

*Кушхова Аксана Муратовна, аспирант Майкопского государственного технологического университета, т: 89184207353.*

## **ВЛИЯНИЕ МАССОВОЙ КУЛЬТУРЫ НА СОЦИОКУЛЬТУРНУЮ АДАПТАЦИЮ** (рецензирована)

*Стремительное развитие науки и техники и сопутствующие ему трансформации общества в постиндустриальное и информационное, а технической эпохи – в «системотехнологическую», непосредственным образом повлияли и на массовую культуру, которая сегодня имитирует активность, претендуя на способность формирования творческого сознания. Массовая культура наглядно демонстрирует необратимый процесс разрушения традиционных мировоззренческих установок и формирования новых, глобальных изменений, происходящих в сфере морали. В общественном мнении звучит тревога по поводу состояния духовного мира человека как личности в сегодняшней социокультурной ситуации.*

*Ключевые слова: массовая культура, традиционная культура, личность, средства массовой информации, социокультурная адаптация.*

*Kushkhova Aksana Muratovna, Postgraduate of Maikop State Technological University, tel.: 89184207353.*

## **EFFECT OF MASS CULTURE ON SOCIO- CULTURAL ADAPTATION**

*The rapid development of science and technology and the accompanying transformation of society in post-industrial, information and technological era have directly influenced mass culture, which mimics the activity today, claiming to have the ability to form creative consciousness. Mass culture demonstrates the irreversible destruction of the traditional worldview and the formation of new, global changes in the moral sphere. In public opinion there is alarm about the state of the spiritual world of human beings in today socio-cultural situation.*

*Keywords: mass culture, traditional culture, identity, media, socio-cultural adaptation.*

В мире формируется новое явление – глобальные взаимодействия народов, культур, цивилизаций. XXI век во многом изменил соотношение между традиционной и массовой культурами, в этот процесс включены все этносы, страны и культуры без исключения. Главными характерными чертами массовой культуры являются ориентация на потребление, иронизирование над художественной традицией прошлых культур, стилевой плюрализм. Мир вошел в качественно новую историческую эпоху – эпоху глобализма, когда традиционные способы работы производства, потребления и обмена необратимо изменились. «Это мир эфемерности, непрочности, стремительного распространения, фрагментарности, галлюцинаций и одновременно хаоса»[4]. Это время, когда «человек слушает регги, смотрит вестерн, ест на ланч гамбургер, на обед блюдо какой-нибудь национальной кухни, в Токио пользуется французскими духами, а в Гонконге носит одежду в стиле ретро»[4].

С изменением окружающего мира, в самом широком смысле слова, меняется личность, трансформируются взгляды и идеи. Жизнь устремлена в будущее, она ищет и создает все новые формы применения интеллекта человека, воплощает его самые немислимые замыслы. Время сжимается, ускоряется, все меняется с калейдоскопической скоростью. Уже сама массовая культура 60-70-х годов двадцатого столетия заметно отличается от массовой культуры 90-х годов прошедшего века. Она нивелируется в соответствии с изменениями и запросами общества, социума, человека. Технический прогресс породил царящий в обществе абсурд, который связан и с производством и потреблением материальных благ; и с бытием личности, где все сводится к потреблению всевозможных излишеств. «Человек нашего общества... превратился в человека, очарованного разнообразием картинок, интенсивностью шумов, дисперсией информации... Человек захвачен вселенной случайных и массово навязываемых возможностей». Именно технические средства массовой коммуникации «служат массе и толпе и навязывают сознание определенного конгломерата индивидов» [5]. Однако вряд ли безоговорочно можно согласиться с этой точкой зрения. Очевидно, что с развитием техники, ростом уровня средств массовой коммуникации увеличивается зависимость

способов создания культурных образцов и их распространения от технических средств. Таким образом, культура с помощью Интернета, кино, видео, современной полиграфии и другого превратилась в культуру для миллиардов людей.

XX век не просто породил явления масс-медиа, не только развил средства массовой информации, ускорив информационные потоки, создав их новые виды и жанры, но и вызвал к жизни принципиально новую форму глобального масштаба, вобравшую в себя, в том числе и средства массовой информации. Речь идет о массовой коммуникации, которую как «индустрию культуры» проанализировали Т. Адорно и М. Хоркхаймер [1]. Феномен массовой культуры напрямую зависит от интенсивного развития средств массовой коммуникации. С одной стороны, ученые рассматривали современный поток информации как форму ежедневной, постоянной деградации духовной жизни общества до возникновения усредненного всеобщего уровня, в том числе и художественных предпочтений. С другой – рассматривали его как необходимое условие для организации и управления современного рыночного общества. По мнению исследователей, картина мира современного человека состоит из знаний, приобретенных посредством собственного опыта, лишь на 10-15 %. Основным же каналом получения информации, способом приобщения к миру и его событиям, посредником в формировании культуры, а также важнейшим фактором, трансформирующим всю систему духовного производства, являются именно средства массовой коммуникации, творящие некий информационный мономир, особую «инфосферу», обладающую чертами глобальности как принципиально новую среду пребывания современного человека. Ее отличительными особенностями становятся универсальность и тотальность распространения.

Современная культура трансформировалась из культуры книги в культуру экрана, что самым непосредственным образом отразилось на особенностях мышления, где сознание стало выступать как клиповое, опирающееся на эмоциональное, но не интеллектуальное постижение идеи. Зрительный эмоциональный образ, картинка, клише схватывается сознанием быстрее и легче, этот процесс не требует интеллектуального напряжения, именно поэтому телевизионные образы и имиджи политиков, представленные в формате экрана, обретают особую полноту влияния на массовое сознание и возможность манипулирования им, именно телевизионная картинка «более эффективна в своем разрушительном воздействии на способность суждения, то есть на способность человека самостоятельно мыслить» [3]. Постепенно усложняющаяся структура окружающего мира, ускоряющиеся в нем изменения, приводят к все большей зависимости человека от каждодневного потока информации, которая создает с помощью специфических средств «виртуальную реальность».

Но информационные потоки – это лишь способ распространения информации, а характер, направленность, ценности, передаваемые ими, во многом зависят непосредственно от коллективного коммуникатора, создающего культуру. Средства массовой коммуникации могут сделать достоянием миллионов, например, как концерт оперных мастеров, так и сцены жесткости и насилия боевиков. Так встает вопрос о моральной ответственности той немногочисленной группы создателей образцов культуры за ее качество и влияние на нравственный облик будущего. Множительная техника, имея положительное культурно-просветительское воздействие, в тоже время открыла широкий канал для бульварной литературы, газет, эстетически сомнительных образцов популярной культуры. В наше время, очевидно, что это не предел. Компьютерные сети, окутывающие планету, со скоростью, многократно превышающей выход в свет печатной продукции, несут информацию, тиражируют новые культурные образцы, создают альтернативные формы развлечений формируют в конечном итоге новый тип мышления и сознания человека. Таким образом, создание масс-медиа, массовой коммуникации является базой формирования массовой культуры и ее развития. Причем сами по себе технические изобретения не приводят к созданию нового социума. Социально-экономическое развитие общества приводит к появлению новых потребностей у личности, которые призваны удовлетворять современные нормы массовой культуры. Но это лишь с одной стороны. С другой, развитие технологий, в том числе, коммуникационных, наряду с же существующими СМК; прессой, кино, радио, вызывает к жизни новые средства массовой коммуникации, рождающие новые формы и виды в структуре массовой культуры. К таким феноменам относятся прежде всего телевидение, глобальная информационная сеть Интернет. Как и все информационные технологии конца XX - начала XXI века телевидение по своей сути является симулякром. В телевизионной симуляции следует отметить один немаловажный момент, заключающийся в особенностях восприятия человеком визуального образа. Пропущенный сквозь призму телеэкрана, он становится чем-то несоизмеримо большим по отношению к стоящей за ним сущностью. Как отметил У. Эко, у образов есть «платоническая сила», они преобразуют частные идеи в общие, и поэтому посредством визуальных коммуникаций легче проводить стратегию убеждения, сомнительную в ином случае [5]. Например, можно долго слышать сообщения о геноциде или этнических чистках в той или стране и оставаться к этому

индифферентными, но стоит увидеть на экране документальные кадры, подтверждающие описываемые события – и отношение к ним в корне меняется, ибо мы в определенной степени становимся свидетелями, очевидцами происшествия. И, в тоже время, показанные кадры могут оказаться сфабрированными, или же фиксировать единичный случай, не имеющий силы общей тенденции. Но, как бы там не было, получая готовый образ, да еще в определенном смысловом контексте, мы начинаем верить в реальность происходящего, причем единичное событие легко с помощью волнующей картинке выдается за общезначимое, точнее за симулякр общезначимого. Такова еще одна сторона телевидения, показывающая как легко при помощи нехитрых манипуляций с ТВ-образами продуцировать тот или иной облик действительности, «соблазнив» им сознание некритически настроенной аудитории. Интересны размышления А. Гениса: «Высшим достижением демократии называют пульт дистанционного управления, который позволяет переключать каналы, не вставая с кресла... на бескрайнем видеополе резвится зритель с пультом в руках. Это называется «зеппинг» – порхать с канал на канал, нигде надолго не задерживаясь... Манипулируя переключателем каналов, он из обрывков и фрагментов собирает сам себе персональное развлечение» [2]. Так, мы имеем дело с новой культурой, с формирующимся новым типом человека, создавшим и транслирующим новую культурную практику. «Человек кликающий» выстраивает кнопочными интеракциями своё пространство и время, то есть пространство и время связываются в целостность, структурируются через человеческие коммуникации... Интернет заставляет понять и переосмыслить появление новых возможностей для коммуникации в виде новых скоростей... Он изменяет целостность мира, вводя новые пространственно-временные порядки. Средства массовой коммуникации призваны играть компенсаторную роль по отношению к менее развитым и менее распространенным продуктам культуры и ее благам. Таким образом, при слабо развитой социокультурной инфраструктуре или низком уровне духовных потребностей СМК могут стать заменой других средств культуры.

В современном обществе с помощью информационных потоков передается социокультурный опыт и поддерживаются культурные традиции, они значительно влияют на художественную культуру. Определяющим признаком современной художественной культуры стала многотиражность, массовость. Кино, радио и телевидение являются в наши дни основными каналами, трансляторами и творцами произведений искусства. Тиражированные способы приобщения к прекрасному неизмеримо превышают в художественном потреблении уникальные, как и все остальные произведения искусства. Восприятие искусства опосредовано техникой. Следовательно, средства массовой информации являются одним из факторов функционирования современной культуры.

Мировая практика второй половины XX века свидетельствует о том, что часть традиционных культур, развивающихся в западных странах, смогла бы удачно вписаться в постиндустриальную эпоху и приспособиться к глобальным связям. Это, прежде всего так называемые новые индустриальные страны Азиатского мира: Япония, Южная Корея, Тайвань, Малайзия и др. Их опыт обновления своего традиционно-культурного комплекса свидетельствует о том, что в данном случае удалось непротиворечиво соединить базовые качества своей культуры с модернизационными технологиями, идущими извне, а также с процессами, свойственными массовой культуре. Вместе с тем, значительное большинство стран западных цивилизаций не сумело совершить такое соединение.

Таким образом, постиндустриальное развитие мира приводит к необходимости адаптации традиционной культуры к требованиям современных, глобальных связей, что позволит народам сохранить свою самобытность. В разных странах идет поиск компромисса между формами модернизации и собственной самобытностью культур, между соотношением их дифференциации и интеграции.

### **Литература:**

1. Адорно Т. О технике и гуманизме // *Философия техники в ФРГ*. М., 1989. С. 367-370.
2. Генис А. *Вавилонская башня: искусство настоящего времени*. М., 1997.
3. Межуев М. *Феномен книги и национальное в культуре // Общество и книга: от Гуттенберга до Интернета*. М., 2001. С. 98.
4. Фоксол Г., Голдсмит Р., Браун С. *Психология потребителя в маркетинге: пер. с англ. / под ред. И.В. Андреевой*. СПб., 2001. С. 172.
5. Эко У. *От Интернета к Гуттенбергу: текст и гипертекст: отрывки из публичной лекции Умберто Эко на экон. фак. МГУ 20 мая 1998*. URL: <http://www.philosophy.ru/library/eco/internet.html>