**МАССОВАЯ КУЛЬТУРА**

**КАК ПОРОЖДЕНИЕ И СПУТНИК**

**ГЛОБАЛИЗАЦИИ**

В статье анализируются истоки и условия формирования относительно нового явления общественной жизни – массовой культуры, которая рассматривается в качестве закономерного объективного процесса в тесной связи с нарастающей глобализацией. Основываясь на богатом теоретическом наследии и примерах из реальной жизни, автор показывает, как по мере нарастания глобальных связей и отношений происходило усиление влияния массовой культуры и обострение её противоречий с элитарной и национальными культурами. В итоге делается вывод, что дальнейшее общественное развитие будет определяться разумным соотношением и взаимодействием различных форм культурного развития.

***Ключевые слова***: *культура, массовая культура, элитарная культура, глобализация, человек, духовные ценности*.

The article analyzes the origins and conditions of the relatively new phenomenon of public life, mass culture, which is regarded as a legitimate objective process in close connection with globalization. Based on a rich theoretical heritage and the real-life examples the author shows how the growth of global connections and relationships have growing influence on mass culture and the aggravation of its contradictions with the elite and national cultures. In the end, it is concluded that further community development will be determined by a reasonable ratio and interaction of various forms of cultural development.

***Keywords:*** *culture, mass culture, elite culture, globalization, human, spiritual values.*

Культура, наряду с экономикой и политикой, является одной из самых важных сфер общественной жизни, в которой процессы глобализации проявились не только в первую очередь, но и самым непосредственным образом. Уже первые симптомы глобализации, берущие своё начало с эпохи Великих географических открытий, оказались тесно связанными с мировоззренческими трансформациями. Они самым непосредственным образом затронули не только сферу материального производства, но и мировоззрение людей, в котором произошли кардинальные перемены во взглядах на религию, устройство мира и место в нем человека[[1]](#footnote-1).

В области духа первые наиболее важные изменения вызвала эпоха Реформации – широкое общественное движение, развернувшееся в Западной и Центральной Европе в XVI в. против католической церкви. Главные идеологи Реформации, такие как М. Лютер, Ж. Кальвин, Т. Мюнцер, отстаивали идеи, фактически отрицавшие католицизм с его духовенством, претендовавшим на посредническую роль в «спасении» верующих. Они требовали «дешёвой церкви», отмены индульгенций, реорганизации феодальных отношений, установления равенства и т.п., что открывало широкие возможности как для экономических преобразований, так и для развития творческих и интеллектуальных способностей человека. Литература, живопись, скульптура, архитектура, поднявшиеся в своём развитии в эпоху Возрождения на небывалую высоту, являются ярким подтверждением раскрепощения творческого духа и формирования личностного начала в человеке. Немалое значение для общественного прогресса и культуры в целом имели также и космологические идеи Н. Кузанского, Н. Коперника, Г. Галилея, «сдвинувшие» Землю с «мёртвой точки» и впервые давшие людям в основном правильное представление о строении нашей планеты и её месте в космическом пространстве.

Несколько позже, в эпоху Просвещения, поднялась новая волна социальной активности, связанная с широким распространением знания и направленная на установление «царства разума», основанного на «естественном равенстве» всех людей независимо от их происхождения. Просветители выступали также за гражданские права и политическую свободу, резко критиковали религию и феодальные отношения, подготовив тем самым идеологическую почву для свершения ряда буржуазных революций, в особенности Великой французской революции. Развитие и распространение таких идей сказалось самым непосредственным образом и на кардинальных переменах в сфере материального производства, где во многом благодаря зарождавшемуся тогда научно-техническому прогрессу началась промышленная революция. Всё это, с одной стороны, подготавливало почву и способствовало укрупнению материального производства, формированию массовых общественных организаций и идей коллективизма, составивших впоследствии основу массового общества, а с другой стороны, укрепляло принципы свободы и независимости личности, индивидуальное начало в человеке, что не могло не сказаться на росте элитаризма. В итоге культура низов и высших, наиболее образованных слоёв общества стала расслаиваться. К началу ХХ в. массовое общество и мировая элита, как и соответствующие им массовая и элитарная культуры, обрели достаточно чёткие очертания, а к середине века и вовсе стали реальностью.

Элитарная, или высокая, культура получила такое название потому что она изначально ориентирована на достаточно узкий, хорошо образованный круг людей, именуемых элитой и способных оценить утончённые, новаторские формы и содержание тех или иных образцов творчества, а также неординарность как создателей такой культуры, так и предлагаемых ими решений. Понятие «элита», хотя и означает явление хорошо известное ещё со времён Античности[[2]](#footnote-2), впервые появилось лишь в XVII в. в английском языке, где словом *elite* обозначались товары высшего качества. Затем содержание термина расширилось, и им стали обозначать в военной сфере – отборные воинские части, в биологии – лучшие образцы зерновых культур, а с XIX в. он стал применяться и в социальной сфере как синоним аристократии. Научные же предпосылки теории элит были сформулированы и того позже усилиями итальянских социологов Г. Моски и В. Парето, французских психологов Г. Лебона и Г. Тарда, русских философов Н.А. Бердяева, Г.П. Федотова и др.

Элитарная культура, в отличие от массовой, выражающей интересы и запросы низов, обозначает пристрастия, привычки и потребности богатых, аристократических кругов, политической и деловой элиты и предполагает, как правило, высокую степень компетентности. Нередко она выступает с позиции авангардизма и носит экспериментальный характер, в результате чего отрабатываются те художественные приёмы и творческие новации, которые в случае их закрепления могут быть восприняты и признаны широкой публикой порой лишь спустя десятилетия. В этом отношении перед обществом периодически возникает дилемма – должен ли художник творить так, чтобы его искусство было понятно народу, т.е. должен ли он в своём творчестве стремиться к уровню понимания широких масс или общество само должно предпринимать необходимые шаги и соответствующие усилия, чтобы такое неординарное искусство могло быть понято широким слоям населения, что, заметим, возможно лишь при условии, когда хотя бы основная его часть, постоянно обучаясь и совершенствуясь, поднимается до уровня восприятия мировых шедевров.

В этой связи практически во всех как национальных и этнических культурах, так и в мировой культуре в целом, объективно возникает проблема разделённости на элитарную и массовую. Термин «массовая культура», зачастую выступающий в широком общественном сознании синонимом таких понятий, как «общедоступная», «популярная», «народная», «повсеместно распространённая», «незамысловатая», «усреднённая», «безымянная» и т.п. культура, происходит от соединения слов культура и масса, где последнее означает «однородность», «бесформенность», «безликость», «однотипность», «пластичность», «податливость». Он, с одной стороны, фиксирует новое качество культуры, а с другой – выражает сложный комплекс общественных отношений, в которых личностные свойства и индивидуальные начала человека, а также оригинальные решения в процессе производства вещей, машин, сооружений не имеют принципиального значения и, как правило, нивелируются, затушёвываются, в то время как на первый план выступают стереотипы мышления и поведения, конвейерное производство, массовое тиражирование общепринятых образцов материальной и духовной культуры.

Итак, выделяют два типа культуры: традиционную, или высокую, ставшую достоянием всех хрестоматий, и массовую, производимую специально для рынка. Массовая культура характеризуется унификацией, а её особым качеством является то, что она способна избавлять потребителя от всяких интеллектуальных усилий, проложив для него наикратчайший путь к удовольствию. Такую культуру «фабрикуют специалисты-ремесленники, нанятые бизнесменами; её аудитория состоит из пассивных потребителей, участие которых в культуре ограничивается выбором между “купить” или “не купить”. И существует огромная разница между удовлетворением народного вкуса, на что была направлена, скажем, поэзия Бернса, и эксплуатацией вкуса народа, чем занимается, например, Голливуд»[[3]](#footnote-3). Однако ремесленники от науки и искусства, живущие за счёт массой культуры, нуждаются в соответствующей аудитории – массовом обществе, уточняет А.В. Кукаркин, структура которого настолько свободна, что между его атомами силы сцепления действуют лишь в минимальной мере. Мораль такого общества низводится до примитивного уровня, вкус – до наименее восприимчивых и наиболее невежественных, а масштабы здесь столь велики, что оказываются несоизмеримыми с масштабом личности.

Отмеченные особенности массовой культуры дополняет ещё одно её определение, данное французским социологом Ж. Фридманом, который писал: «Под массовой культурой следует понимать все блага потребления, предоставленные в распоряжение публики (в самом широком смысле этого слова и независимо от всяких различий в категориях дохода и профессии) благодаря средствам массовой коммуникации в условиях технической цивилизации»[[4]](#footnote-4). На тесную связь массовой культуры и научно-технического прогресса указывает и американский социолог Б. Розенберг в своей работе «Массовая культура в Америке», где он пишет, что если и возможно было бы вывести позитивную формулу такой культуры, то она заключалась бы в том, что современная техника является необходимым и достаточным условием существования массовой культуры. «Ни национальный характер, ни экономический уровень, ни политический строй не имеют решающего значения, – считает он. – Единственное, что по-настоящему важно, – это происшедшая совсем недавно научно-техническая революция»[[5]](#footnote-5).

Массовая культура как явление имеет свою непростую и достаточно долгую историю, а её осознание, также как и осмысление других сложных процессов, рождающихся в лоне социальных структур и вырастающих изнутри общественных отношений, произошло далеко не сразу – вначале в форме догадок и озабоченности новыми веяниями и непривычными тенденциями, и только потом, спустя определённое время, в виде специальных исследований и теоретических реконструкций этого феномена.

Характерные черты массовости, по мнению ряда известных специалистов, можно обнаружить уже в античности, другие полагают, что она является порождением научно-технической революции. Однако на самом деле и действительно на прочных основаниях «омассовление» культуры начинается в Новое время – в эпоху буржуазных преобразований, когда набиравшая обороты глобализация расширила до планетарных масштабов экономические, социально-политические и культурные связи[[6]](#footnote-6). Тогда же новые географические открытия, предоставившие неведомые прежде возможности к перемене мест и путешествиям, а также появление новых технических средств, позволивших выпускать массовыми тиражами книги, газеты, журналы, принципиально изменили быт и мировоззрение людей. При этом научно-технические достижения не только открыли возможности для производства товаров и услуг в массовых масштабах, но сами уже в XVIII в. стали массовыми. В условиях быстро развивавшегося капиталистического производства и расширения товарно-денежных отношений они открывали всё новые и новые возможности для коммерциализации культуры и формирования принципиально новой индустрии, ориентированной на потребление, и прежде всего в среде порождаемого рынком среднего класса. Во второй половине XIX в. средний класс, составлявший основу «массового общества» уже занимал главенствующее положение в Европе и Северной Америке, а индустрия массового производства и нивелирование образцов «высокой культуры» под интересы и потребности широкой публики набирали обороты, порождая потребительские настроения уже не только у богатых, но и у менее состоятельных слоёв населения.

Именно эта, все возраставшая часть населения стала основным потребителем таких образцов массовой культуры, как выпускаемые большими тиражами романы и другие произведения «модных», профессиональных писателей, которые для максимального удобства читателей с конца XVIII в. стали иллюстрировать, выпускать в виде карманных книжечек или печатать на страницах газет и журналов с продолжением. Все это увеличивало аудиторию и доходы предпринимателей, отодвигая на задний план содержание и художественные достоинства таких произведений, снижая уровень прежде элитарной культуры до уровня понятного среднему читателю, потребителю невзыскательному, без особых претензий и запросов. На этой волне часть деятелей искусства в знак протеста против такого упрощения подлинной культуры выступила с лозунгом «искусство ради искусства», признавая за творческими личностями и их творениями право быть понятыми лишь немногими специалистами и избранными ценителями высокой культуры, что, в свою очередь, породило не закончившуюся и теперь дискуссию о критериях различения культуры «высокой» и «низкой». Последняя, т.е. массовая культура, в силу своей всепроницаемости и количественного превосходства с тех пор все больше теснит элитарную культуру, в особенности в молодёжной среде.

В качестве социального феномена массовая культура не сразу стала предметом специального теоретического исследования. Одним из первых, кто дал детальный анализ этому явлению, был испанский философ Х. Ортега-и-Гассет. Исследовав в первой половине ХХ в. феномен толпы, он пришёл к выводу, что массового человека характеризуют две черты: беспрепятственный рост жизненных запросов и врождённая неблагодарность ко всему, что сумело облегчить ему жизнь. Философ подверг серьёзному анализу феномен толпы, процесс обезличивания «человека массы», вытеснение общим частного, замещение коллективным индивидуального и в этой связи с грустью заметил – «герои исчезли, остался хор». При этом он одним из первых обратил внимание на то, что подобные явления уже имели место в истории, однако в ХХ в. они приобрели другое содержание и принципиально иной характер. Ещё не ведая о процессах глобализации[[7]](#footnote-7), он достаточно точно провёл исторические параллели и показал, что данное явление – следствие более фундаментальных причин, лежащих в основе становления человечества в качестве целостной системы. «История Римской империи, – отмечал он, – есть, в сущности, история её гибели, история восстания и господства масс, которые поглотили и уничтожили ведущее меньшинство, чтобы самим занять его место. В ту эпоху наблюдалось то же скопление масс и переполнение ими всех общественных мест. Этим объясняются… и колоссальные постройки римлян, точь-в-точь как в наши дни. Эпоха масс – эпоха массивного»[[8]](#footnote-8). Рассматривая культуру и уровень её развития в тесной связи с развитием гуманитарного образования, Ортега-и-Гассет полагал, что её омассовление обусловлено развитием и специализацией точных наук, вытеснивших гуманитарное знание.

Однако сколь сильно не влияли бы точные науки, литература и пресса на формирование и распространение массовой культуры, они составляют лишь часть тех средств, которые появились в ХХ в. и принципиально изменили масштабы и формы воздействия на общественное сознание. Важнейшими из них, помимо прессы, стали радио, кино, телевидение и как особая форма манипуляции сознанием людей, общественным мнением – реклама, буквально заполонившая все средства массовой информации. К тому же все эти средства массовой коммуникации действуют одновременно, взаимодополняя и взаимоусиливая друг друга, а потому их следует рассматривать не по отдельности, а в тесной взаимосвязи. На проблему манипуляции общественным сознанием посредством массмедиа одним из первых указал известный американский учёный Г. Шиллер, выступавший с острой критикой системы западной журналистики, её методов и приёмов работы. В частности, он упрекал её за подтасовки и манипуляции, которые при успешном их применении неизбежно приводят к пассивности индивида, к состоянию инертности и отсутствию желания к активной творческой деятельности. «Именно такого состояния индивида и стремятся добиться средства массовой информации и вся система в целом, так как пассивность гарантирует сохранение статус-кво», – писал он и отмечал, что для достижения состояния пассивности корпоративная экономика использует всевозможные средства, важнейшим из которых является телевидение[[9]](#footnote-9). Однако ещё «до появления телевидения существовало немало средств, оказывавших на сознание такое же притупляющее воздействие. Радио, кино, массовые зрелищные виды спорта и большое количество более или менее значительных шоу ослабляли и продолжают ослаблять способность людей к противодействию»[[10]](#footnote-10).

Другим исследователем, обратившим внимание на эту проблему и давшим соответствующую интерпретацию тому, как современные технические средства используются для влияния на общественное сознание, был американский специалист по проблемам массовой культуры Г. Оверстрит. Рассматривая новые общественные институты, порождённые научно-технической революцией, и появившиеся принципиально новые возможности с их помощью целенаправленно оказывать влияние на мировоззрение людей, он отмечал, что все они ориентированы в первую очередь на завладение вниманием как можно большего числа людей и озабочены при этом одной проблемой – получением максимальной прибыли. «Чтобы привлечь внимание читателя газеты за утренним завтраком, – писал Оверстрит, – нужно сообщить о каком-то необычном “событии”… Чтобы вынудить того же человека купить второй выпуск газеты после полудня или вечером, или, если возможно, даже третий, заголовки должны снова кричать о чем-то необычном и драматическом… чтобы волновать людей, не требуя при этом от них развития собственного интеллекта или тонкости интуиции»[[11]](#footnote-11). Так же и в отношении радио, получившем широкое распространение параллельно с кино, Оверстрит высказался вполне определённо, подчеркнув, что оно привлекательно для радиослушателей тем, что доставляет им удовольствие, возбуждая поверхностные эмоции и не подвергая испытанию умственные способности[[12]](#footnote-12).

Ещё большие возможности для распространения и насаждения образцов и стереотипов массовой культуры появились с изобретением телевидения, которое с тех пор неизменно оказывается в центре внимания практически всех исследователей массой культуры. Один из таких широко известных специалистов, бывший директор центра по культуре и технологии при университете в Торонто (Канада) М. Маклюэн ещё на заре повсеместного внедрения телевидения писал о том, что оно также, как и другие массовые средства коммуникации, не обращено к рациональному началу в человеке и апеллирует лишь к его чувствам – зрению, слуху, эмоциям, «одурманивая ум и обволакивая тело», что не только притупляет, но и атрофирует его способность к критическому мышлению и личностному восприятию окружающей действительности. Создаваемая телевидением атмосфера и среда, в которую попадает телезритель, не столько раскрывает, сколько подменяет реальность, воздействуя таким образом не на одну подкорку, но и на сознание в целом, меняя и формируя целенаправленным образом все мировоззрение человека. Человек массы теряет своё личностное начало, отмечал он, сравнивая такого человека со зрителем огромного всемирного театра, где проходит встреча по бейсболу; а когда вы смотрите партию по бейсболу, вы – никто. Отсюда, заключает Маклюэн, человек массы находится одновременно повсюду, но он «человекообразный никто»[[13]](#footnote-13). Подобная трансформация сознания в массовом обществе происходит под действием множества различных причин, но особую роль при этом всегда играет реклама – неизменный спутник всех средств массой информации и, далеко не в последнюю очередь, телевидения. «Реклама, – подчёркивал М. Маклюэн, – это пещерное искусство двадцатого века… Подобно пещерной живописи, она является средством не личного, а корпоративного выражения. Это вихри коллективной силы, мазки энергии, открытой новым трайбалистским человеком… Бизнес и культура стали взаимозаменяемыми в новой информационной среде»[[14]](#footnote-14).

Как признаёт большинство исследователей, своим возникновением, но ещё больше своим широким охватом массовая культура во многом, и даже прежде всего, обязана художественной и популярной литературе, средствам массовой информации (газеты, журналы, радио, телевидение, кино, аудиовидеозапись и т.п.), а также техническим средствам коммуникации (авиация, железнодорожный, автомобильный, водный транспорт), которые к началу ХХ в. позволили людям в считанные дни (а позже и часы) оказаться в любой точке планеты, соприкоснуться с совершенно иными типами культуры. При этом важно отметить, что если в начале века такие поездки могли себе позволить в основном достаточно состоятельные люди, государственные деятели или дипломаты, то уже с середины века явление стало действительно массовым, когда помимо сугубо деловых поездок все большее число людей, измеряемое теперь сотнями миллионов в год, стало отправляться в путешествие по всему свету, породив совершенно новое явление – индустрию туризма. К этому следует добавить также интернационализацию экономических отношений, с их постоянно растущим количеством деловых контактов и отношений, резко возросшие потоки студентов, выезжающих на учёбу в другие страны, наконец, неизменно расширяющиеся научные и культурные связи, которые многократно увеличили число перемещающихся по планете людей.

Всё это не могло не сказаться на устоях, традициях, ценностях, которые исторически, естественным путём сформировались в тех или иных конкретных условиях, но, оказавшись под влиянием других культур, стали трансформироваться и видоизменяться, способствуя в то же время быстрому и широкому распространению по всему миру наиболее упрощённых образцов культуры, которые ориентированы первую очередь на доступность и свободное восприятие, легко тиражируемы и лишены глубокого содержания. Незамысловатые, достаточно просто и без особых усилий усваиваемые «штампы», «клише», «образцы» поведения и исполнительского мастерства, художественных и дизайнерских решений, организации отдыха и досуга стали, таким образом, отличительной чертой и сущностной характеристикой массовой культуры. В итоге и само явление, и термин его обозначающий вполне укоренились уже в первой половине ХХ в., прежде всего за счёт усилившейся к тому времени фундаментальной глобализации. И всё-таки, в полной мере массовая культура заявила о себе несколько позже, когда глобализация, охватив все сферы деятельности человека, стала к середине ХХ в. многоаспектной, а общественные отношения, в том числе и в масштабах всей планеты, практически потеряли былую зависимость от национальных границ, технических ограничений или культурных барьеров[[15]](#footnote-15).

В этой связи заслуживает внимания ещё и то обстоятельство, что с момента обнаружения первых признаков к устойчивому росту массовая культура на протяжении почти трёхсот лет всё больше распространялась на разные сферы общественной жизни, а к началу XXI в. обрела ещё одно, принципиально новое для себя качество – она стала мощным ресурсом воздействия на политическое сознание людей. В итоге в международных отношениях массовая культура теперь стоит в одном ряду с такими составляющими могущества и влияния национальных государств, как их военная сила, экономический потенциал и способность к продуцированию технологических новаций. На это указал, в частности, З. Бжезинский, который в своей очередной работе, посвящённой анализу роли США в современном мире, так и написал: «На заре XXI в. американская мощь достигла беспрецедентного уровня, о чём свидетельствуют глобальный охват военных возможностей Америки и ключевое значение её экономической жизнеспособности для благополучия мирового хозяйства, инновационный эффект технологического детерминизма США и ощущаемая во всём мире притягательность многоликой и часто незатейливой американской массовой культуры. Все это придаёт Америке не имеющий аналогов политический вес глобального масштаба»[[16]](#footnote-16). Таким образом, можно сказать, что массовая культура становится сегодня уже не только средством распространения тех или иных образцов элитарной культуры, но и проводником каких-то конкретных идей, выступая при этом реальным оружием в острейшей политической борьбе на мировой арене, которая никогда не прекращалась, а с усилением глобализации становится ещё более ожесточённой.

Именно поэтому на уровне обыденного сознания массовая культура зачастую воспринимается как явление, порождённое Западом, а её корни нередко связывают исключительно с Америкой, которая будто бы одна только и продуцирует такую культуру, планомерно и целенаправленно навязывая её всему миру. И даже в среде специалистов массовая культура нередко оценивается как сугубо негативное явление, нивелирующее специфику, уникальность и своеобразие традиционных, самобытных культур, а то и вовсе заменяющее собою их фундаментальные основы и национальную принадлежность. Так, один из наиболее ярких сторонников такой позиции А.С. Панарин пишет: «Под влиянием американоцентричного либерализма статус древних культур на всех континентах непрерывно занижается, и все они становятся под подозрение в качестве помехи наступающей экономической и политической революции, которую несёт миру американский авангард»[[17]](#footnote-17).

Конечно, для подобного беспокойства имеется немало причин и достаточных оснований, в особенности, если принять во внимание, что массовая культура не только нуждается в соответствующем типе личности (даже точнее было бы сказать не личности, а типаже, в котором личностные начала слабо выражены, нивелированы, сглажены), но и сама продуцирует, формирует людей именно такого типа. Именно в такой культуре формируются новые образы и представления о мире, в котором проще и легче жить, если поступать и думать «как все», «плыть по течению» и даже кичиться своей одинаковостью с другими. И не секрет, что такие качества «усреднённого» человека, как и его сознание, не обременённое личными сомнениями и поисками собственной идентичности, являются хорошим материалом для политических, идеологических, потребительских и иных манипуляций, чем, конечно же, в полной мере пользуются и общественные деятели, и предприимчивые персонажи всех мастей: от политиков и чиновников до шоуменов и рекламодателей.

Однако это был бы односторонний взгляд на весьма сложное явление. Массовая культура – уникальный социальный феномен, никогда ранее не встречавшийся в человеческой истории вплоть до конца ХХ в. К тому же она не является чьим-то изобретением или выдумкой, происками каких-то заинтересованных сил или результатом определённых целенаправленных усилий. Массовая культура – порождение, прежде всего, объективных причин и тенденций, которые заключены в универсальных чертах самой культуры, как общечеловеческого, присущего всем странам и народам явления, а также в объективной логике её развития в условиях становления целостных структур, которые складываются в процессе разворачивающейся многоаспектной глобализации, охватившей теперь уже все без исключения сферы общественной жизни.

Таким образом, массовую культуру не следует воспринимать как непременную утрату духовности, творчества или уничтожение культуры в целом. В ней наиболее ярко проявляется специфика глобализирующегося мира, его унификация, что нередко и не без основания связывается с «техногенной» культурой, культурой «потока», «конвейера», «штампа». Это может рассматриваться, с одной стороны, как негативное явление, а с другой стороны, как явление вполне закономерное и даже позитивное, если рассматривать его в качестве адекватной реакции на усложняющийся и становящийся целостным мир.

Следует особо отметить, что массовая культура возможна только при наличии массового общества и такого же массового человека. При этом она может быть как *национальной*, когда те или иные образцы материальной и духовной культуры, благодаря их постоянному воспроизведению и тиражированию, становятся всеобщим достоянием данной этнической общности, так и *интернациональной*, если культурные ценности и нормы одного народа заимствуются и в итоге оказываются составной частью культуры других народов, органично вписываясь в них, дополняя или замещая уже существующие в них элементы. Так, например, в сфере языка широкое распространение получили такие термины как «философия», «культура», «цивилизация», «революция» и многие другие, которые с теми или иными незначительными вариациями вошли практически во все языки мира, став их неотъемлемой частью.

Распространение массовой культуры породило немало критических замечаний в её адрес, а также сетований на то, что теперь даже такие виды творческой деятельности, как наука, литература, живопись и даже поэзия стали «массовыми», когда истинное творчество и талант заменяются освоением специфических приёмов научно-исследовательской работы, методикой проведения и описания экспериментов, техникой стихосложения и т.п. Как следствие, в «массовом производстве» все в большей степени востребованными становятся не эксклюзивные, абсолютно новые, «нестандартные» образцы продукции или решения, а те, которые органично вписываются в сложившиеся схемы и подходы, легко адаптируются в новых условиях и обстоятельствах. При этом у «массового читателя», «массового зрителя» появились свои «модные», «раскрученные», иными словами, «массовые» писатели, «массовые» поэты, «массовые» исполнители.

Причины отмеченных явлений обусловлены, прежде всего, объективными обстоятельствами. Так, в повседневной жизни «средний человек», «человек толпы» или, что то же самое – «массовый человек», не потому не хочет тратить дополнительные усилия и время на усвоение образцов «высокой культуры», что он стал ленивым, ничем не интересующимся и апатичным, а потому что в его динамичной, наполненной многими событиями жизни такой багаж знаний и умений, приобретённый значительными усилиями, нередко оказывается попросту невостребованным, а усилия, затраченные на его приобретение, становятся в таком случае непомерно высокой ценой. Глобальный мир, раскрывающий перед человеком поистине глобальные возможности, буквально загоняет его в условия постоянного выбора, когда из множества вариантов решений в самых разных областях своей жизни, он должен отдать предпочтение какому-то одному; причём решение это должно быть не только оперативным, эффективным, но и конкурентоспособным. В таких обстоятельствах приобретённые упорным трудом и с большими временными затратами знания нередко оказываются слишком дорогим удовольствием, так как не обязательно оказываются полезными и дающими преимущество их владельцу. А в выигрыше зачастую оказывается тот, кто научился учиться и своевременно переучиваться, когда усвоенные знания и полученные навыки, например пользования той или иной техникой, быстро устаревают, что в условиях информационной революции и стремительно развивающегося технического прогресса происходит сплошь и рядом. Глобализация только усиливает эти процессы, делая их повсеместными и касающимися практически каждого, независимо от рода занятия и уровня образования людей.

У специалистов не вызывает сомнения то обстоятельство, что массовая культура является естественным и вполне закономерным спутником глобализации[[18]](#footnote-18). Это такое же следствие и даже необходимое порождение глобализации, как, например, массовое скопление проживающих в одном месте людей, являющееся результатом объективного процесса урбанизации, характерного в особенности для ХХ в.[[19]](#footnote-19) Поэтому в массовом обществе массовым становится практически все – от стандартного набора средств личной гигиены до, казалось бы, далёких от стандартизации сфер общественной жизни, таких как сценическое искусство или спортивные состязания, по природе своей призванные выявлять личностные качества и индивидуальность выступающих перед аудиторией или противоборствующих сторон. Так, например, современный профессиональный спорт – это уже не просто состязания и развлечения, а большой и прибыльный бизнес, где игроки – такой же рыночный товар, как и спортинвентарь или спортивные сооружения; их продают и покупают, как спортивных лошадей или спортивные машины. И если принять во внимание и то, что за всем этим стоят не просто живые существа, а весьма оригинальные люди, одарённые в том или ином виде спорта, то современная практика продавать и покупать игроков представляется ничем иным, как неорабовладением, за которым стоят большие деньги и большая политика.

Итак, массовая культура – понятие, характеризующее особенности производства материальных и духовных ценностей в современном обществе. Такая культура рассчитана на широкое и постоянно возобновляемое потребление. Массовой она является также и потому, что в перманентном режиме каждодневно воспроизводится и вполне доступно представляется широкой аудитории всевозможными средствами информации и неимоверно развившимися современными методами торговли (от оптовых рынков, до гипермаркетов и интернет-магазинов), непременно сопровождаемой вездесущей рекламой. Иными словами, культура становиться «массовой», когда её продукты стандартизируются и беспрепятственно распространяются среди широкой аудитории в таком количестве, что ценность их по сравнению с образцами-оригиналами, если таковые вообще оказываются в наличии, становится ничтожной. И в то же время образцы высокой, элитарной культуры, оцениваемые порой и без того достаточно высоко, со временем только увеличиваются в цене, а спрос на них неизменно возрастает. Окончательно преодолеть возникающие в этой связи проблемы и противоречия, пожалуй, не представляется возможным, однако в какой-то мере можно говорить о том, что глобализация, а также сопутствующие ей высокие технологии открывают возможности для сближения «массовой» и «высокой» культур, до известной степени стирая различия между ними[[20]](#footnote-20). Так, например, концерт фортепьянной музыки или классические произведения в исполнении симфонического оркестра, передаваемые по радио в режиме стереозвучания и на весьма высоком качественном уровне, могут одновременно слушать миллионы человек в разных концах планеты. А телевидение в состоянии донести до миллионов и даже миллиардов зрителей ещё и видеоизображение не только шедевров живописи, зодчества, архитектуры, но и лучшие образцы оперного и балетного искусства, достижений науки, спорта и т.п. В таком симбиозе элитарного и массового аспектов культуры, когда элитарная культура не выхолащивается и не опускается до банального упрощения, а стремится поднять до своего уровня широкое общественное сознание, следовало бы видеть путь к преодолению указанных противоречий[[21]](#footnote-21). Определённым обоснованием таких взглядов может служить то, что высшие, духовные ценности всегда создавало меньшинство – духовная элита, представляющая собой наиболее образованную и творчески активную часть любого общества, класса или социальной группы. Именно эти люди, наряду с политическими лидерами, принимающими решения, могут и должны взять на себя ответственность за целенаправленное и осмысленное развитие культуры, когда под влиянием усиливающейся глобализации она все больше становится массовой.

Чумаков А.Н.

доктор философских наук, профессор факультета

глобальных процессов МГУ имени М.В. Ломоносова,

зав. кафедрой философии Финансового университета

при Правительстве РФ

**Список литературы**

*Бжезинский З.* Глобальное господство или глобальное лидерство. М.: Международные отношения, 2005.

Всемирный культурный форум: Цели и задачи // Век глобализации. 2014. № 1 (15).

*Ильин И.В., Розанов А.С.* Глобальные исследования: Новые подходы // Век глобализации. 2014. № 1 (15).

*Кукаркин А.В.* Буржуазная массовая культура: Теории. Идеи. Разновидности. Образцы. Техника. Бизнес. М.: Политиздат, 1985.

Мировой культурный форум (World Cultural Forum [Taihu, China]) // Век глобализации. 2013. № 1(11).

*Ортега-и-Гассет Х.* Восстание масс // Вопросы философии. 1989. № 3.

*Панарин А.С.* Искушение глобализмом. М.: Русский национальный фонд, 2000.

*Урсул А.Д., Урсул Т.А., Ильин И.В.* Глобальные и политические процессы: Становление эволюционного подхода // Юридические исследования. 2013. № 3.

*Чумаков А.Н*. Культура и вызовы глобализации: Новые подходы // Век глобализации. 2011. № 2 (8).

*Чумаков А.Н.* Культурно-цивилизационный диалог как способ решения проблем в современном мире // Вопросы философии. 2013. № 1.

*Шестова Т.Л.* Глобальный историзм как принцип научного познания // Идеи и идеалы. 2012. Т. 1. № 1.

*Шиллер Г*. Манипуляторы сознанием. М.: Мысль, 1980.

*Friedman J.* Enseignement et culture de masse // Communications. 1962. № 1.

*McLuhan M.* Culture is Our Business. N.Y.; Toronto: McGraw Hill, 1970.

*Overstreet H.* The Mature Mind. N.Y.: W.W. Norton, 1950.

*Источник:* Чумаков А.Н. Массовая культура как порождение и спутник глобализации // Вестник Московского университета. Серия XXVII. Глобалистика и геополитика. 2015. № 1/2. С. 120-131. Истина: сайт. URL:[*https://istina.msu.ru/profile/Alexander/*](https://istina.msu.ru/profile/Alexander/) (дата обращения: 15.05.2018).

1. *Урсул А.Д., Урсул Т.А., Ильин И.В.* Глобальные и политические процессы: Становление эволюционного подхода // Юридические исследования. 2013. № 3. [↑](#footnote-ref-1)
2. Предшественниками современной элитологии, сложившейся в начале ХХ в., считаются Пифагор, Гераклит, Платон, Сенека, Н. Макиавелли, Ф. Ницше и др. [↑](#footnote-ref-2)
3. *Кукаркин А.В.* Буржуазная массовая культура: Теории. Идеи. Разновидности. Образцы. Техника. Бизнес. М.: Политиздат, 1985. С. 58. [↑](#footnote-ref-3)
4. *Friedman J*. Enseignement et culture de masse // Communications. 1962. № 1. P. 3. [↑](#footnote-ref-4)
5. Цит. по: *Кукаркин А.В.* Указ. соч. С. 70. [↑](#footnote-ref-5)
6. См.: *Шестова Т.Л.* Глобальный историзм как принцип научного познания // Идеи и идеалы. 2012. Т. 1. № 1. [↑](#footnote-ref-6)
7. Тогда не только термина «глобализация» не было, но и сами глобальные процессы не проявились в достаточной степени и не стали ещё предметом теоретического осмысления. [↑](#footnote-ref-7)
8. *Ортега-и-Гассет Х*. Восстание масс // Вопросы философии. 1989. № 3. С. 123. [↑](#footnote-ref-8)
9. *Шиллер Г.* Манипуляторы сознанием. М.: Мысль, 1980. С. 47. [↑](#footnote-ref-9)
10. Там же. С. 48. [↑](#footnote-ref-10)
11. *Overstreet H.* The Mature Mind. N.Y.: W.W. Norton, 1950. P. 203–207. [↑](#footnote-ref-11)
12. Ibid. P. 217. [↑](#footnote-ref-12)
13. *McLuhan M.* Culture is Our Business. N.Y.; Toronto: McGraw Hill, 1970. P. 3. [↑](#footnote-ref-13)
14. Ibid. [↑](#footnote-ref-14)
15. См.: *Чумаков А.Н*. Культура и вызовы глобализации: Новые подходы // Век глобализации. 2011. № 2 (8). [↑](#footnote-ref-15)
16. *Бжезинский З.* Глобальное господство или глобальное лидерство. М.: Международные отношения, 2005. С. 7. [↑](#footnote-ref-16)
17. *Панарин А.С.* Искушение глобализмом. М.: Русский национальный фонд, 2000. С. 101. [↑](#footnote-ref-17)
18. См.: Мировой культурный форум (World Cultural Forum [Taihu, China]) // Век глобализации. 2013. № 1 (11). [↑](#footnote-ref-18)
19. *Ильин И.В., Розанов А.С*. Глобальные исследования: Новые подходы // Век глобализации. 2014. № 1 (15). [↑](#footnote-ref-19)
20. Всемирный культурный форум: Цели и задачи // Век глобализации. 2014. № 1 (15). [↑](#footnote-ref-20)
21. *Чумаков А.Н.* Культурно-цивилизационный диалог как способ решения проблем в современном мире // Вопросы философии. 2013. № 1. [↑](#footnote-ref-21)