

Проблема экспансии в Россию западной системы ценностей и формирование массовой культуры.

Проблема.

Президент России Владимир Путин высказался за ужесточение наказания за вождение автомобиля в пьяном виде. "Придется ужесточать законодательство", - заявил глава государства, комментируя субботний случай, когда пьяный водитель убил 7 человек в Москве.

Путин обратил внимание на заявление водителя: "Я делаю всегда все, что хочу". "Ворота свободы открылись, и мы начали считать, что дозволено все, границы свободы, обязанностей размыты", - подчеркнул Путин. По его мнению, данная трагедия это не только проблема низкого общего культурного уровня. "За некоторые вещи нужно карать, по-другому не получается", - убежден глава государства.

Президент назвал виновника субботнего ДТП "преступником и убийцей". В качестве примера он привел "благообразные страны, где очень жестко относятся к тем, кто совершает такие действия". "Если этого не делать, такие трагедии будут происходить повсеместно", - отметил глава государства.

"Нужна работа нас всех более серьезная в плане повышения культурного уровня, может быть, мы все в этом виноваты", - отметил Путин. По его словам, "мы должны делать гораздо более тонкую, основательную работу по повышению культурного уровня". Таким образом президент отреагировал на выступление кинорежиссера Карена Шахназарова, который признался, что у него "не идет из головы" субботняя история с наездом пьяного водителя на людей. Шахназаров не исключает, что этой аварии не случилось бы, если бы культурный уровень водителя был бы более высоким. "Может быть, водитель бы ходил в Исакиевский собор, может быть это бы помогло", - сказал он.»

А вы как думаете?

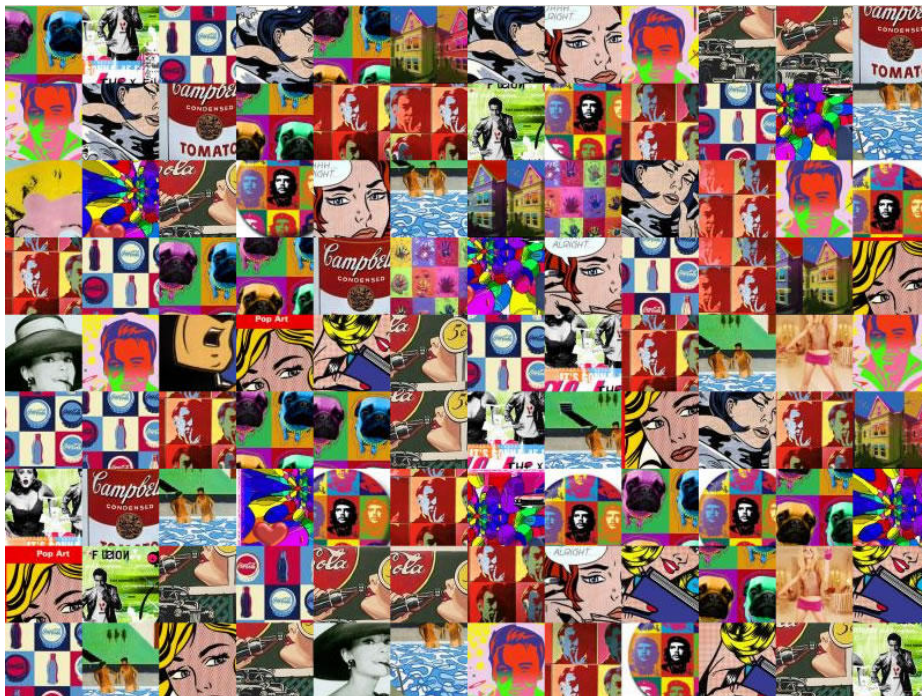
Текст

Россия – многонациональная и многоконфессиональная (неизвестные термины можно найти в Интернете) страна. В течение долгого времени ее культура формировалась на основе развития национальных культур населяющих ее народов, с разной степенью взаимовлияния. Подобно большинству стран Запада, в настоящее время Россия столкнулась с проблемой **сохранения исторического культурного наследия** в условиях нашествия такого глобального явления как масскульт, или массовая культура.

Массовая культура – явление глобализирующегося мира.

Появление массовой культуры связано со становлением на рубеже XIX-XX вв. **массового общества**. Материальной основой произошедших в XIX в. существенных перемен стал переход к **машинному** производству. Но индустриальное машинное производство предполагает стандартизацию, причем не только оборудования, сырья, технической документации, но и умений, навыков работников, распорядка рабочего дня и т. д. Затронули процессы стандартизации и духовную культуру.

Достаточно четко обозначились две сферы жизни **работающего** человека: **работа и досуг**. В результате возник платежеспособный спрос на те товары и услуги, которые **помогали провести досуг**. Рынок на этот спрос ответил предложением «типового» культурного продукта: книг, фильмов, граммофонных пластинок и т. д. Они были предназначены, прежде всего, для того, чтобы помочь людям интересно провести свободное время, **отдохнуть от монотонного труда**.



Использование в производстве новых технологий, расширение участия масс в политике потребовали определенной образовательной подготовки. В индустриально развитых странах делаются важные шаги, направленные **на развитие образования**, прежде всего начального. В результате в ряде стран появилась обширная читательская аудитория, а вслед за этим зародился один из первых жанров массовой культуры - **массовая литература**.

Ослабленные с переходом от традиционного общества к индустриальному непосредственные связи между людьми отчасти заменили появившиеся средства массовой коммуникации, способные быстро транслировать разного рода сообщения на большую аудиторию.

Основные особенности массовой культуры.

Общедоступность. Доступность и узнаваемость стали одной из основных причин успеха массовой культуры. Монотонная, изнуряющая работа на промышленном предприятии усиливали потребность в интенсивном отдыхе, быстром восстановлении психологического равновесия, энергии после трудового дня. Для этого человек искал на книжных прилавках, в кинозалах, в средствах массовой информации прежде всего **легкие для восприятия, развлекательные представления, фильмы, публикации**.

В рамках массовой культуры работали выдающиеся деятели искусства: актеры Чарли Чаплин, Любовь Орлова, Николай Черкасов, Игорь Ильинский, Жан Габен, танцовщик Фред Астер, всемирно известные певцы Марио Ланца, Эдит Пиаф, композиторы Ф. Лоу (автор мюзикла «Моя прекрасная леди»), И. Дунаевский,

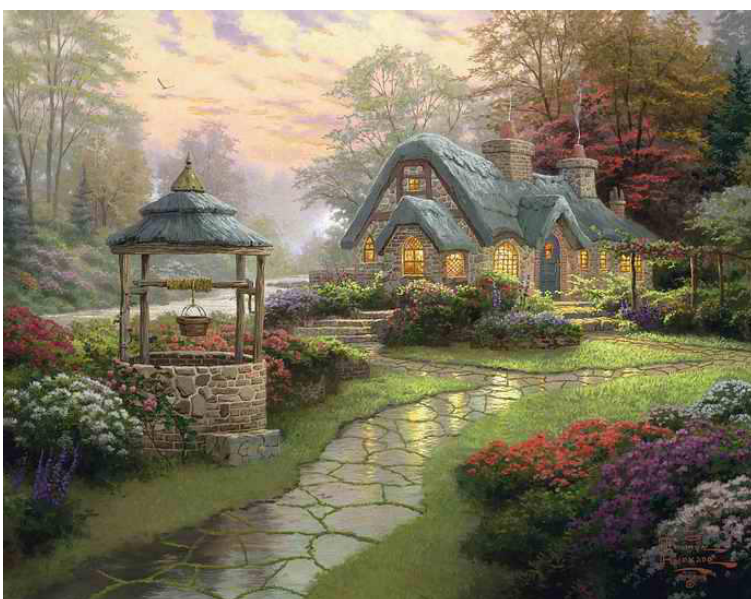
кинорежиссеры Г. Александров, И. Пырьев и др.



Занимательность. Она обеспечивается обращением к таким сторонам жизни и эмоциям, которые вызывают неизменный интерес и понятны большинству людей: любовь, секс, семейные проблемы, приключения, насилие, ужасы. В детективах, «шпионских рассказах» события сменяют друг друга с калейдоскопической быстротой. Герои произведений также просты и понятны, они не предаются долгим рассуждениям, а действуют.

Серийность, тиражируемость. Эта черта проявляется в том, что продукты массовой культуры выпускаются в очень больших количествах, рассчитанных на потребление действительно массой людей.

Пассивность восприятия. Эту особенность массовой культуры отмечали уже на заре ее становления. Беллетристика, комиксы, легкая музыка не требовали от читателя, слушателя, зрителя **интеллектуальных или эмоциональных усилий** для своего восприятия. Развитие визуальных жанров (кино, телевидение) только усилило эту черту. Читая даже облегченное литературное произведение, мы неизбежно что-то домысливаем, создаем свой образ героев. Экранное восприятие не требует от нас этого.



Коммерческий характер. Продукт, создаваемый в рамках массовой культуры, - это **товар**, предназначенный для **массовой продажи**. Для этого товар должен быть демократичным, т. е. подходить, нравиться большому числу людей разного пола, возраста, вероисповедания, образования. Поэтому производители подобной продукции стали ориентироваться на самые фундаментальные человеческие эмоции.

Произведения массовой культуры создаются в основном в рамках профессионального творчества: музыку пишут профессиональные композиторы, сценарии фильмов - профессиональные литераторы, рекламу создают профессиональные дизайнеры. На запросы широкого круга потребителя ориентируются профессиональные создатели продукции массовой культуры.

Итак, массовая культура - это феномен современности, порожденный определенными социальными и культурными сдвигами и выполняющий ряд достаточно важных функций. Массовая культура имеет как негативные, так и позитивные аспекты. Не слишком высокий уровень ее продукции и коммерческий, главным образом, критерий оценки качества произведений, не отменяет того очевидного факта, что **массовая культура предоставляет человеку невиданное ранее изобилие символических форм, образов и информации, делает восприятие мира многообразным**, оставляя за потребителем право выбора "потребляемого продукта". К сожалению, потребитель не всегда выбирает лучшее. Иногда массовую культуру называют «пещерным искусством 20 века».



Массовая культура всеохватна. Она навязывается извне СМИ, Интернетом, назойливой рекламой. Она унифицирует человека, стирает его индивидуальность и национальность. Во многих странах мира с этим явлением пытаются вести борьбу.

Смысловый диапазон массовой культуры весьма широк - от примитивного китча (ранний комикс, мелодрама, эстрадный шлягер, "мыльная опера") до сложных, содержательно насыщенных форм (некоторые виды рок-музыки, "интеллектуальный" детектив, поп-арт). Для эстетики массовой культуры характерно постоянное балансирование между тривиальным и оригинальным, агрессивным и сентиментальным, вульгарным и изощренным. Актуализируя и опредмечивая ожидания массовой аудитории, массовая

культура отвечает ее потребностям в досуге, развлечении, игре, общении, эмоциональной компенсации или разрядке и др.

Вообще, культура (от лат . cultura - возделывание, воспитание, образование, развитие, почитание), это исторически определенный уровень развития общества, творческих сил и способностей человека, выраженный в типах и формах организации жизни и деятельности людей, в их взаимоотношениях, а также в создаваемых ими материальных и духовных ценностях. Понятие "культура" употребляется для характеристики определенных исторических эпох (античная культура), конкретных обществ, народностей и наций (культура майя), а также специфических сфер деятельности или жизни (культура труда, политическая культура, художественная культура); в более узком смысле - сфера духовной жизни людей. Включает в себя предметные результаты деятельности людей (машины, сооружения, результаты познания, произведения искусства, нормы морали и права и т. д.), а также человеческие силы и способности, реализуемые в деятельности (знания, умения, навыки, уровень интеллекта, нравственного и эстетического развития, мировоззрение, способы и формы общения людей).



Из определения словосочетания «массовая культура» следует, что:

- 1. развитая инфраструктура и доступность средств массовой информации - предпосылки возникновения массовой культуры как явления.**
2. смысловой диапазон понятия, хотя и широк, но все же имеет много больше ограничений, нежели культура вообще.
3. ориентир на массы, а значит и **общедоступность** массовой культуры ведет к достаточно низкому уровню массовой культуры, **как культуры.**



Массовую культуру называют по-разному: развлекательным искусством, искусством «анти-усталости», полукulturой. Характеризуя её, американский психолог М. Белл подчеркивает: «Эта культура демократична. Она адресована **всем людям без различия классов, наций, уровня бедности и богатства**. Кроме того, благодаря современным средствам массовой коммуникации людям **стали доступны многие** произведения искусства, имеющие высокую художественную ценность».

Многие люди говорят, что массовая культура оказывает отрицательное влияние на общество, подрывает его моральное и нравственное здоровье. Кто-то считает, что массовая культура помогает людям отдохнуть и развлечься.

...Ее вкусы и идеалы меняются с огромной быстротой в соответствии с потребностями моды. Массовая культура обращается к широкой аудитории и претендует на то, чтобы быть **народным искусством**.

Но, всё же массовая культура, предоставляет продукцию, которая легко воспринимается, позволяет окунуться в мир грез и иллюзий, создает впечатление обращения к конкретному индивиду. Она очень часто противостоит национальной, истинной, «высокой» культуре, и в довольно агрессивной форме».

Культурно-духовное пространство России, ее культурный облик в постиндустриальном обществе

Вступление России в эпоху либеральных реформ характеризуется глубочайшим потрясением культурной и духовно-нравственной сфер общественной жизни. Исчезла централизованная система управления и единая, жестко проводимая сверху, политика в этой сфере. Конституция РФ признает **«идеологическое многообразие»** «никакая идеология не может устанавливаться в качестве государственной или обязательной». Серьезно повлияло на состояние дел в культуре резкое сокращение государственного финансирования.

Культурно-духовное пространство и культурный облик нового российского общества формировались в процессе разрушения советского культурно-духовного пространства. Этот процесс обусловлен вхождением России в постиндустриальное общество.

(В 90-е годы XX века начинается период успешной экспансии американских ценностей, который можно объяснить следующими основными факторами.

***Во-первых,** более ранним по отношению к другим странам вступлением американского общества в стадию массовой культуры.*

***Во-вторых,** тем, что именно в американских условиях «страны-новодела» и наиболее чистой модели капиталистической экономики и демократии, массовая культура получила исключительно благоприятные возможности развития.*

*И, наконец, **в-третьих,** ни о какой экспансии говорить было бы невозможно, если бы эта массовая культура и ее продукты не были бы столь привлекательны отечественному обывателю»)*

В 1990-е гг. культурная экспансия Запада коснулась России. Ее результатом становится не только изменение традиционно русской экономической модели потребления, но и перестройка системы ценностных ориентаций, создание массовой культуры, ведущей к идеализации чужого образа жизни, идеологии, мировоззрения, искусства, порождающей чувство неполноценности в отношении к собственной культуре. При этом особенно сильные импульсы исходят от США, что в известной степени позволяет исследователям говорить о "макдольнизации" российской культуры.

Для российской стороны экспансия американской культуры создает угрозу русской национальной идентичности, приводит к формированию потребительских ориентаций, изменению ценностей и менталитета. Поэтому сегодня мы вновь вынуждены задавать себе вопрос: можем ли мы рассматривать ценности западной цивилизации как некое совершенство, или сами эти ценности должны быть пересмотрены. Следует ли России всецело ориентироваться на образцы современного западного опыта? Наконец, в условиях агрессивной вестернизации особую актуальность приобретает вопрос о специфике перенесения западного опыта на российскую почву в предшествующей истории, вопрос о том, как принимала и усваивала Россия западноевропейские идеи прежде.

На основе вышесказанного отметим, что в условиях глобализации эффективность деятельности культурной экспансии возросла. Характерными чертами современной культурной экспансии являются: перенесение образа жизни и ценностей; внедрение и распространение западной культуры как универсальной, исключающей другие виды культур; стремление достичь культурного внедрения политических и иных целей; односторонний поток информации от «центра» к «периферии»; формирование в зависимых странах прозападной культурой элиты, которая должна служить опорой соответствующего влияния.

Осуществление межкультурной коммуникации несет надежду на обогащение национальных культур. Однако культурная экспансия - это однонаправленное движение вместо движения культур навстречу друг другу. Так, с американской стороны самодостаточность, изоляционизм и американоцентризм приводят к отсутствию интереса к другим странам, включая Россию, а также к незнанию иностранных языков. С российской стороны, напротив, наблюдается идеализация американского образа жизни и повышенный интерес к американской культуре, а знание английского языка считается в высшей степени престижным.

Таким образом, межкультурная коммуникация способна приводить не только к позитивным, но и к негативным последствиям, представлять опасность забвения и вытеснения собственных культурных истоков. Сегодня экспансия Запада встречает отрицательное отношение общественности, а политика многих государств направлена на отпор культурной экспансии Запада или, по крайней мере, на ее ограничение. Так, во многих странах предпринимаются протекционистские меры, направленные на защиту

национальной культуры от культурной экспансии, в частности вводятся ограничения на показ зарубежной, в первую очередь американской, кинопродукции в кинопрокате и телеэфире и т.д. Все чаще культурная экспансия определяется в международных документах как культурный империализм.

В 2006 г. в Санкт-Петербурге на первом Российском культурологическом конгрессе отмечена тенденция к созданию глобально-информационного общества, определению условий, которые соответствуют интересам людей планеты, а не только «золотого миллиарда», с помощью возможностей глобальной культуры двигаться к этой цели. Ресурсы заключены в экологическом понимании современной социальной сети. Данная система представляет собой систему сетевого характера. Каждый элемент сети создается всеми другими элементами и выражает ее содержание. Вся система может быть понята только при адекватном понимании ее базовых элементов в их единстве.

Культурологический подход к социальной сети информационного общества заключается в двух главных позициях:

- глобальная сеть организации социокультурного воспроизводства должна основываться на одних и тех же моделях;
- человек по своим параметрам не может не соответствовать свойствам сети.

Россиянам необходимо было решить три задачи:

- 1) освоить новые связи, функции и отношения, характерные для информационного общества;
- 2) идентифицировать себя в мировой истории;
- 3) выработать национальную идею (объединяющую общество цель).

Первая задача решалась путем использования культурологических теорий и технологий, монополизации методологических подходов. Две остальные задачи решались снятием запретов, разрушением советской системы духовных ценностей, традиций и норм.

Сложность задач затрудняет выделение четких временных рамок решения каждой. Поиски решения первой задачи приходится преимущественно на первый этап (1992-2000 гг.). Вторая и третья задачи на втором этапе (2000-2009 гг.) решались более целеустремленно и целенаправленно. Уделялось больше внимания формулированию государственных интересов в сфере культуры. Многие исторические задачи приходилось решать политическими средствами.

В 1992-2000 гг. процесс свелся к тому, что **функции культуры и власти в реальности переставали совпадать. Культура перестала пониматься как опора власти и как средство сохранения самой власти.** Этому способствовало исчезновение запретов. Символика советской власти, выраженная в наименовании городов и сел, отвергалась населением. На карте страны вновь появились Санкт-Петербург, Екатеринбург, Нижний Новгород, Сергиев Посад, Великий Новгород. Национальным флагом признано историческое знамя России — триколор. Новая российская власть активно поддерживала эти процессы. В октябре 1993 г. была создана Государственная комиссия по

перезахоронению останков царской семьи. В июле 1998 г. состоялась торжественная церемония перезахоронения в Петропавловском соборе.

Процесс изменения культурного облика россиян положил начало формированию новой модели коллективной самоидентификации, роли в ней личной позиции. Этот процесс распался на два этапа. В 1992-2000 гг. антикоммунизм часто заменял отсутствие собственной позитивной позиции. **Защита национальных интересов России была риторической, забота о государстве понималась в геополитическом контексте.** Но распад советской империи каждый человек переживал болезненно. Затруднялись связи с родственниками, друзьями, коллегами по работе. Переживал распад СССР самый крупный этнос страны — русские. Они вложили огромное количество сил, принесли неисчислимые жертвы при строительстве российской империи. Для сохранения огромной территории в советский период затрачены культурные, образовательные, интеллектуальные ресурсы. **С начала 2000-х гг. пришло понимание необходимости формирования модель новой российской государственности, конкретизации национальных интересов.**

В 1992-2000 гг. позитивная модель национальной самоидентификации («мы — хорошие, добрые, культурные и т. п.») стабилизировала общество и обеспечивала относительно высокий уровень толерантности. Однако существовала и негативная модель («они — плохие, злые, агрессивные и т. п.»). Негативная модель способствовала формированию ксенофобии. Элементы позитивной и негативной моделей самоидентификации сосуществовали. Они образовали сложный ценностный комплекс массового и индивидуального сознания.

На формирование **ценностного комплекса** сознания действовали факторы из разных источников.

Во-первых, открытые границы обогащали личный опыт познания жизни, культуры, духовных ценностей других стран. **Во-вторых**, положительному опыту узнавания «других» мешали снижение жизненного уровня, первые коммерческие неудачи, отсутствие опыта вести такого рода личную деятельность. **В-третьих**, способности и таланты большинству новых собственников было трудно использовать. Сохранялся традиционный фактор близости к власти как к механизму доступа к привилегиям получивший название «приятельского капитализма».

В-четвертых, миграция населения из стран СНГ, переезд из благополучных регионов (Север, Дальний Восток, Чечня), отъезд за границу тех, кто воспользовался доверчивостью обывателя. **В-пятых**, террористические акции способствовали формированию ксенофобских эмоций.

Все факторы способствовали сохранению остатков имперско-советской психологии. В ней оказалась сильна тенденция к консолидации «от противного», перед лицом некоего врага. В первую очередь этой тенденции подвержено малоимущее население. **«Враг» – приобретал выраженный этнический характер.** Его облик конкретизировали террористические акты, выделение в общей массе «лиц кавказской национальности». Облик врага эксплуатировали СМИ различные политические группировки. Первые с целью достижения доходов и повышения своего рейтинга, вторые — с надеждой заполучить голоса на выборах. На государственном уровне проблема воспринималась весьма серьезно.

Для российской культуры и духовной жизни россиян оказалась непривычной формирующаяся структура социальной стратификации.

Во-первых, ломалась привычная структура деления общества на рабочих, крестьян и интеллигенцию. Общество начинало делиться на низшие, средние и высшие классы.

Во-вторых, в основу деления закладывались новые признаки: деление общества по доходам, бытовым условиям, психологии.

В-третьих, новые признаки вошли в противоречие с культурными архетипами и дореволюционной русской, и советской культурой. Русская культура традиционно строилась на идеале справедливости. Советская идеология эксплуатировала идею равенства.

В-четвертых, разрушена система политического манипулирования властью монопольным идеологическим инструментом. Складывался сложный конгломерат новейших, частью вульгарно понятых, идей и теорий. Он усложнял восприятие новых правил и отношений.

В массовом сознании россиян на смену идеологии марксизма-ленинизма шли либеральные теории, на которых базировалось информационное общество. Но *серьезное воздействие оказывали и идеи православных мыслителей.* В них духовно наполненная жизнь противопоставлялась суетной деловитости как сути предпринимательства.

В-пятых, нравственность большинства россиян не примирялась тем, что имущественный критерий на практике достигался не в результате таланта, способностей, но в результате использования нерешенных проблем законодательства, отсутствия четкости новых правил жизни, прямого их нарушения.

Процесс нового структурирования болезненно, но наиболее результативно протекал в среде интеллигенции. Критерием различий стал не привычный уровень образования, а имущественный. Ошибки экономических реформ, новые критерии различия привели к болезненной коллизии в её среде. Возникли процессы, приведшие многих в категорию «новых бедных». Но из этой среды вышли и первые олигархи. Из нее же преимущественно формировался и средний класс.

Сложилась уникальная ситуация: одной из основных проблем постсоветских реформ стал высокий стартовый уровень образованности всего общества и, как следствие, завышенный уровень ожиданий. Он стал психологической помехой в новых условиях жизни. Социологи заговорили о возрождении в России **«культуры бедности»**. Эта **«культура бедности»** являлась частью советской традиции (несколько преодоленной в брежневский период). Политические дискуссии способствовали поляризации психологии российского общества на тех, у кого формировалось отношение к власти как к антинародному правительству, и тех, кто пытался «оседлать» время, понять суть и смысл текущих перемен.

Массовое сознание отказывалось признать законными итоги приватизации. Политические лидеры левого толка твердили, что истинная духовность несовместима с бизнесом. Особенную активность проявляли коммунисты и «почвенники». **Партии либерального спектра не осознавали, что массовое сознание нуждается в реалистическом подтверждении идей либерализма.** В повседневной жизни россиянин нуждался в

конкретном объяснении конкретной связи роста цен на нефть, либерализации валютной системы с его личным интересом. **Либеральные партии и их политтехнологи не умели работать с массовым сознанием: создавать продуктивные технологии жизни: веру в себя, в свое дело, в свою страну.**

В итоге профессиональная интеллигенция оказалась выведенной за рамки интеллектуальных активных и эффективных действий. Частное предпринимательство во всех сферах культурной жизни утверждалось в трудных условиях.

Творческая элита оказалась психологически не готова к интеллектуальной модернизации страны, утрачивала ранее огромный общественный статус. Упускалось из виду, что молодежь, получившая среднее образование и тем более окончившая в постсоветские времена университеты, в том числе зарубежные, начинала жить в иной реальности.

Сложные и противоречивые взаимоотношения бизнеса с обществом начали формировать в сознании молодежи образ предпринимателя не только как человека с живым умом, энергичного, самостоятельного, с твердой волей, но и с творческой жилкой, природной смелостью, умением пойти на риск, и при этом остающегося внутренне свободным. Образы российских предпринимателей из экономических, социологических, культурологических учебных курсов лишь начинают переключиваться в новую литературу, в кинофильмы режиссеров нового поколения.

В 2002-2005 гг. появилась серия кинофильмов: Ф. Янковского («**В движении**»), Р. Прыгунова («**Одиночество крови**»), А. Стриженова и С. Гинзбурга («**Упасть вверх**»), А. Учителя («**Прогулка**»), П. Лунгина («**Олигарх**»). В них поднята проблема цены, которую платит молодое поколение за жизненный успех. Но молодежь внимательнее присматривается не к легализовавшимся бандитам и миллиардерам-нефтяникам, а к карьере отечественного «Билла Гейтса». Им интереснее тип владельца компании по продвижению мобильных средств связи, сетей провайдеров Интернета и т. п. **Кинематограф еще не готов программировать его как победителя, но приближается к реальному жизненному прототипу российского предпринимателя, как столичного, так и провинциального** (А. Попогребский и Б. Хлебников «**Коктебель**»). Литература и искусство болезненно ищут подходы к осознанию сути современного предпринимательства.

Впервые в российской истории не великая русская литература подсказывала образцы должного, а электронные технологии воспроизводили образ сущего, объективировали его.

Серьезную поддержку в освоении новых признаков, связей, функций и отношений, характерных для информационного (сетевое) общества, в особенности молодежью, оказали компьютер, мобильные средства связи и Интернет. В апреле **1994** г. Международная организация InterNIC зарегистрировала домен верхнего уровня RU. Это событие стало официальным признанием России как государства, представленного во Всемирной паутине. В **1997** г. количество пользователей Интернетом составляло всего **108 590** человек. В **2002** г. Интернетом пользовалось **4 млн.** россиян. Появились крупные порталы: Rambler, Yandex, Port.Ru, List.Ru и др. Аудитория каждого портала в месяц составляла сотни тысяч посетителей и приближалась к миллионной.

Появились сайты с актуальной информацией о новых научных технологиях, здоровом образе жизни, о СПИДе и терроризме.

В 2007 г. сайт «Одноклассники» объединил молодых людей, обменивающихся информацией о своих успехах в новой жизни. Современные информационные технологии активно использует и церковь.

Уровень проникновения Интернета к 2004 г. составил 10-15% по России в целом и около 40-50% по Москве. Аудитория Рунета составила 13% населения страны. По данным ФОМ, весной 2005 г. 17,6 млн., в 2007 г. – 35млн россиян пользовались Интернетом.

С 1993 г. отмечен колоссальный рост числа покупаемых компьютеров. К 2000 г. он достиг 5 млн. шт. **К 2000 г. отставание России от Европы в элементарной обеспеченности компьютерами уже стало не критичным.** На руках у пользователей находилось 6,2 млн. персональных компьютеров. **В 2009 г. можно говорить о массовой домашней компьютеризации.** Она служит эффективным инструментом развития и удовлетворения разнообразных социальных и личностных *Потребностей людей и рассматривается как необходимая ступень формирования информационного общества.*

За два-три года россияне освоили пейджер. Но все рекорды побил освоение сотовых телефонов, в первую очередь школьниками и студентами. Россияне живо реагируют на появление новых технологий, видят в опциях «мобильника» эффективные возможности для коммуникации, способ освоения меняющегося мира. В 1993г. «мобильники» были лишь у чиновников высокого уровня. В последующие годы их количество ежегодно удваивалось. По данным газеты «Газета», в августе 2004 г. россияне пользовались 54 млн. мобильных телефонов, в октябре — уже 65 млн. В 2005 г. услугами мобильной связи пользовались 126 млн человек. В 2008 г. Россия вышла на второе место в мире по числу мобильных телефонов, обогнав США, причем в крупных городах многие имели по две и более SIM карты.

В феврале 2001 г. Председатель Правительства подписал распоряжение о разработке федеральной целевой программы «Электронная Россия». Государственная власть стремилась стать столь же конкурентоспособной, что и общественные или рыночные институты

Главная проблема заключалась в человеке, использующем новейшие технологии, и целях их использования. В рассматриваемый период российское общество еще не сформировало объединительной цели, ибо коммунистические и либеральные общественные ориентиры разнонаправлены и чужеродны друг другу по своей сути. Эти ориентиры не стремились, да и не могли найти поле для взаимодействия. Они создали причудливую **мозаичность культурно духовного пространства**. Мозаичность усложнена поисками путем использования национальных культур с собственными архетипами

Современные российские либералы стремились приумножить, идейно-нравственный потенциал, обретенный в годы перестройки. Они опирались, главным образом, на идеи высланных в 1922 г. русских философов, в частности **Н. Бердяева**, о том, что «классовая борьба — первородный грех человеческого общества». Верные теоретически, эти оценки плохо корреспондировались с результатами экономических реформ. **«Шоковая терапия» уже к 1993 г. выявила глубочайшие проблемы в ключевой идее либерализма – личной свободе и умении пользоваться ею.** Как подытожил поэт Е. Евтушенко, «мы не знали, что такое свобода вообще, мы идеализировали свободу. Нам представлялась, например, свобода слова волшебным ключом к процветанию. А оказалось, что это совсем не так».

В советской культуре были загнаны в подполье национальные основы культур всех народностей и русской культуры. В ходе острых дискуссий и поисков национальные культуры интенсивно обрастали идеями разных исторических периодов. Культурно-духовное пространство на российских просторах наполнялось мифами, историями далекого, не всегда реального прошлого.

В 1992-2000 гг. народы России искали пути выхода из шокового состояния, пытались актуализировать прошлое в настоящем. **В культурно-духовном пространстве России на фоне чеченской войны, сепаратистских проявлений в ряде субъектов Федерации (Якутия-Саха, Татарстан) наметился кризис представлений о едином, пусть не всегда счастливым, прошлом, затрудняя поиски объединительной цели.** К 2000 г. интеллектуальный ресурс актуализации прошлого исчерпал себя, изменив и фокус общественного внимания. Осмысляя исторический опыт, обществоведы, политики, философы и историки в 2001-2009 гг. концентрируют внимание в дискуссиях на идеологических основах нового Российского государства. Кампании по изучению «белых пятен» отходили в сферу академических исследований. Внимание общества с прошлых обид (колониального прошлого, репрессированных народов, трагедии коллективизации и т. п.) переключается на реализацию начавшихся в 2005 г. реформ в социальной, образовательной сферах. Национальные программы ставят цель повысить личную ответственность за выбор, сделанный каждым, понимание нового образа российской государственности, уточнение сфер ответственности власти и прав гражданина.

Культурный облик россиян 2000-2009 гг. представляет собой материк, динамично прорастающий как культурными элементами информационного общества, так и элементами традиционных религий и этнических культур народов России.

Культуратехногенной цивилизации несет в себе новые ценности, устанавливает новые общественные отношения. Россияне находятся в сложном процессе поиска рецепта формальных и содержательных критериев вхождения в эту цивилизацию. Это — главная проблема, рецепты для ее решения ищутся в срочном порядке. **Психология россиян начинает приучаться к толерантности, пропускать через фильтры массового сознания эстетику жизненных перемен.**

Духовные и мировоззренческие настроения и самочувствие россиян обрастают опытом взаимодействия ценностных критериев, обслуживающих информационное общество и каждого индивидуума с собственным национальным архетипом. Начинают выстраиваться цепочки сложных взаимоотношений. Духовная элита, как и общество в целом, все чаще начинает пересекаться с полномочиями и поведением управленческих аппаратов, создаваемой законодательной визой. С 2000 г. этот процесс гибко развивается как процесс взаимоотношений элиты с центральными и периферийными центрами власти. Идет процесс взаимодействия, взаимозависимости, взаимного использования.

Россия движется по пути к информационному обществу, вырабатывая собственный его инвариант. Россияне не хотят воссоздания ни плановой экономики, ни государства тайной полиции. Не осталось ранее привычной единой системы предпочтений. В период капитальной реконструкции российское общество переформирует свою культурную систему. Общество начинает воспринимать специфический характер и функцию самой культуры, ее отличие от советской культуры, когда одна идеология определяла общественный и индивидуальный менталитет, одно литературное или художественное направление формировало общественное сознание. **На место регулирующей идеологии и политики партии пришла «информационная власть».** В обществе идет интенсивная интеллектуальная работа. Уточняется отношение к историческим и национальным

ценностям и культурным феноменам. Они и противостоят, и сосуществуют в культурно-духовном пространстве, не теряя функцию духовного богатства, обретая прагматические и коммерческие черты, облик средств коммуникации.

Основные факторы формирования и этапы становления массовой культуры в России

Для современной России тема массовой культуры очень актуальна. Одной из интересных среди множества проблем сегодня представляется проблема возникновения и существования массовой культуры в современном российском обществе.

Необходимость постановки проблемы генезиса российской массовой культуры вызвана противоречивым освещением этого вопроса в науке. Наиболее важными предпосылками, на наш взгляд, являются следующие: социально-экономическая, политическая, воспитательно-образовательная, гносеологическая, нравственно-психологическая.

Итак, какова же социально-экономическая почва для возникновения исследуемого феномена? Предпосылки скрыты в закономерностях производства современного российского общества. «Поточно-конвейерный» характер отечественной культурной индустрии связан с тем, что принцип материального производства распространяется и на область духовной деятельности. Законы рыночной конъюнктуры, совокупность определенных экономических условий и признаков, характеризующих современное состояние нашей экономики, невольно влияют на процесс формирования ценностей личности, социума.

Российские ученые не перестают говорить о влиянии категориальных модусов экономики на духовные ценности нашего общества. Они отмечают, что процесс этот может привести к непредсказуемому результату, к энтропийным явлениям нравственной культуры.

В самом деле, неупорядоченность, неопределенность и нестабильность системы губительно отражается, например, на специфике функционирования товарно-денежных отношений. Товарно-денежные отношения - понятие комплексное, включающее в себя большой круг экономических категорий, которые тесно связаны между собой. Сюда относятся: товарное производство, обращение, распределение и потребление товаров, закон стоимости, денежное обращение, спрос и предложение, цена и ценообразование, товар, стоимость, деньги, прибыль и т.д.

Необходимо констатировать тот факт, что негативные, кризисные и застойные явления в нашей экономике последних лет привели к тому, что количественный рост объемов товарной продукции не всегда сочетается с их качественными изменениями. Так, с начала 70-х годов в хозяйственном развитии страны стали нарастать определенные трудности, снизились темпы экономического роста, экономика продолжала развиваться на экстенсивной основе. Общая экстенсификация производства, связанная с количеством, массовостью, объемностью оказала существенное влияние на выпуск произведений отечественного «массового искусства». Распространение и потребление «произведений» массовой культуры было поставлено на поток промышленного производства - конвейерного, поточного. С девяностых годов «индустрия культуры» стала существовать и распространяться преимущественно коммерческим путем в массовом

масштабе в соответствии с принципами, основанными на экономической прибыли, выгоде.

Таким образом, современная массовая культура имеет ярко выраженный коммерческий характер. Товарность в данном случае выступает ее главным показателем. Но, как любой товар, она должна иметь спрос и удовлетворять его. Для этого массовая культура должна стремиться угодить потребителю, как правило, человеку с малоразвитым этико-эстетическим вкусом и определенным эстетическим кредо: все, что он покупает, должно быть ему приятно, удобно, незатруднительно.

В масс-культуре идет процесс переплавки нравственно-эстетических ценностей в товар, процесс превращения искусства в способ движения потребительских и меновых стоимостей.

В данном случае производители отечественной массовой культуры рассматривают личность под углом зрения экономической полезности и целесообразности. Человек видится в функционально-прагматическом аспекте, приравнивается к вещи, выступает в качестве средства. Моральное определение личности исходит из соображения функциональной ценности, полезности.

На наш взгляд, социально-экономическая содержательная модель «маскульты» будет раскрыта не достаточно полно, если мы не коснемся проблемы дефицитности. Нет сомнения в том, что вопрос о качестве произведений массовой культуры связан с общим отставанием в производстве, с качеством выпускаемой продукции, с явлением дефицитности. Дефицит создает возможность необоснованного повышения цен, возможность безнаказанно изготавливать некачественную продукцию, а также просто гнать брак. Недостаток высокохудожественных произведений приводит к постоянному культурному дефициту, связанному с духовным голодом, с ориентацией ценностных представлений личности на сферу сущего и игнорированием моральной сферы должного.

В современном обществе, вовлеченном в серийный поток духовной коммерциализации, дефицитность высокохудожественной культуры, обеспечивающей внутренне-согласованную систему нравственных качеств личности, наглядна. Возможно, что экономическая уравниловка, низкая в прошлом и настоящем оплата труда работников культуры и привели к возникновению духовного дефицита, связанного с количественным, а не с качественным ростом продукции, появлением низкопробных произведений, культурного брака.

А.С. Пушкин однажды точно сказал: «Не продается вдохновение, но можно рукопись продать». Коммерция сейчас посягает не только на вдохновение, на результаты творческого процесса, но и эксплуатирует замыслы художника. Коммерция душит талант и творчество, инициативу, которая служит целям, ничего общего с искусством не имеющим.

Целесообразно проанализировать и причины социально-экономического измерения, коснувшись вопроса о явлении потребительства. На практике мы наглядно имеем дело с проявлением не только материального, но и духовного потребительства. Духовное потребительство не менее опасно, чем материальное. Ему свойственна мировоззренческая всеядность, отсутствие четких нравственных ориентиров. Не следует закрывать глаза на тот факт, что немало еще «серых» произведений в искусстве, которые ориентированы на низкий уровень массовой аудитории, потребителя массовой культуры. «Маскульт» в угоду ложному принципу доступности, доходчивости не требует от своего потребителя

никакого творческого усилия. Он активно начинает насаждать, формировать в своем читателе, зрителе этику «массового», «стандартного», «престижного» потребителя. Наше общество, вступив на путь рыночной экономики, столкнулось с такими экономическими определениями, как маркетинг, рынок, сбыт, частная собственность, приватизация и т.д. Поэтому важно отметить то, что в нашей отечественной культуре, как классической, так и низовой, массовой, рыночные отношения формируют особый тип человека, берущего на вооружение этику массового потребителя. Она связана с установлением нового смысла жизни части людей, заключающегося в обладании богатством. По мнению Д. Хорна, этика потребителя - экономически неизбежная необходимость. На наш взгляд, эти мысли очень близки нашей концепции отечественного «маскульта». Так, развитие рыночных отношений в России неизбежно формирует у части людей этику потребителя, функционирующую в сфере массовой культуры. Поощряемый системой конформизм воспитывает в человеке страсть к потреблению: товары, продукты культуры властвуют над людьми, создавая для них особое сознание, служащее чем-то вроде эйфории в несчастье. В. Терин, например, придерживается позиции, что вся система престижного потребления, внедренная в исследуемый культурный слой, направлена на то, чтобы в массовое сознание вкладывалось стандартное представление о нормах и ценностях, как о единственно истинных и универсальных.

Анализируя причины социально-экономической зависимости, нельзя не отметить проблему урбанизации. Процесс сосредоточения населения и экономической жизни в крупных городах, явление миграции служит достаточным основанием, стимулирующим расцвет отечественной массовой культуры.

Отличая нравственно-психологические основания «маскульта», порожденные в свою очередь причинами социально-экономического характера, следует иметь в виду и проблему индивидуализма, отчужденности, разобщенности. На первый взгляд, «массовое искусство» - своеобразный трамплин для массового общения. Многие зрители, например, современных эстрадных шоу перестают на какое-то время чувствовать себя одиночками. Но складывается впечатление, что это всего лишь суррогат общения, а не выход из одиночества. Более убедительным, на наш взгляд, выглядит мнение, что произведение «маскульта» нацелено на выработку разобщенности, отчуждения. Действительно, музыкальные шоу в огромных пространствах стадионов похожи на «парад масок», где каждый сам по себе и где ни до кого нет дела.

Следует акцентировать внимание на том, что за последние двадцать лет произошли большие изменения в функционировании отдельных форм массовой культуры. Так, от общей соучастности и радости поклонники «маскульта» приходят к полной разобщенности, стремятся к избирательности и уединению. Организуются выставки «одного художника», театры-студии на 50-80 зрителей.

Необходимо подчеркнуть, что индивидуализм, отчуждение, эгоизация общения имеют свои объективные причины, связанные с этикой протеста, политическим противостоянием (политический аспект рассмотрения). Социальный нигилизм пронизывает российскую рок-культуру. Вероятно, характерная черта современной отечественной рок-культуры, - яркий социальный протест, своеобразный крик «против». Не случайно в философской литературе утвердилась точка зрения, что наша массовая культура отличается особой политизацией. Важно акцентировать внимание на том обстоятельстве, что политический протест непосредственно связан с проблемой нравственного противостояния. Этический протест, выражающий сущность массовой культуры, приводит к полной эмансипации морали. Мы уже отмечали, что нормы морального долженствования становятся абстрактными и происходит удвоение нравственной жизни личности. Характеризуя

причины возникновения массовой культуры в политическом аспекте, отметим, что действительное нравственное содержание системы «человек-государство» имеет непосредственный выход на решение проблемы личности. Корпоративная мораль приводит к формированию особого человеко-ведения. Тоталитаризм рассматривает человека как социальный инструмент, производительную силу, утверждает приоритет общественного статуса бытия. Эти цели и преследовала теория социальной атомизации личности, заключающаяся в разъединении людей, в стирании человеческих «я». Шло своеобразное движение от совокупности разнообразных уникальных «я» - к совокупности тождественных друг другу. Вот почему в философии, культурологии возникает феномен относительного подобия. Этот феномен ориентирует на отрицание личностных, индивидуальных ценностей, поэтому человек видится в качестве «функции ролевой жизни». Категория относительного подобия распространяется не только на человека, но и на культуру, массовую в частности. Мировоззренческая сущность российской массовой культуры заключена, прежде всего, в отрицании главной установки официозного истеблишмента - направленности его на общественный статус бытия. Вместо этого утверждение уникальности, сакральности, феномена обыденности и индивидуальности.

Считаем, что непосредственные причины возникновения и существования массовой культуры в нашем обществе следует искать также в воспитательно-образовательной сфере. Истоки «маскульта» уходят в прошлое, когда были наглядны первые тенденции понижения качества образования, когда был снижен уровень гуманизации, гуманитаризации образовательного процесса нашего общества. Дефицит гуманистических и гуманитарных начал в образовании и воспитании был замечен учеными еще в середине прошлого столетия. Образование начинает утрачивать свой культурный, нравственный, личностный дух. Причин тут много, как объективного, так и субъективного характера.

Общеизвестно, что в прошлые века в российском обществе, прогрессивно настроенном, интеллект являлся неким эталоном воспитанности, образованности и непременно включал нравственное позитивное начало. Вполне закономерно, что носителем культуры, лучших мыслительных, творческих идей и национальных традиций была интеллигенция. Интеллигенция в той содержательной модели, о которой идет речь, явление исключительно российское, так как на Западе это понятие бытует в несколько ином смысловом варианте. Русская интеллигенция с самого своего начала аккумулировала в себе глобальные философские и нравственно-этические проблемы. Таково, собственно, и должно быть назначение современной элиты - мысли, творчества, гуманизма.

Но сложилась очень опасная в прошлом, да и в настоящем, трагическая ситуация в судьбе интеллигенции нашего общества. Так в период революции 1905-1917 годов страну покинуло около двух миллионов человек, среди них - ученые, литературоведы, инженеры, музыканты. В 1922 году произошла большая высылка «несогласных» интеллигентов, продолжалась она и далее. Репрессивные процессы 30-х годов были направлены главным образом против ярких личностей, против творчества, знаний, интеллекта, культуры в целом. Интеллигенция представлялась сталинизму опасной, так как ей была присуща приверженность критического восприятия мировоззренческих, политических, нравственных аспектов жизни. Шло искусственное насаждение в обыденное сознание вражды, «классовой ненависти», «классовой зависти» к интеллигенции. Лишение народа духовной интеллектуальной свободы - такова была цель государственного режима.

Именно по приведенным выше причинам в послереволюционный период очень противоречиво шел поиск моделей социалистической культуры, образования, воспитания, морали. Начался необратимый процесс понижения уровня гуманитарного образования и воспитания, процесс стагнации всех общественных наук. И в результате - приоритет

приобретает не гуманитарное, а технократическое мышление во всех областях знаний. Но прагматическая оценка деятельности, технократические тенденции и настроения лишены нравственных критериев, ориентированности на восприятие жизни другого человека.

Об изъянах технократического мышления писал еще М. Бахтин. Протест ученого против абсолютизации рационального сохраняет свою актуальность и в наши дни. До сих пор имеют огромное значение работы ученого, раскрывающие специфику гуманитарного знания, его отличия от знания, получаемого от точных наук. Исследователь пишет: «Точные науки - это монологическая форма знания: интеллект созерцает вещь и высказывается о ней. Иной характер носит объект гуманитарного познания. Гуманитарная наука - наука о духе, так как мир постигается здесь человеком этико-эстетическим видением и приобретает значение эмоционально-ценностных отношений». К сожалению, послереволюционный процесс строительства «пролетарской культуры» начался с отрицания предшествующего опыта развития гуманитарного знания. Отбрасывались многие прежние культурные традиции, представления. В рамках мировоззренческого разлома система ценностей дворянской культуры уже не представляла собой определенный эталон, норму. Создались все необходимые условия для расцвета морального нигилизма, который изымал гуманистический потенциал из системы образования и воспитания. Некоторые теоретики пролеткульта, опираясь на моральный нигилизм, предлагали совсем исключить из употребления само слово мораль. Делалась ставка на то, что пролетариату со своими целями и задачами моральная система норм не нужна. Другие считали, что необходимо создавать совершенно новую мораль. Теоретик В. Плетнев писал, что диктатура пролетариата ставит своей целью «...путем развертывания классовой борьбы против буржуазной культуры уничтожить ее и на этой основе «воздвигать пролетарскую». Н. Бухарин и Е. Преображенский пересматривают всю систему образования, воспитания, подготовки кадров. Чтобы претворить в жизнь теоретическую концепцию уничтожения буржуазной культуры, по их мнению, нужно было безжалостно изгнать прежнюю часть педагогического персонала, поскольку она служила делу буржуазного просвещения и обмана. Вот тогда и началась печальная и многолетняя практика истребления лучших представителей системы образования и воспитания, именно тогда культура начала утрачивать свой нравственный, личностный дух. Процесс вырождения моральных принципов, формирование приспособленчества среди самих педагогических кадров и их воспитанников приобретает необратимый и далеко идущий характер. Эпоха морального нигилизма порождает чиновников, бюрократов, «шариковых», жестоко расправлявшихся с «шатаниями» и «уклонами» в интеллигентской среде.

Беря на себя миссию построения новой советской культуры, чиновники с пролеткультовским мировоззрением сделали отбор в классическом наследии соответственно со своими культурно-социологическим представлениям, что привело к понижению роли филологического знания, понижению гуманистического потенциала образования.

Таким образом, в результате претворения в жизнь теоретической концепции уничтожения буржуазной культуры, в результате целенаправленной реализации принципа классовости морали изымался из гуманистического наследия прошлого нравственный фундамент, духовная первооснова личности.

Процесс, связанный с понижением роли гуманитарного знания имел последствия. Например, современные педагоги застали уже формализованную школу, из которой был практически полностью изъят нравственно - эстетический фундамент.

Следовательно, духовные истоки распространения отечественной массовой культуры следует искать в кризисном положении собственно-духовной сферы нашего общества, в снижении общего уровня гуманизации и гуманитаризации образовательного процесса.

Рассматривая проблему массовой культуры в гносеологическом ракурсе, необходимо остановиться на механизме его возникновения и функционирования.

Говоря о гносеологических корнях массовой культуры, надо отметить, что, по характеру философской интерпретации человеческой сущности и деятельности, многие разновидности западной философии можно рассматривать в плане двух ведущих методологических тенденций: сциентистской и антисциентистской. Известно, что сциентистский подход ориентируется на точные науки, интеллект, а антисциентистский стремится к мифологизации результатов гуманитарных наук. Антисциентистский методологический подход доминирующим моментом признает именно иррациональное. Противоречия между указанными двумя взглядами на процесс познания (сциентизмом и антисциентизмом) являются сущностной философской базой, мировоззренческим источником массовой культуры. В условиях кризиса мировоззрения (как нами было отмечено ранее), эмоциональный аспект доминирует над рациональным, то есть ведущей становится антисциентистская тенденция. Вот поэтому эмоционально - иррациональный порыв на почве, например, российской массовой культуры возникает как результат духовного протеста против рациональных, идеологизированных форм официоза. Максимальная эксплуатация эмоционально - чувственной сферы в массовой культуре воспринимается как особое нравственное противостояние регламентируемой интеллектуально-смысловой установке. Бурно протекающие эмоциональные всплески современных поклонников, скажем, рок-культуры - не что иное, как общий протест против мировоззрения сциентизма. Еще в 1972 году американский журнал «Тайм» констатировал: «Разум» и «логика» превратились теперь в ругательные слова, в отмершие понятия, на смену им пришли слова «эмоции» и «импульсы». Сознание, рациональное начало считаются понятиями поверхностными, а противоположное им иррациональное начало стало вызывать живейший интерес, почитаться глубоким и естественным «...Вакхический культ безумия грозит заполнить все виды искусства».

Истоки иррационалистического мышления ведут, например, к А. Шопенгауэру, Ф. Ницше, З. Фрейдю. Они осуществляют попытку проникнуть в духовный мир личности иным, нерациональным путем. Научному мышлению противопоставляется отражение внутреннего психического состояния личности, субъективное переживание.

В науке существует точка зрения, что феномен маскульты делает ставку на аутистическое мышление. Мы считаем, что теория «аутистического мышления» имеет непосредственный практический выход на сферу существования отечественной молодежной рок-культуры, где психологический механизм явления функционирует особенно наглядно с учетом специфики иррационального сознания. Цель современной массовой культуры видится в бесконтрольном удовлетворении желания и воображения, грезах, мечтах. Все это должно приводить к аффекту, экстазу, интенсивному чувству счастья. Вот почему серийная продукция отечественной массовой культуры, ориентированная на подсознание, пропагандирует культ достижения личного счастья любой ценой и предполагает обязательность «счастливого конца», развлекательность, забавность, ирреальность бытия. Так, галлюцинарно-бредовые переживания, например, в современных фильмах ужасов доводятся часто до такой степени, что совершенно стирается грань между реальностью и вымыслом. Отсюда - откровенный садизм, жесткость в реальности, выход к социально закрытым, запретным нормам поведения. Уход от реальности выражается в грезах, замкнутости на внутренний мир. Симптом

аутизма ярко проявляется при просмотре эротических фильмов, фильмов о красивой жизни и розовом рае. Иллюзорная компенсация с помощью художественного отображения автоматически уничтожает неприятные симптомы реальной жизни. Отечественное массовое искусство предлагает потребителю богатый ассортимент типичных ювелирно-отточенных фантазий всевозможных расцветок, покроя и выделки. Но значительно важнее будет то, что ставя человека в положение зрителя, массовая культура помогает ему изжить свои комплексы, реализовать свои запретные «тайные» устремления и потребности, базирующиеся на специфике иррационального сознания.

Среди причин, истоков, оснований генезиса массовой культуры нравственно-психологического и коммуникативного характера нами выделяется процесс отхода от народной культуры. Мы уже отмечали, что народная культура существует в виде традиционных, духовных норм. Одна из важнейших частей народной культуры - нравственные принципы межличностного общения. Как известно, общение играло особую роль в жизни сельской и городской общины, нравственно-бескорыстное отношение человека к человеку вскрывало всю полифонию глубочайших человеческих смыслов, которые хранит народная культура.

Опыт «социалистического строительства» в нашем обществе привел к тому, что появились особые принципы общения, часто отличные от основополагающих постулатов народной нравственности. Среди признаков общения, которые «породил» социализм можно назвать:

- а) поверхностное общение, ориентированное на отсутствие субъект - субъектной диалогичности. Поверхностное общение, отрицающее ценностный статус личности, практически исключает духовный потенциал. Идет воздействие субъектов на внешнем уровне, не затрагивая «внутреннего я», имманентной сущности человека;
- б) временное общение, предполагающее тесный дружеский контакт индивидов на короткий промежуток времени (вахтовый способ общения);
- в) утилитарно-ролевое общение. Оно основано на целерациональной выгоде.

Безусловно, следует сказать, что опыт социализма сформировал и положительные тенденции в общении людей. Так, национальные стереотипы массового сознания ориентировали на особые принципы межличностного общения - общность, коллективизм, дружбу между народами, якобы общегосударственную корпоративность. Государственно-корпоративная мораль явно эксплуатировала нравственные чувства людей, тешила их ложью и обманом, мечтой о светлом будущем человечества. В том и отличие межличностного общения при социализме от принципов взаимодействия субъектов в народной культуре, что признаки эти носят релятивистский, условно-ложный характер. Немаловажное значение для решения проблемы деформации основополагающих принципов общения имеет факт развития массовой продукции и массовых мероприятий по реализации замысла культурной революции послеоктябрьского периода (например, «политические карнавалы» 20-30-х годов).

Отражение диалектики развития российской массовой культуры будет неполным, если мы не коснемся анализа основных этапов ее эволюционного становления. История «маскульта» в России складывалась из определенных качественных сдвигов и эволюционных периодов. Представляет несомненный интерес и гипотетическое предположение о времени возникновения феномена в нашем обществе.

Во-первых, ряд ученых склонен считать, что массовая культура - феномен XX века, сформировавшийся примерно со второй половины столетия с развитием средств массовой коммуникации и информации. Мы согласны, что массовая культура в ее современном состоянии сформировалась приблизительно в шестидесятых годах XX века, но считаем, что знание ее предыстории очень важно для глубинного постижения феномена. Именно поэтому мы и обращаемся к наиболее характерным моментам исторической эволюции российской массовой культуры.

Остановившись на ярких, узловых вехах ее генезиса в контексте, мы видим, что это - огромное разнообразие культурных явлений, архетипов, совокупность норм, ценностей. Все этапы генезиса массовой культуры следует воспринимать как воплощенную стихию массового сознания, как многоликий спектр человеческих чувств и эмоций. Именно об этом и пишет А. Ковельман, касаясь вопроса о частично подобном феномене - о массовом сознании Римского Египта. Отмечая особенности нравов русского народа, его моральные убеждения, идеалы, ценностные ориентиры в 1908 году, В. Сиповский писал по поводу массовой продукции в литературе: «Русскими бульварными романами интересовались и молодые офицеры, и рядовые из дворян, и чиновники, и купцы, и посадские, и крестьяне. Письменность эта любопытна для истории русских нравов и образования - многим читателям романа она давала идеалы жизни, предсказывала поведение и настроение». К поставленной здесь проблеме прямое отношение имеет и статья, опубликованная еще раньше, в 1873 году в журнале «Отечественные записки» - «Нечто о литературной промышленности нашего века».

Выделяя наиболее характерные моменты исторической эволюции отечественной массовой культуры, мы обратили внимание на то обстоятельство, что идея поляризации культуры лежит в основе становления и развития массовой культуры.

До настоящего времени в философской науке не утихают споры по поводу того, когда возникла массовая культура. В социологии, например, сформировалась особая точка зрения, согласно которой начальную стадию возникновения «маскульта» связывают с проблемой индустриализации и технизации. Первый шаг в этом направлении был сделан с появлением газет и журналов только в XVII веке. В середине XIX века Эдисон изобрел фонограф, в 1840 году был создан телеграф. 7 мая 1895 года русский изобретатель А. Попов продемонстрировал созданный им первый в мире радиоприемник; а в 1896 году в России впервые состоялся кинематографический сеанс в Москве, затем в Петербурге. В 30-х годах XX века были начаты первые телевизионные передачи. Распространение радиоточек, телевидения в конце 50-х - начале 60-х годов приобретает тотальный характер. Средства массовой информации становятся мощным орудием в тиражировании и распространении массовой культуры.

Мы предполагаем, что эмпирический материал для современной массовой культуры появился в России задолго до XX столетия.

Выделим наиболее характерные этапы исторической эволюции массовой культуры. Предполагаем, что они следующие: 1) лубочная литература XVII- XIX веков, вышедшая на промышленный поток, 2) музыкальная продукция XIX века, основанная на вульгаризации эстетики романтизма, 3) сатирическая графика XIX века, 4) русский кинематограф конца XIX - начала XX века, 5) расцвет массовой песни в послеоктябрьский период, 6) массовые театрализованные политические шествия 20-30-х годов, 7) доминирование официальной массовой культуры, связанной с утверждением постулатов соцреализма и культа личности (40-50 годы), 8) контркультурная молодежная волна 60-х

годов, 9) становление современного феномена массовой культуры - вот далеко не полный перечень основных этапов исторической эволюции.

Подтверждением аргументации в пользу указанных нами исторических вех предыстории современной массовой культуры служит уже названная статья из «Отечественных записок 1873 года». Неизвестный автор пишет: «В XVII и XVIII веках, в эпоху аристократической роскоши и неги, промышленная литература надела модный парик и начала втираться в придворные передние, где сгибалась в три погибели. После революции 1789 года Европейские нравы совершенно изменились. Промышленная литература, вставшая за прилавок, приняла все нравы купеческой среды, нравы нашего века. Она пустилась в торговлю. Создала своего рода литературно-промышленный ажиотаж». О том, что исторически первым прототипом современной массовой литературы является, лубочная литература, заявляет С. Ожегов: «Низовая», «рыночная» - слова, пожалуй, более подходящие для русских нравов, ибо издавна подобной литературой торговали на рынках - Толкучем, Никольском. Синоним «рыночной» литературы в русской традиции «лубочная». Н. Зоркая, делая экскурс в историю российской лубочной литературы XVII-XIX веков, на основании серьезной аргументации осуществляет анализ в аспекте описания нравственного вкуса, нравов, духовно-ценностного потенциала российского читателя.

В России в 1830-40-х годах становлению массовой литературы как определенного пласта российской массовой культуры содействовали В. Бенедиктов, Н. Кукольник, низводившие романтическую поэзию до уровня дворянско-мещанской публики средней руки. Ф. Булгарин, А. Орлов и О. Сеньковский приспособляли к тем же запросам прозу и критику. В конце XIX - начале XX века издание «массовой литературы» например, прозы. Чарской и «пинкертоновщины» было налажено на уровне мировых стандартов в России.

Отдельные ученые связывают появление массовой культуры с традиционными античными зрелищами, с понижением уровня нравственности молодого поколения. В России зрелищные тенденции тоже имели место. Достаточно вспомнить знаменитые кулачные бои, балаганную, ярмарочную культуру. В плане подтверждения верности нашей аргументации в адрес основных этапов эволюции привлекает внимание и то обстоятельство, что первые историки русского кино - Н. Иезуитов, К. Чуковский - утверждали мысль, что кинематограф особый машинный лубок, рассчитанный на низменные вкусы и инстинкты. К. Чуковский - сопоставлял российский кинематограф рубежа эпох с аналогичными жанрами бульварного чтива. Кроме того, в 20-х годах в России были даже сформулированы основные постулаты массовой культуры, базирующиеся на пролеткультовском нигилизме. Например, российская ассоциация Пролетарских Музыкантов, созданная по инициативе коммунистов, прямо выражала протест против буржуазной культуры прошлого. Классический музыкальный пласт объявлялся идейно чуждым пролетариату. Основным звеном в формировании новой музыкальной социалистической культуры РАМП считал, например, развитие жанра массовой песни. Приоритет массовой песенной стихии в массовой культуре этих лет связывался с основополагающими принципами пролетарской культуры - доступностью, доходчивостью, наглядностью. На наш взгляд, подлинная история современной российской массовой культуры начинается с 60-х годов XX столетия. Именно в этот период впервые была отмечена тенденция формирования субкультур, разрушения монолитной структуры искусства соцреализма, опровержения идеи тотализирующей унификации культуры. Шестидесятые годы - особый этап в развитии отечественного «маскульта», потому что в это время резко усиливается интерес к человеческой субъективности - глобальной категории этического знания. Авторские песни Б. Окуджавы, В. Высоцкого, А. Галича, Ю. Визбора активно выражали этическое

противостояние постулатам государственно-корпоративной морали. Вспомним, что первые рок-группы появились в Ленинграде в середине 60-х годов, а в конце десятилетия уже проводились и рок-фестивали. То есть параллельно с авторскими песнями на гребне контркультурной волны формировалась и рок-культура - частный сегмент российской массовой культуры.

На фоне государственно-корпоративных императивов современная российская массовая культура оказалась на уровне четко выраженной маргинальности: она оторвалась от традиционных (общепринятых) корней и не может найти достойный ценностный ориентир в настоящем. В контексте сегодняшнего дня совершенно очевиден процесс духовной десакрализации императивов и ценностей традиционной культуры, народной в частности. Личность утрачивает веру в правильность и незыблемость постулатов народных традиций, ценностей. Осуществляется ее отчуждение от истоков своих нравственных про начал, почти совсем прерывается связь с культурой.

В России долгие годы доминировала официозная культура со своей градацией императивов и ценностей. Видимо, на Западе такого засилья официоза не было (кроме, конечно стран с диктатурой). Потому современная отечественная массовая культура отличается особой политизацией, стихией духовного противостояния постулатам тоталитарной системы.

Рассмотрение проблемы ценностной ориентации российской массовой культуры не представляется возможной без характеристики идеалов и принципов - той области общественного сознания, которая имеет непосредственное отношение к отечественной массовой культуре. Подчеркнем, что на фоне существования российского «маскульта» идет не только процесс трансформации традиционной системы культурных ценностей, но и процесс обесценивания идеалов.

Каковы же идеалы, которые в настоящее время функционируют в нашей массовой культуре? Вслед за Ю. Согомоновым, исследующим проблемы морального отчуждения, мы склонны считать, что в российском «маскульте» существуют идеалы отчужденного сознания.

В области нравственности отчуждение основывается на том, что содержание вменяемых людям требований противоречит их практическим жизненным потребностям и интересам и отражается сознанием в антитезах «должное сущее», «добро-польза», «долг-склонность», «добродетель-счастье» и т.д.

Мы считаем, что всю систему ценностей современного отечественного «маскульта», всю ее объемную парадигму можно теоретически построить вокруг этической категории «счастье». Трактовка этой ценности в современной массовой культуре весьма своеобразна. Жесткий императив нужды прошлого и настоящего, нехватка духовных и материальных благ, тенденция самовыражения и акцентировка на индивидуализации личности, быта, жизни приводят к культу гедонистического умонастроения. Гедонистическое сознание становится лейтмотивом и целью жизни молодого человека. Идеал этического гедонизма ориентирует на жажду счастья, нередко иллюзорного, духовно-чувственного, на желание приятного. Думается, что в гносеологическом плане принцип наслаждения помогал выявить реальную зависимость между потребностями, интересами людей и их социальными целями, моральными установками.

После социально-политических преобразований 1990-х гг. в России тип ее общественного устройства подвергся значительной трансформации. Сложные процессы в экономике,

политике, культуре отражаются в нестабильности общественного устройства, где общество существует как модель переходного типа. Новые социальные отношения и обусловленная ими напряженность в обществе настоятельно требуют психологической компенсации и символического обеспечения. Основным назначением массовой культуры в современной России становится сглаживание, нивелирование противоречий, напряжений и конфликтов между социальными стратами, маскировке различий между их системами ценностей и этосом.

Основная задача современной массовой культуры, как всегда обслуживающей элиту - политическую, а сегодня и экономическую, - поставлять аудитории определенные стандарты поведения, духовных запросов, доказывать правомерность идентификации на примерах «из жизни», формировать имиджи и стереотипы сознания, а также реабилитировать экономическое превосходство определенного социального слоя внедрением мифов о равных возможностях всех перед всеми. Гомогенизации, пусть и внешней, современного общества способствует унификация всего образа жизни, где универсализация товаров массового спроса, системы питания и отдыха, образования, информации, художественной продукции создает иллюзию и социального равенства. Потребление становится, таким образом, наряду с продукцией массовой культуры средством иллюзорного достижения стремлений и идеалов, выполняет эскапистскую функцию, служит средством психологической защиты индивида в условиях социального дисбаланса.

Массовая культура представляет дезориентированному человеку набор стереотипов поведения, имиджей, через которые он может идентифицироваться с тем слоем, к которому он принадлежит или стремится принадлежать. С этим связана популярность в массовых изданиях рубрик, посвященных моде, образу жизни знаменитостей, актуальным тенденциям на рынке жилья и автомобилей, событиям художественной жизни. И особую роль здесь играет реклама, представляющая товары и услуги в качестве стандарта потребления. Можно отметить, что пока реклама в российском обществе функционирует в определенном идеальном пространстве, часто очень далеком от жизненных реалий, именно этим объясняется отторжение рекламы преобладающим большинством россиян. Призванная идеализировать подлинную реальность и придавать статус престижности общедоступным предметам, реклама в большой своей составляющей показывает образцы, рассчитанные не на массового потребителя, а на узкую элитарную прослойку. Рассчитанная на психологическую гармонизацию, реклама сегодня в эмпирической реальности выступает как фактор социальной напряженности.

В современном российском обществе массовая культура отражает ценностные установки формирующегося «среднего» класса, для нее характерно то, что еще в 1970-е гг. применительно к западному обществу Ф. Слейтером было охарактеризовано как рождение «нового сознания», исходящего из экономики изобилия, сменяющего старое, базирующееся на экономике скудости. Внутреннюю логику прежней культурной парадигмы с ее высокой оценкой сдержанности и способности откладывать удовлетворение потребностей сменяет иная, где обилие потребностей и стремление их удовлетворения рассматриваются в качестве неперенных атрибутов современного человека.

В постсоветском российском обществе происходят сложные эволюционные процессы, которые невозможно оценить однозначно. Правильнее всего охарактеризовать его как общество переходного типа. С одной стороны, в массовом сознании продолжают действовать стереотипы, укоренившиеся за годы советской власти, а с другой - активно внедряются образцы потребительской, рыночной культуры, импортируемой с Запада.

Наконец, у столичной и провинциальной элиты, особенно среди молодежи, становятся все более популярными ценности постиндустриальной цивилизации. Как показали исследования Ж. Лиотара, Ж. Делеза, Э. Тоффлера и других теоретиков постмодернизма, постиндустриализм не отменяет основных сущностных признаков массового общества, но он изменяет форму, в которой массовое общество существует сегодня: «Управляемая масса» сменяется «контролируемой массой».

На основе проведенного анализа были сделаны следующие выводы:

- Анализ взглядов философов и культурологов на формирование и природу массовой культуры позволяет выделить следующие положения.

- Рассматривая проблему через призму методологии гуманитарного познания, используя аксиологически значимый категориальный аппарат, важно отметить, что массовая культура характеризуется следующими чертами: массовость, гедонизм, потребительство, коммерциализация, доминирование эмоционального аспекта над рациональным.

Определений массовой культуры достаточно много. Их можно обобщить в две основные группы:

- произведения искусства, ставшие доступными массовой аудитории при помощи тенденций массовизации (серийное производство, репродуцирование);

- комплекс духовных ценностей, которые соответствуют вкусу и уровню развития массовых потребителей.

Исходя из проделанного анализа, массовую культуру следует рассматривать как сложное многофункциональное социокультурное явление, специфический способ освоения действительности и адаптации к ней личности, проявляющийся в условиях постиндустриального общества, производства и распространения культурных ценностей. Отличительными особенностями массовой культуры являются: ориентация на вкусы и потребности «среднего человека», исключительно высокая гибкость, способность трансформировать артефакты, созданные в рамках других культур и превращать их в предметы массового потребления; коммерческий характер; использование клише при создании ее артефактов, а также связь со средствами массовой коммуникации как главным каналом распространения и потребления ценностей массовой культуры. Основными функциями массовой культуры являются: адаптационная, коммуникативная, рекреационная, идеологическая, коммерческая, потребительская, информационно-гносеологическая, ценностно - ориентационная.

Явление российской массовой культуры - сложное, противоречивое, трудно поддающееся аналитическому осмыслению в контексте традиционного научного познания. Подлинная история российской современной массовой культуры начинается примерно с 20-30-х годов XX века, в связи с зарождением субкультурных тенденций в искусстве, социальными и политическими преобразованиями в России, а ее расцвет приходится на 70-80-е гг. XX века.

Основными факторами формирования массовой культуры в России являются: социально-экономическая, политическая, воспитательная, гносеологическая, нравственно-психологическая. Анализ причин позволил сделать вывод, что глобальная причина расцвета отечественной массовой культуры кроется в политико-идеологических и политико-психологических основаниях.

Современные глобальные процессы изменяют соотношение между традиционной и массовой культурами. Сущность глобализации сводится к тому, что в нее включены все этносы, страны и культуры без исключения. Феномен массовой культуры напрямую зависит от интенсивного развития средств массовой коммуникации. Постепенно усложняющаяся структура окружающего мира приводит ко все большей зависимости человека от массовой коммуникации, которая создает с помощью специфических средств «виртуальную реальность». Наряду с уже существующими СМК: прессой, кино, радио, развитие информационных технологий вызывает к жизни новые средства массовой коммуникации: телевидения и глобальная информационная сеть Интернет. Сущность телевидения как феномена массовой культуры заключается в следующем: по своей структуре телевидение фрагментарно, его специфике трансляции информации - интертекстуально, по своей природе - симулякр, а степень удовлетворения им запросов населения обуславливает его плюрализм.

Появление нового социокультурного феномена - глобальной сети Интернет оказало глубокое влияние на человека и социокультурную динамику развития современного общества. Интернет, с одной стороны, представляется как самостоятельный феномен современной культуры, который как проекция отражает практически все направления массовой культуры; с другой - влияет на ее развитие и содержание. Вследствие этого формируется глобальное электронное сообщество, действующее по специфическим законам и правилам.

**«Когда мне удаётся накормить бедных, меня называют святым.
Когда я спрашиваю, почему бедные люди голодают, меня называют коммунистом».**

Элдер Пессоа Камара, бразильский епископ