая один и тот же феномен с различных точек зрения. Город – это устойчивая основа любой развитой цивилизации, тем более технологически развитой. С другой стороны, масса как социальный и культурно-психологический феномен возможна только в условиях городского существования уже в силу пространственной специфики и организации жизни в городе.

Другими словами, город на определенной фазе общественно-экономического развития неизбежно порождает такой феномен, как масса, а также все то, что обусловлено или связано с ней, в частности, массовую культуру и массовое сознание. Но поскольку город, как и культура в целом, постоянно преобразуется, то и определенным образом эволюционируют сама масса и «массовый человек». Так, в условиях

информационного общества – современной фазы общественного развития – «массовый человек» приобретает новые черты, которые были невозможны на предшествующих этапах развития. Ф.И. Шарков пишет в данной связи, что «массовый человек» – это «информационный человек, который потребляет массовую информацию», что он «продукт информационного общества. Информационное общество наделено свойством самосохранения и, как один из инструментов самосохранения, создает информационного человека (основной элемент этого общества)» [3, с. 298].

Следует уточнить, что мы совершенно не настаиваем на том, что такой феномен, как масса, со всеми его негативными свойствами и проявлениями – непреодолимое, раз и навсегда данное явление. По всей видимости, человеческий прогресс, по сути, породивший данный феномен и многое, что с ним связано, со временем устранил его с исторической сцены как устаревший, предложив взамен новые обстоятельства и иные феномены. Однако, во-первых, через фазу развития, связанную с массовой культурой, должны, по нашему мнению, пройти все современные народы, и, во-вторых, человечество, как нам представляется, пока не располагает альтернативой массовой культуре, которая, как уже было сказано, обусловлена процессами индустриализации (а в настоящее время – постиндустриализации) и урбанизации.

Литература

1. *Ортега-и-Гассет Х.* «Дегуманизация искусства» и другие работы. Эссе о литературе и искусстве: сборник / Хосе Ортега-и-Гассет; пер. с исп. М.: Радуга, 1991. 639 с.
2. *Шпенглер О.* Закат Европы. Очерки морфологии мировой истории / О. Шпенглер; пер. с нем. и примеч. И.И. Маханькова. Т. 2. М.: Мысль, 1998. 606 с.
3. *Шарков Ф.И.* Коммуникология: коммуникационный консалтинг / Ф.И. Шарков. М.: Дашков и Ко, 2018. 408 с.