

Чебанюк Т. А.

24.00.01

Ms. T. A. Chebanyuk

СОВРЕМЕННАЯ КУЛЬТУРА: СТРУКТУРНО-СИСТЕМНЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ MODERN CULTURE: STRUCTURAL AND SYSTEMIC PROPERTIES



Чебанюк Татьяна Алексеевна — доктор культурологии, профессор, заведующий кафедрой культурологии Комсомольского-на-Амуре государственного технического университета. E-mail: chebanuk_t@mail.ru.

Ms. Tatiana A. Chebanyuk — Doctor in Cultural Studies, Professor, Head of the Department for Cultural Studies of the Komsomolsk-on-Amur State Technical University (Komsomolsk-on-Amur), e-mail: chebanuk_t@mail.ru.

Аннотация: В статье рассматриваются системно-структурные характеристики современной культуры, выявляются условия и предпосылки доминирования массовой культуры в современной культуре, классифицируются ее системные признаки, определяются условия и признаки кризисного состояния культуры России.

Summary: Structural and system characteristics of the modern culture are examined; conditions and prerequisites for domination of mass culture in the modern culture are revealed, its system features are categorized, conditions and features of a crisis of culture in Russia are identified.

Ключевые слова: базовая культура, человек-масса, массовая культура, общество потребления, развлекательность, неаутентичность, конформизм, утрата духовности, нерелексивность человека по отношению к миру и самому себе, кризис культуры.

Keywords: basic culture, man-mass, mass culture, consumer society, entertainment, non-authenticity, conformism, loss of spirituality, non-reflectiveness of a person with reference to world and to himself, crisis of culture.

Культура — сверхсложная система, обладающая структурной упорядоченностью своих элементов (подсистем), уровней, находящихся в определенном взаимодействии, что позволяет ей сохранять свою целостность. Целостность национальной культуры

обеспечивает ее духовно-ценностное ядро.

Специфику национальной культуры определяет сложившаяся в ней картина мира — модель, репрезентирующая в своем системном целом мировоззренческие ценностные, нравственные, пространственно-временные и другие представления людей. Картина мира систематизирует, иерархизирует и семантизирует систему представлений (категорий), свойственных разным культурам. Другими словами, картина мира — это мир смыслов, определяющих специфику культуры как сверхсложной системы, и мир смыслов каждой национальной культуры, обладающей вариативным семантическим их наполнением.

Картины мира определяют:

- отношение к добру, абсолюту, Богу и др.;
- представления о мироздании;
- представления о времени и пространстве;
- система ценностных отношений;
- идеи добра, красоты, зла и др.;

Структурными элементами национальной культуры как сверхсложной системы являются базовая культура (ее часто классифицируют как высокую, элитарную: иной термин, более адекватно обозначающий, терминологизирующий ядро национальной культуры, еще не сложился), массовая культура, субкультуры, маргинальная культура, контркультура, народная культура, то есть культура, созданная и сохраняемая в народных массах и представленная в таких формах, как фольклор, обряды, обычаи, анекдоты и другие. Что позволяет культуре при всей ее структурной сложности сохранять свою целостность, не распадаться на отдельные сегменты? Ее структурообразующее начало — ядро, заключающее в себе духовные ценности национальной культуры — базовая культура. По сути дела, термин «базовая культура» заменяет существовавшее в науках о культуре (история, социология, философия и др.) понятие «господствующая культура», носившее явно оценочный характер.

Анализ современного состояния культуры России привел многих исследователей (В. С. Березин, И. В. Гибелев, О. Дарк, Е. В. Дуков, А. В. Костина, Э. А. Орлова, К. Э. Разлогов, В. Е. Семенов, А. Я. Флиер, Е. Н. Шапинская и др.) [1; 3; 4; 5; 11; 12; 13; 14; 15; 19; 21] к выводу о том, что ее доминирующим структурным элементом становится массовая культура. Проблемам массовой культуры посвящены отдельные номера журнала «Новое литературное обозрение» (1997), монографии и сборники научных статей [7; 9; 10]. Потребителем массовой культуры является массовое общество с доминантой в нем усредненного человека, человека-массы или, по выражению Г. Маркузе, «одномерного человека». Его активное становление началось на Западе еще в 1960-е годы одновременно с формированием нового типа общества — массового. Об условиях и причинах, процессах его формирования писали Х. Ортега-и-Гассет, Э. Тоффлер, Ф. Фукуяма и др. Синонимическими понятиями массовой культуры являются «культура большинства», «культура массы». Массовое общество, по мнению Х. Ортега-и-Гассета, есть объединение масс, состоящих из индивидов, не обладающих какими-то определенными, выделяющимися их признаками. Массу составляют так называемые средние люди со средними или усредненными желаниями и запросами.

Вполне закономерно, что технологии постиндустриального общества расширяют игровое пространство современного человека, его гедонистическую

сферу существования. На смену «принципу производительности», как полагает Г. Маркузе, пришел «принцип удовольствия» [8, 254].

Значимую роль в процессе становления массовой культуры сыграла урбанизация государств и обществ, омасовление форм повседневной жизни, утрата внутренней религиозности и др. А. Я. Флиер полагает, что в процессе активного, стремительного распространения массовой культуры значимую роль сыграли изменения в процессах и механизмах социализации человека, средств его персональной трансляции знаний, норм и образцов поведения: «Возникает необходимость в большей универсализации содержания транслируемого опыта, ценностных ориентаций, образцов сознания и поведения; в формировании общенациональных норм и стандартов социальной и культурной адекватности человека; в инициировании его интереса и спроса на стандартизованные формы социальных благ; в повышении эффективности работы механизмов социальной регуляции за счет универсального воздействия на мотивацию человеческого поведения, социальные притязания, образы престижности и т. п. Это, в свою очередь, вызвало необходимость создания канала трансляции знаний, понятий, социокультурных норм и иной социально значимой информации широким массам населения, охватывающим всю нацию, а не только ее отдельные образованные сословия» [13, 142].

Не менее значимую роль в доминировании массовой культуры сыграл процесс формирования современного общества потребления, о котором писал еще Ж. Бодрийяр в работе «Общество потребления. Его мифы и структуры». Он говорил о постсовременности — времени, в котором «закончилась не только история, ... но сама реальность, уступив место симулятивной «гиперреальности» моделей, кодов и симулякров — неподлинностей, замен [2]. О процессе массовизации, характеризующем современный мир, современную культуру, пишут А. П. Марков, Н. Г. Багдасарьян, Г. В. Драч и другие исследователи, отмечая, что повсеместно происходит утрата идеалов и смысла человеческой жизни, ценности служения, творческого труда. Психология потребительства и выгоды активно агрессивно утверждают себя в обществе. Потребление становится основной технологией существования человека, основным способом конструирования своего «Я». Закономерно, что состояние большинства людей современного общества определяет аномия, обусловленная разложением системы ценностей, нравственных ориентиров.

При этом потребление не является в чистом виде удовлетворением потребностей человека, оно «становится модусом отношения человека» не только к вещам, но и к коллективу, ко всему миру. По большому счету, как отмечает Т. Чередниченко, «потребляются не вещи, но престиж, их символы и знаки» [20: 128]. Над реальными базовыми потребностями надстраиваются виртуальные, символические. Кроме того, современное общество отличается соревновательностью в количестве и разнообразии потребления.

На основе многих работ исследователей, собственных наблюдений автора можно выделить основные характеристики человека-потребителя, человека-массы:

- фрагментарный, стандартизированный, не отличающийся культурной целостностью;
- неререфлексивный, внушаемый;
- человек, отличающийся потребительской психологией, сознанием;
- человек — машиноравный, ориентированный на потребительские стандарты, формы, не отличаю-

щийся индивидуальностью;

- человек комфорта и компромисса, покоя, боящийся конфликтов, выделения себя из массы;
- человек мифологизированного сознания, мыслящий универсальными формами;
- человек, воспроизводящий ценности власти, постулаты господствующей идеологии, а поэтому социально и политически пассивный;
- управляемый, манипулируемый;
- урбанизированный, строящий удобный, комфортный для него образ жизни;
- подверженный массовым развлечениям;
- безличностный человек — «человек как все»;
- человек, утрачивающий национальное сознание, становящийся «гражданином мира» ради удобства, комфорта жизни, приверженности к простоте отношения к миру и людям.

В. П. Большаков отмечает следующее: при условии, если «человечности (ибо духовность есть основополагающая характеристика именно человека, человечности как его доминирующего, определяющего все остальное в его существовании свойства — Т. Ч.) нет, то нет и культуры, но возможна форма, подобная культурной (с другим содержанием, имитация культуры, то, что называют псевдокультурой. ... В форме же культуры должна быть выражена какая-то из граней оочеловеченности, облагороженности бытия» [17: 92]. Основной формой «подобия культуры» в настоящее время является массовая культура.

Основоопределяющие начала базовой и массовой культур, обуславливающие свойства, систему признаков каждой из них, можно представить следующим образом:

базовая культура	массовая культура:
творцы	производители
ценности	антиценности
национальная основа	глобальные интересы
разум, душа	эмоции, низменные интересы
маскулинная	феминная

Активизация массовой культуры происходит в переломные, переходные периоды, периоды социально-психологического напряжения. Главной ее функцией становится реализация потребностей человека снять социальное напряжение, напряжение личностного выбора.

Можно выделить предпосылки формирования культуры, ориентированной на массовое общество, массового потребителя:

- развитие и совершенствование средств массовых коммуникаций;
- совершенствование технологий издательской, репродуктивной, записывающей и компьютерной деятельности;
- рост массового потребления материальных благ в связи с ростом материального благосостояния;
- формирование систем потребительского сбыта: компьютерной, экранной, потребительской, тиражирования, репродуцирования и др.

Главной стратегической установкой массовой культуры по отношению к человеку является формирование конформизма, позволяющего им, человеком-массой, манипулировать. Наиболее активно процессы массовизации осуществляются в России в связи с резкими изменениями в политической, экономической и социальной жизни общества.

Если попытаться выстроить систему основных признаков массовой культуры, обусловленных процессами дегуманизации, ценностных переориентаций,

вестернизации русской культуры, то это будет выглядеть так:

- отражает глобальные тенденции в мире;
- не ориентирована на национальные идеи, идеалы, образы;
- интернациональна в стремлении развлекать, смешить;
- не дает образцов духовности, религиозности, интеллектуальности;
- внедряет массовые нормы, стандарты, образцы; то есть производит стандартизированные ситуации;
- воздействует на коллективную психику;
- является в своем большинстве «телесной культурой» — культурой низменных потребностей, доминирующих над духовной потребностями общепринятыми в обществе ценностями;
- ориентирована на эмоции, инстинкты (особенно половые);
- отвлекает от проблем, размышлений; рефлексии, напротив, демонстрирует натиск, успешность, отсутствие сомнения;
- ориентирована преимущественно на действие, приключение, игру, подстегивает азарт борьбы;
- реализует потребность человека снять напряжение, избежать проблем и личного выбора;
- развлекает всеми доступными и недоступными способами;
- внушает чувство стадности (шоу, различного рода развлекательные программы); неиндивидуальна;
- не апеллирует к разуму, рефлексии;
- не возвышает, а принижает человека;
- подражательна, копируема;
- серийна.

В аналитической статье, опубликованной в еженедельнике «Аргументы и факты», Вячеслав Костиков, постоянный ведущий рубрики «На злобу дня», так характеризует происходящее на телевидении: «Какой канал ни вруби, в течение часа человек становится свидетелем 7-8 убийств. В вечерние часы порция насилия еще более возрастает. Подсчитано: сцены убийств, кровавого мордобоя обрушиваются на зрителя каждые 6 минут. В последнее время чернуха и порнуха переместились с ночных часов на вечернее и даже дневное время» [7; 5] По его мнению, это целенаправленное и мотивированное действие: «телевидение и кинематограф ведут агрессивную атаку на нравственные и семейные ценности народа» [7; 5]. Ситуация, описанная автором, в настоящее время осложнилась и огромным количеством мелодраматических серийных фильмов, развлекательных программ-шоу разного толка, программ «гастрономических» и других.

Доминанта эгоистического благополучия, потребительство в сложившейся социокультурной ситуации, когда «вещь» становится мерой человека, в противоположность той гуманистически осмысленной идеи, «что именно человек является мерой всех вещей»; утрата идеалов, основополагающих ценностей общества, духовности, культурная агрессия чужих культур, изменение ценностной системы, ценностного ядра национальной культуры, когда она становится не равной себе, неаутентичной, влияние, доминирование массовой культуры и отсутствие духовных лидеров или их непрявленность, или не востребованность определяют кризисное состояние культуры.

Механизмами, провоцирующими кризисное состояние культуры, являются активное внедрение ценностей американской жизни, внедрение западного образа жизни, образовательных стандартов, не соответствующих национальным традициям образования,

внедрение форм массовой культуры; внедрение через различные формы массовой культуры символов, олицетворяющих успешность жизни западного образца, и формирование неререфлексивного отношения к жизни: главное — комфорт, деньги, развлечения.

ЛИТЕРАТУРА

1. Березин, В. С. Массовая и элитарная культура/В. С. Березин // Октябрь, 2000, № 1. — С. 176-189.
2. Бодрийяр, Ж. Общество потребления. Его мифы и структуры/Ж. Бодрийяр; пер. с фр. Е. А. Самарской. — М.: Респу-блика, 2006. — 269 с.
3. Гибелев, И. В. Массовая культура: Теория и современность/И. В. Гибелев. — Белгород: БГТУ, 2005. — 111 с.
4. Дарк, О. Принесенные в жертву (о массовой ли-тературе, ее читателях и ав-торах)/О. Дарк // Звезд-да. — 1998. — № 12. — С. 176-187.
5. Дуков, Е. В. Современные цивилизационные процессы и массовая культура/Е. В. Дуков // Обсерватория культу-ры. — 2004. — № 3. — С. 28-34.
6. Костиков В. Обналичка культуры// Аргументы и факты, № 46, 2007. — С. 5.
7. Костина, А. В. Массовая культура как феномен постин-дустриального общества/А. В. Костина. — М.: Едиториал УРСС, 2005. — 352 с.
8. Маркузе, Г. Эрос и цивилизация. Одномерный человек: исследование идеологии развитого индустриального обще-ства/Г. Маркузе; пер. с англ. А. А. Юдина. — М.: «Издатель-ство АСТ», 2003. Гл. Одномерный человек. — С. 251-324.
9. Массовая культура на рубеже веков: Сб. ст. — М.; СПб.: Дмитрий Буланин, 2005. — 261 с..
10. Массовое сознание и массовая культура в России: история и современность/сост. Логунов А. П. — М.: РГГУ, 2004-307 с.
11. Орлова, Э. А. Социокультурное пространство мас-совой культуры/Э. А. Ор-лова // Обсерватория культу-ры. — 2004. — № 3. — С. 4-11.
12. Разлогов, К. Э. Глобальная и /или массо-вая?/К. Э. Разлогов // Общественные науки и современ-ность — 2003. — № 2. — С. 143-156.
13. Разлогов, К. Э. Дар или проклятие? Проблемы массовой культуры/К. Э. Разлогов. — М.: Прогресс, 1994. — 344 с.
14. Разлогов, К. Э. Культура для необразованных?/К. Э Разлогов // Общественные науки и современ-ность. — 1990. — № 4. — С. 143-156.
15. Семенов, В. Е. Массовая культура в современном мире/В. Е. Семенов. — СПб., 1991. — 326.
16. Теплиц, К. Т. Все для всех. Массовая культура и современ-ный человек/К. Т. Теплиц. — М.: ИНИОН РАН, 1996. — 284 с.
17. Теория культуры: учебное пособие/под ред. С. Н. Иконни-ковой, В. П. Большакова. — СПб.: Питер, 2008. — 592 с.
18. Тоффлер Э. Шок будущего. — М.: Изд-во АСТ, 2001. — С. 385.
19. Флиер А. Я. Массовая культура и ее социаль-ные функции // Общественные науки и современ-ность. — 1998. — № 6. — С. 142.
20. Чередниченко Т. Радость (?) выбора (?) // Новый мир. — 1999. — № 1. — С. 125-136.
21. Шапинская Е. Н. Массовая культура XX века: Очерк тео-рий // Полигнозис. — 2000. — № 2. — С. 24-37.