

Вера Ильинична Самохвалова.

В.И. Самохвалова – доктор филологических наук, профессор, ведущий научный сотрудник Института философии РАН. В область её исследовательских интересов входят проблемы эстетики, философии культуры и философской антропологии. В статье «Массовый человек как герой и потребитель масскульта» В.И. Самохвалова определяет базисные характеристики массового общества и массового человека, проясняет свой взгляд на природу и специфику масскульта, частью которого является реклама.

Вопросы для анализа.

1. Дайте определение и базисные характеристики (психологические, культурологические, социальные, мировоззренческие) массового человека.
2. Что в современном обществе способствует формированию массового человека?
3. Какие требования к рекламе проясняются из особенностей массового человека как адресата масскульта?
4. Разделяете ли Вы мнение В.И. Самохваловой о массовой культуре? Дайте развернутый ответ.

В.И. Самохвалова

Массовый человек как герой и потребитель масскульта .

Массовый человек — реальность современного информационного общества.

Современное общество именуют информационным, поскольку информация в нем обеспечивает связь разных уровней и планов его существования и деятельности, а информационные процессы лежат в основе функционирования всех его систем, обеспечивая программы управления их изменением и развитием. Сам человек также может быть представлен как сложный информационный процесс, постоянно уравнивающий внутреннюю среду организма и внешнюю среду его окружения путем обмена информацией.

Информационный подход дал язык для выражения процессов и отношений, которые было бы невозможно ни понять, ни даже описать, не прибегая к упрощениям или же мистификации. Важность и смысловая емкость понятия информации, с помощью которого может быть истолкована и сама жизнь, и многообразие ее проявлений, а также бурное развитие информационных средств и технологий, определяющих характер, облик и способ существования современной цивилизации, дают основания именовать ее информационной.

Сама информация, обладающая многозначностью и многофункциональностью характеристик, может выступать и как сообщение, и как среда, и даже как важнейший вид сырья, которое, в отличие от материальных продуктов, при потреблении его не исчезает и не уменьшается. Информация, при ее использовании, остается в информационной системе и может быть одинаково использована и автором, и получателем ее. Особым ее качеством является то, что она в известном смысле неделима: определенное значение может содержаться в определенном количестве ее, и использование информации становится возможно лишь при передаче всего необходимого для восстановления содержания ее объема. Это повышает роль того, кто распоряжается информацией, распределяет ее потоки и имеет возможность дозировать ее в своих целях. Тем самым информация, обладая огромным потенциалом для создания нового качества социальности путем использования новых форм манипулирования общественным сознанием, способна превращаться в инструмент и проводник власти в обществе.

Последние десятилетия развития современного общества, характеризующиеся небывалым развитием средств обработки и передачи информации, возрастанием скорости информационных процессов, а во второй половине XX века невиданной их интенсификацией привели к становлению нового типа организации общества, его функционирования и управления. Общая система средств массовой коммуникации, обеспечив новую и эффективную связанность общества, оказала определяющее влияние на характер развития и содержание самих социальных форм, а унифицировав его жизнедеятельность и психологию, сформировала основу для утверждения специфического феномена массовой культуры.

Безусловно, массовое сознание и массовая культура были известны и задолго до XX века, а сама «масса» всегда составляла неотъемлемую часть населения всякого государства. Однако современный феномен массового человека обладает определенной новизной в силу целого ряда причин, которые, в своей совокупности, характерной для современности, никогда прежде не выступали. Во-первых,

человек массы никогда прежде не составлял по своей численности такой большой группы, которая бы реально была способна оказывать на социальные процессы весьма заметное влияние. Кроме того, подобные группы прежде никогда не были столь характерно объединены, и это их объединение никогда ранее не формировалось сознательно и не поддерживалось затем специальными средствами. Во-вторых, человек массы в обществе, которое было организовано с ориентацией на определенную систему ценностей и приоритетов, был встроено в определенную социальную «иерархию статусов». Общество не только не делало ставку на вкусы и настроения человека массы (хотя, конечно, всегда умело их использовать и направлять), но и как бы, «стесняясь» их недолжности, старалось спрятать или, по крайней мере, затушевать те негативные стороны, которые отличали сознание и поведение человека массы. Соответственно, и элементы массовой культуры, наличествующей в прежних обществах, не были для них ни определяющими, ни культивируемыми.

В современном же обществе, которое организовано как принципиально плюралистическое и ориентировано на бесценность, человек массы не только не ощущает некоей своей культурной «недостаточности», но, напротив, оказывается наиболее приспособлен и наиболее востребован современным укладом жизни. «Особенность нашего времени в том, — пишет в своем «Восстании масс» Х.Ортега-и-Гассет, — что заурядные души, не обманываясь насчет собственной заурядности, безбоязненно утверждают свое право на нее и навязывают ее всем и всюду». О произошедшей «вселенской реабилитации посредственности» пишет и современный философ-постмодернист Ж.-Ф. Лиотар.

Нейтральная характеристика «человека массы» как представителя определенной социальной общности сменяется качественной характеристикой «массового человека», которая указывает не на принадлежность к социальной группе или численность ее представителей, но служит определением качества мироощущения, мировосприятия, образа мыслей и стиля жизни человека. Массовый человек — это не человек из массы, но человек с массовым сознанием, и его главной характеристикой является то, что он — «как все». Таким образом, новый тип связанности общества, особый способ объединения людей, качество социальных связей приводят к становлению и утверждению особой разновидности самого социального человека — человека массового. Этот человек, ставший реальностью современного информационного общества, есть одновременно и его продукт, и само условие его существования, сохранения и воспроизведения. Качество и распространенность информационных средств и технологий определяют процессы обезличивания и «выравнивания», и создаваемая ими реальность как бы отделяет массовое общество доинформационной поры от массового общества информационной цивилизации.

В информационном обществе процессы омассовления становятся частью неизбежной социальной стратегии, подчиненной целям управления обществом. Здесь, очевидно, следует прояснить смысловые особенности терминов «омассовление» и «массофикация», между которыми существуют определенные различия. Так, омассовлением можно назвать всякий процесс становления массы как процесс количественный, означающий увеличение числа тех, кто образует более или менее однородную социальную массу, а также процесс становления массового характера того или иного явления. Подобные процессы естественно сопровождают становление крупной промышленности, крупных производств, интенсивную урбанизацию. Массофикация же — это процесс становления массового человека, т.е. качественная характеристика процедуры «подгонки» личности под массовый стандарт, когда мышление и сознание личности подстраиваются под образцы, не просто господствующие в массе, но требуемые обществом. Таким образом, если омассовление указывает на процесс количественно-онтологического образования массы, то массофикация есть определение процесса перестройки сознания, типа мышления, стереотипов поведения человека, его как бы духовно-ценностной «мимикрии» в толпе и означает процесс качественной трансформации всех основных параметров, определяющих личность, когда приобретаются характеристики и качества, делающие из человека — человека массового. Содержание переживаемого человеком в настоящем социально-культурного и лично-духовного опыта ложится в сознание и становится фактором, способным определять, мотивировать и даже программировать будущее «качество» человека и способ его поведения. Пребывая в массе сегодня, человек вводит детерминанты в свое сознание на завтра. Кроме того, если омассовление происходит естественно и закономерно, будучи стимулировано внешними причинами, в силу соответствующих социально-массовых процессов, происходящих в обществе с изменением его структуры и т.д., то массофикация может осуществляться вполне направленно — с помощью моды, рекламы, организации информационных воздействий, однако в любом случае человек сам, своим сознанием участвует в этом процессе, внутренне осуществляя (в крайнем случае, осознанно фиксируя) свой «выбор».

В свое время промышленная революция вызвала образование и развитие крупного производства,

потребовавшего объединения людей в массовые производственные коллективы и их компактного проживания на определенных, в той или иной степени ограниченных территориях. Это сопровождалось интенсификацией процессов урбанизации и, как следствие, омассовлением форм жизни, поведения и даже основных представлений и способов реакции больших масс людей. Сужение производственных функций работников, утрата ими знания конечной цели производства и потеря в их деятельности значительной части содержательных моментов их труда приводят к обеднению ума и чувств, не позволяя развиваться задаткам способностей, лишают инициативы, деформируют характер. Этот процесс превращения работника из субъекта процесса труда в придаток машины, во второстепенный элемент производства многократно и разнообразно описан как в художественной, так и в научной литературе социально-философского и психологического направлений.

Массовая урбанизация помещает людей в совершенно специфические условия, обезличивая человека, делая его как бы анонимным; масса деформирует личность, постепенно стирает этнокультурное своеобразие индивида. <...>

Особый способ группирования людей в больших городах и коллективах порождает некую «заразительность» определенных психических настроений, переживаний, оценок. Сходство происходящих при этом процессов приводит к формированию и сходных типов возникновения и переживания психических состояний, сходных способов мотивации и оценки поступков. Омассовление как основа массофикации — это как бы объективный социальный процесс, составляющий условие для возможных изменений в сфере культурно-психологического становления личности. Иными словами, само усреднение условий труда и образа жизни, восприятия и потребностей, возможностей и перспектив превращает участников производства в достаточно однородную массу. Феномен массовизации всех сфер общественной жизни захватывает и сферу духовного потребления, быта, досуга, формирует стандарты духовной жизни. Всё это постепенно станет основой для формирования специфики массовой культуры. Таким образом, как пишет Х.Ортега-и-Гассет, «цивилизация XIX века автоматически создала тип человека массы». Особый динамизм жизни, усиление интеграционных процессов, в частности вследствие развития транспорта и коммуникаций, уничтожающих ощущение расстояния и удаленности, — всё это способствовало формированию и закреплению однородности, одинаковости жизни и ее проявлений. Складывающееся и все шире распространяющееся массовое общество, в котором люди обходятся без индивидуальных различий, известный канадский философ и культуролог М.Маклюэн назвал «глобальной деревней». «То, что раньше воспринималось как количество, теперь предстает перед нами как качество; оно становится общим социальным признаком человека без индивидуальности, ничем не отличающегося от других, безличного «общего типа». Просто лишь количественный рост массовости сменяется качественным изменением масс как субъекта всех социально-культурных процессов.

Итак, становление и выход на арену общественно-политической жизни «масс», ставших существенным фактором внутреннего движения и развития общества, подготовили появление человека массы. <...> Выделение массового человека из недр массового общества означало окончательный переход процесса массовизации из количественной фазы в качественную, ибо сформировался новый тип личности со специфическим набором определенных свойств и характеристик, с определенными жизненными ролями и социальными функциями. Этот переход был обусловлен развитием средств массовой коммуникации и последовавшей массовой информатизацией общества, которая, протекая в разное время в разных формах и с разной интенсивностью, способствовала созданию и распространению массовой культуры и в современной своей фазе воспитала массового человека — ее продукт, ее потребителя и «героя». В свое время еще М.Маклюэн обосновал связь между развитием средств массовой информации и приходом массовой культуры. Теперь эта цепь продолжилась следующим звеном — сформированием массового человека.

В результате современная ситуация приобретает знакомые нам очертания. После индустриального капитализма, базировавшегося на владении средствами производства, что было достаточным основанием и для реализации власти, после финансового капитализма, непосредственно опирающегося на власть денег, наступает этап своеобразного, как бы символического капитализма, где власть основана и осуществляется через средства коммуникации, путем управления информационными потоками. <...> Происходит своеобразная виртуализация денег, и власть осуществляется путем специальных информационных операций, которые переводят реальные деньги в нужные массовые настроения, обеспечивающие нужное положение вещей. Сама информация приобретает статус товара, становясь наиболее ценным объектом бизнеса. При этом происходит и виртуализация бизнеса: СМИ продают эфирное время и рекламное пространство. <...>

Информационная техника обладает огромным потенциалом, который может быть использован как для аккумуляции необходимой обществу информации, так и для невидимого, но весьма эффективного

управления людьми, для воздействия на их сознание. С развитием средств информации и коммуникации, транслирующих, оперирующих, трансформирующих, дозирующих информацию, наступает этап некоего информатизационного управления обществом, в котором власть основана и осуществляется путем управления информационными потоками. Современное информационное общество представляет собой особый тип одновременно и социального структурирования, и культурного функционирования, и власти. Постепенно самостоятельная духовная жизнь человека, которая не была бы поглощена «организованной» жизнью информационного общества, становится невозможной. Человек оказывается заключен в круг функционирования массовой психологии, из которой выбраться можно лишь приложив значительные личные, сознательные усилия.

Современное информационное обеспечение власти основано на оперировании системами представлений о мире, о человеке, о характере цивилизации и путях ее развития, о наиболее системообразующих и человечески значимых ценностях. Это могут быть как самые общие представления о самых общих человеческих ценностях, так и самые конкретные оценки тех или иных событий или фактов. Подключение к этому процессу управления мнениями самых современных информационных технологий дает возможность расширить и усилить подобное воздействие на целые народы; одним лишь управлением общественными настроениями, направлением их в нужное русло можно добиться радикального изменения расстановки сил в обществе, смены векторов движения общественной энергии.

Современное информационное общество выступает обществом перехода от индустриализации к созданию цивилизаций особых высоких технологий, позволяющих фактически независимо от реального состояния производства и распределения благ создать виртуальное социальное пространство за счет сформирования нужного типа сознания и культуры, которые и позволят поддерживать существующее положение вещей. Средства коммуникации, оперирующие, трансформирующие, дозирующие информацию, становятся главным инструментом влияния в современном обществе, главным средством осуществления властных стратегий правящих групп.

Средства коммуникации, как уже говорилось, не только влияют на массы, но и производят их — при современном уровне распространения информационных сетей и развития информационных технологий. И если в «доинформационный» период человек массы был скорее понятием, тенденцией, то информационные технологии, способные массово производить подобного человека по общим «лекалам», делают его массовость неизбежной и естественной. Общее информационное поле в современном обществе — это определенная целостная система коммуникации-развлечения-управления, структурированная по социально значимым векторам, отражающим приоритетные ценности общества, а точнее говоря — его управляющей группы. Целью ее является сохранение общества через сохранение господствующей в нем структуры приоритетов и ценностей: ценности отражают интересы власти, а структура их воспроизводится информационным полем. Воспроизведение структуры служит поддержанию непрерывности власти. И вообще, сегодня, чтобы взять власть, уже не нужно захватывать мосты и телеграф, а нужно иметь в своем распоряжении послушные СМИ. Кто не просто располагает информацией, но может ею распоряжаться, ее транслировать и тиражировать, тот и имеет реальную власть.

Основой и целью действия информационного поля, этого особого способа социального структурирования, является обеспечение управляемости общества, для чего используемые информационные технологии непрерывно развиваются, совершенствуются, приобретают новые изощренные формы. Можно сказать, что массовая культура в целом есть феномен в той же мере социально-политический, сколь и культурно-художественный, а массовый человек как потребитель массовой культуры в реальности современного информационного общества — феномен в той же мере политический, в какой и культурно-психологический. Через создание определенных образов, объединяющих людей на основе не столько даже совместного, сколько одновременного и однотипного их переживания, формируется разновидность личности, которая, как и современная массовая культура в целом, является продуктом серийного производства. И если раньше формула власти звучала как «разделяй - и властвуй», то теперь, в современном контексте, ее более адекватная условиям массового общества редакция предстаёт как «объединяй - и направляй» образовавшуюся массу, чтобы вести ее, куда тебе нужно. (Правда, само объединение выглядит в этом случае необычно: это, скорее, массовое программирование в едином направлении.) Массовый человек — это прежде всего объект социального манипулирования с помощью современных форм осуществления властных технологий. И анализ данного феномена может быть проведен, если его традиционные культурно-художественные и психологические характеристики будут дополнены анализом соответствующих политических реалий.

Характеризуя массового человека, многие авторы, например, С.Московичи, предпочитают при этом

говорить не о человеке массы, а о человеке толпы, ибо масса все-таки традиционно понимается как нечто, объединенное по тому или иному признаку или принципу, способное к самоорганизации и деятельности в соответствии с осознанием своих интересов. Толпа же — это скопление разрозненных, атомизированных индивидов, которых связывает лишь то, что они оказались в сфере действия единого силового поля массовых коммуникаций. И то, что их объединяет, исходит не столько из их воли или даже настроения, сколько из действия на них некоей внешней по отношению к ним силы, стремящейся по-своему организовать их, чтобы сделать управляемыми. Эти внешне социализированные, но по сути разобщенные человеческие атомы, внутренне клишированные до безликости, хотя внешне сколь угодно разные, образуют то, что С.Московичи удачно назвал «толпа на дому». Средства массовой коммуникации, куда входят СМИ, быстро массивизируют публику, в то же время разобщая людей, ибо всё больше вытесняют традиционные непосредственные контакты, собрания, встречи и проч. и заменяют личное общение телевидением или компьютером. В конечном счете получается так, замечает С.Московичи, что каждый оказывается в составе вроде бы и невидимой, но вездесущей массы.

Человек всё чаще представляет себе действительность не по своему личному восприятию ее, а через отражение ее в СМИ, через образ этой действительности, сформированный ими. Но и эту, «отредактированную» СМИ действительность человек так же фактически воспринимает не сам, ибо и он «пересоздан» манипуляциями СМИ, поскольку техномодификации подвергается не только действительность, но и восприятие человека. Возникающие и меняющиеся изображения, ракурсы и т.п. не просто удерживают внимание зрителя на себе, но навязывают ему определенную скорость переключения ракурсов, ритм и характер восприятия. Таким образом, вниманием воспринимающего, его распределением и организацией управляет техномодификатор. Пребывание в подобном управляемом состоянии, когда толпа массовых людей одновременно наполняется внушенным с экрана содержанием, известный современный писатель В. Пелевин удачно именуется «опытом коллективного небытия».

Средства массовой информации активно вторгаются в подсознательные структуры человека, активно используя символику, имеющую опору в глубинах подсознательного. Комбинируя сознательные и подсознательные воздействия, они создают и активно распространяют социальные мифы, эту своеобразную культурную форму описания и объяснения действительности, получившую как бы новое специфическое бытие в XX веке. Совокупность мифов, трансформирующая систему представлений и мотиваций личности, выступает как тотальное средство модификации представлений о жизни у управляемых мифами людей. Таким образом, создается способ управления жизнью через сознание, которое наполняется нужными смысловыми матрицами, оживающими в нужных идеях и образах. Наполнение, структурирование, организация сознания становятся специальным видом властных технологий: меняя одну матрицу на другую, можно заменить содержание «жизни», протекающей в проложенных матрицей рамках.

Совокупность управляющих мифов создает пространство и задает доминанты формирования массовой психологии, она не только внушает определенный тип поведения, но и программирует определенный тип мышления. Создаваемые СМИ мифы тиражируются, раздуваются, выдаются за истинную реальность, заменяя собою исходную в сознании человека. Эта искусственная реальность не только подчиняет себе исходную, но трансформирует всю систему традиционных способов восприятия и мышления, причем делает это сходным образом одновременно для больших масс людей.

<...>

Характеристики массового человека.

Итак, каковы же основные характеристики формируемого информационным контекстом типичного массового человека, и каков сам культурный контекст, в рамках которого протекает процесс формирования этого человека и одновременно процесс направленной деформации его сознания?

Прежде всего, этим общим контекстом является постмодернистский дух современной культуры с характерным для нее способом оценки и истолкования действительности. Постмодерн специфически мозаичен и в своей структуре построен по своеобразному принципу: это не «пространство шедевров», не некий культурный материк, который образован из достижений искусства прошлых эпох и имеет определенные линии развития и преемственности. Это даже не архипелаги, ибо те имеют какие-то глубоко лежащие, объединительные начала, а как бы отдельные небольшие островки, образующие достаточно случайные причудливые скопления, лишённые и центра, и вершин, — некое смешение, подобие взвеси, «свалка проявлений», где невозможно выделить ни приоритетов, ни общих линий или идей. Это соединение вещей, не просто несовместимых, но как бы исходно разноместных, гетеротопных, по выражению М.Фуко, т.е. таких, что их невозможно представить совместно пребывающими где-либо. Это — реализация всего того, что не нашло воплощения в прежних этапах

развития культуры, дополненное развитием новых форм восприятия и мышления. Данные формы, в свою очередь, явились продуктом нового культурного контекста, формирующегося в пространстве действия нового поколения техники, компьютеров и т.д., когда информационные технологии вышли на качественно новый уровень, когда СМИ образовали единое информационное поле, позволяющее не только оперативно и тотально воздействовать на массовое сознание, но и контролировать его функционирование.

Постмодернистская культура с ее всесторонним эклектизмом является, по мнению художественной интеллигенции, «игрой с хаосом», а по мнению управляющей группы, осуществляющей стратегию управляемой хаотизации, — «организованным хаосом». С одной стороны, это тот хаос, в котором принципиально смешаны ценности и ориентиры, в котором нет центрирующей, связующей картину мира оси (онтологической, ценностной, духовной) и где постоянно рушатся и вновь создаются мнения и предпочтения, образуя текучий калейдоскоп восприятий, логически не связанных и не обоснованных никакими внутренними установками. В то же время это именно организованный хаос, ибо его, в определенном его состоянии, поддерживает некая организующая и воспроизводящая сила, которая его создает и управляет его внутренним движением.

Здесь, очевидно, следует сказать о том, кто и как сегодня пытается управлять процессами в обществе, культурным развитием, формированием общественного мнения и т.п. Прежде подобную группу называли «элитой». Однако и ее роль, и задачи, и даже состав претерпели значительные изменения. Вопрос об элите, конечно, есть совершенно самостоятельный вопрос и заслуживает особого, отдельного анализа; мы же здесь коснемся лишь некоторых его аспектов, непосредственно относящихся к теме настоящего рассмотрения. Прежняя элита, о которой, например, писал Х. Ортега-и-Гассет, существовала как своего рода оппозиция «массе» и представляла собой более высокий в культурно-духовном, прежде всего, отношении уровень социальной стратификации. Элита считала себя призванной способствовать повышению культурного уровня народных масс, создавала программы формирования всестороннего развития личности и, наконец, сама являла образцы культурной деятельности, пропагандировала и поддерживала высокое искусство. Сейчас этот принцип в значительной степени трансформирован, поскольку так называемая элита противостоит массе не в культурном отношении, но лишь в обладании властью. Нынешняя элита не может служить образцом в каком-либо культурном отношении и не испытывает чувства ответственности перед народом. Буржуазные отношения с их «демократическим» принципом всеобщего равенства перед деньгами привели в «элилу» того же массового человека, но более «успешного», более активного и удачливого, чем остальное окружение. В этом плане понятен цинизм, с которым деньги в современном обществе называют «лэвэ» (или вообще на жаргоне «лавё») — сокращенно от *liberal values* — либеральные ценности.

По сути, сегодняшняя элита по своему мышлению представляет собой группу тех же массовых людей, но оказавшихся в силу ряда причин (как лично обусловленных, так и случайных, особенно в нашей отечественной действительности) в составе некоей управляющей группы, состоящей из политиков, финансистов, менеджеров самого разного профиля и уровня (от чиновников транснациональных корпораций до президентов), а также руководителей различных форм масс-медиа, которые, входя в эту управляющую группу, тем не менее сами «наняты» ее верхушкой для обслуживания ее интересов в целях оптимизации управления. И если прежде масса выступала по отношению к элите как опекаемая ею, то теперь она выступает только в качестве управляемой. И потому эта новая элита фактически сама оказывается заинтересована в ухудшении «качества» людей, ибо толпой легче управлять. <...>

Показательно, что характерной особенностью духовной атмосферы в современной культуре, определяющей тип плоскостного современного восприятия и мышления, становится всепроникающий юмор. Поверхностный взгляд не только принципиально не идет в глубину, замечая лишь видимые несообразности или несоответствия, но и цинично предаст осмеянию действительность, которая, тем не менее, принимается им как она есть: в конечном счете, довольный собою и жизнью человек остается с той действительностью, которую он сам же осмеял и унизил. Это глубинное неуважение к себе пронизывает все отношение человека к миру и все формы его проявления в мире. Где смех, как отмечал еще А.Бергсон, там нет сильных эмоций. И если смех присутствует везде, то это и означает, что человек уже не присутствует всерьез даже в собственном бытии, что он в известном смысле виртуализировал самого себя.

<...> Личность, как известно, представляет собой системное и целостное образование, не сводимое к какой-либо одной стороне проявления человека или какой-либо конкретной форме его социального поведения. Массовая культура, во-первых, фрагментирует личность, лишая ее целостности, и, во-вторых, сужает ее ограниченным набором стереотипных проявлений, которые всё с меньшим

основанием можно считать поступками. Иными словами, из фундамента личности выбивается единый стержень, интегрирующий совокупные проявления личности и составляющий ее идентичность; остается лишь некая специфическая «реактивность» в заданном направлении, т.е. складывается конформизм. Происходит парадоксальный процесс одновременного и омасовления людей, и распада их общности, которая может основываться на взаимодействии личностей, но не на изоляции индивидуализмов. О разрушительной силе индивидуализма еще Вл. Соловьев в XIX веке писал: «Чрезмерное развитие индивидуализма в современном Западе ведет к своему противоположному — к всеобщему обезличению и опошлению. Крайняя напряженность личного сознания, не находя себе соответствующего предмета, переходит в пустой и мелкий эгоизм, который всех уравнивает» .

Индивидуализм без индивидуальности предстает в обычном его выражении как массовая мещанская психология. Само отношение к человеку, а также и его собственная самооценка, основываются не на наличии у человека каких-либо общественно ценных способностей, достоинств и их проявлении, а на величине спроса, которым он или его способности пользуются на рынке. Человек предстает не как личность, имеющая самостоятельную ценность, а как товар, имеющий свою цену, как и все остальное на рынке. Человек и сам начинает относиться к себе как к товару, который следует продать по возможно более дорогой цене. Чувства самоуважения становятся недостаточно для уверенности в себе, ибо человек начинает зависеть от оценки других людей, от моды на его специальность или способности. Рыночная ориентация, как утверждал Э.Фромм, искажает структуру характера человека; отчуждая его от самого себя, она и лишает индивида его индивидуальности. Христианский Бог любви терпит поражение от рыночного идола наживы .

Индивидуализм как деиндивидуализация сознательно насаждается, поскольку современное общество нуждается в максимально одинаковых, схожих людях, которыми проще управлять. Рынок так же заинтересован в стандартизации личностей, как и товаров. Стандартные вкусы легче направлять, дешевле удовлетворять, их легче формировать и угадывать. Творческое начало при этом всё более уходит из трудового процесса; творческая личность всё менее оказывается востребована в обществе массовых людей. Массовый человек становится всё более опустошенным при всем многообразии и яркости внешнего наполнения его бытия, всё более внутренне безликим и бесцветным при всей внешней претенциозности «оформления» его присутствия в мире — его потребностях, запросах и т.п. При всем утверждении предприимчивости и инициативы человек в действительности становится все менее способным к самостоятельному решению проблем: как отдыхать, ему советует телевизор, как одеваться — определяет мода, кем работать — рынок, как жениться — астролог, как жить — психоаналитик. Походы в консерваторию или картинную галерею заменяет шоппинг, всё более становящийся самостоятельной формой отдыха, времяпрепровождения.

У человека остаётся всё меньше действительного, настоящего досуга, наполненного размышлением, общением с самим собой, становлением собственной души, ее осознанием и воспитанием. Не зря во всех религиозных системах, которые придавали большое значение духовному совершенствованию человека, отводилось столь значительное место для этой своеобразной духовной «праздности», ибо только тогда человек мог работать с самим собой, возвращать свою личность. Досуг в современном обществе практически поглощен принудительным развлечением посредством ТВ; и различных шоу-программ. С помощью широко поставленной и заманчиво обставленной индустрии развлечения человек бежит от жизни с ее реальными проблемами, от себя, от других.

Рынок предъявляет массовый спрос на простую, понятную, пусть слегка глуповатую, но дающую простые и понятные ответы — дешевую идеологию: она предлагает простые объяснения и рецепты, создает хоть какую-то уверенность и определенность. Так, например, получил небывалую популярность в современной культуре фрейдизм, предлагающий иллюзию простого и легкого истолкования многих сложных проблем жизни; там же, где каких-либо комплексов изначально и не было, они навязываются, искусственно подвёрстываются, ибо обещают возможность легкого понимания ситуации или же введения ее в рамки общепонятного «как у всех» и «как обычно». Иллюстрацией к данному утверждению служат распространенные у нас многочисленные, например, бразильские сериалы (в частности, сериал «Во имя любви», где очень прямолинейно и примитивно истолковываются все выведенные З.Фрейдом комплексы) или дешевые западные мелодрамы, где подобный способ достаточно одностороннего способа объяснения всей многосложной жизни неявно, но постоянно предлагается зрителю.

В то же время в современном обществе речь идет именно об использовании философии Фрейда, но отнюдь не о внимании к ней как к способу истолкования жизни и культуры: если его философия строилась на утверждении, что культура подавляет и под культурными формами прячет в обществе сексуальность, свободное проявление которой угрожает его спокойствию, то в современной массовой

культуре сексуальное, напротив, всячески культивируется и провоцируется. При этом, однако, соответствующая информация модифицируется и подгоняется «под рост» интересов обывателя, которому интереснее «донжуанский список» А.С.Пушкина, чем сами его произведения<...> (мещанину традиционно приятнее не столько знать, сколько подглядывать, убеждая себя, что не так уж они велики, эти великие).

Таким образом, сама проблема пола в массовой культуре также подвергается девальвации, измельчению. Пол уже не осмысливается как форма биосоциального ритма организации культурной жизни человека, отражающей основополагающие космические ритмы «инь-ян», а его проявления не предстают ни как буйство природной стихии (как в романтизме), ни как куртуазная игра. Само чувство любви утратило высокий трагедийный накал, который позволял видеть в ее силе действие рока или проявление гения рода (А.Шопенгауэр), или неистовый разрушительный порыв созидания (М.Унамуно). И уж тем более она перестала представляться таинством, как у В.Соловьева или В.Розанова (о каких таинствах может идти речь в контексте передачи «Про это»). Здесь также планка снижена до заземленной профанации, до плоского юмора и всепроникающей и вездесущей, но импотентной эротике, ибо любовь заменена упрощенным механизированным ритуалом модульных отношений, в которых действуют не столько даже люди, сколько функции; поскольку функции являются типовыми и временными, то и партнеры взаимозаменяемы, так как скроены по стандартным лекалам безличностных массовых человек. Вся гамма смыслов — от космологии до психологии — заменена позиционированием. При этом само женское начало унижается, женщина всё настойчивее превращается из субъекта в объект сексуальных интересов, редуцируется в предмет потребления; в свою очередь, мужское начало примитивизируется, а сам его образ редуцируется к нескольким силовым функциям. Недаром в западной критике массовой культуры четко прослеживаются феминистские мотивы осуждения маскультурной практики стереотипизации образа женщины.

Замена человеческих отношений психотехнологическими манипуляциями, кризис личности, феномен духовно-чувственной недостаточности человека, его атомизация представляются опасным симптомом деформации социальности. Фактически культура замещается совокупностью социальных технологий, и происходящий процесс по сути становится процессом глубоко бескультурным, ибо внешняя цивилизованность всё дальше расходится с подлинным смыслом культуры как явления, принципиально социального по природе и смыслу и духовного по содержанию.

Итак, мощный поток разрозненной, сумбурной, неорганизованной информации буквально забивает восприятие, лишая человека возможности нормально размышлять, сопоставлять, анализировать. Совокупность сведений непрерывно меняется, трансформируется, составляя, как в калейдоскопе, то один, то другой узор. Это совокупное поле втягивает человека в себя, обволакивает, внушает ему нужные идеи, представления, мнения. При современной информатизированности общества, пишет Г. Тард, «достаточно одного пера для того, чтобы привести в движение миллионы языков». Современная экранная культура предлагает человеку информацию — здесь и сейчас. Это, конечно, способствует выработке представления о текущем, так сказать, моменте, но человек как бы разучается держать в голове долговременную перспективу, строить ее. Еще в 1964 г. Г. Маркузе в книге «Одномерный человек» обратил внимание на обусловленное экранной информацией формирование нового типа массового мышления. Психика в этом случае работает не в режиме осмысливающего восприятия (с его объемно-ассоциативным типом разворачивания, отстранения, остановок и возвратов), а в режиме импульсивного реагирования. В этом случае процессы происходят на досознательном уровне, информация не успевает осознаваться. Кроме того, коллажи и фрагменты монтируются так, что при всей своей красочности и даже выразительности не создают, а скорее разрушают целостное впечатление. То, что не воспринято в «один раз», при однократном предъявлении, уже не будет воспринято вообще. Разрушение глубинной объемности восприятия, когда к его процессу подсоединяется актуализация прежде воспринятого и пережитого, когда подключается пространство окрашенного глубоко личными ассоциациями воображения, приводит к формированию плоскостного, «комиксного» восприятия, вытесняющего привычку мыслить и переживать. Всё исчерпывается ближайшей реакцией и быстро «растворяется»; поэтому и вся художественная продукция должна быть «быстрорастворимой».

Характерное для постмодернистского типа повествования растекание по поверхности создает ощущение погружения в некую зыбкую субстанцию мысли, непосредственная линия развития которой теряется в уточнениях и отступлениях настолько, что подчас забывается, ради чего затеян весь разговор; часто оказывается, что этим затяжным вступлением в проблему всё и ограничивается. Несмотря на ложное глубокомыслие, видимость основательности, мысль не уходит в глубину предмета. Нередко сам процесс мышления как бы подменяется процессом «узнавания» очередного мифа, предлагаемого массовым искусством, и актуализацией заданного «переживания» его.

Практически вся реальность культурной жизни современного массового общества оказывается состоящей из мифов социально-художественной природы. Действительно, основные сюжеты масскульта скорее можно отнести к социальным мифам, чем к художественной реальности. Мифы выступают как своего рода симулякры: политические мифы — симулякры политических идеалов, мифы в искусстве — симулякры жизни, которая представлена не через художественное мышление, но через систему накачанной коммерческой энергией условных социальных схем. Массовизация разъедает все типы сознания и все виды занятий — от искусства до политики, — вызвав на арену социальной жизни особую генерацию дилетантов по профессии.

Как полагал Р.Барт, миф — это всегда альтернатива реальности, ее «другое». И создавая новую реальность, которая как бы обескровливает первую, миф постепенно замещает ее. В результате же существование реального противоречия не только не изживается, но воспроизводится в ином аксиологическом контексте и акцентуации и психологически оправдывается. Человек начинает воспринимать настоящую реальность через систему созданных масскультом и СМИ мифов, и уже эта система мифов кажется ему новой ценностью и подлинной реальностью. Современная система мифов выполняет роль адаптированной к современному массовому мышлению идеологии, которая пытается убедить людей в том, что навязываемые им ценности «правильнее» жизни, а отражение жизни более действительно, более правдиво, чем сама жизнь.

В этой ситуации непоправимый урон наносится прежде всего художественно-эстетической культуре. Еще Гёте отмечал, что массовому сознанию всегда важнее что, а не как; иными словами, художественная форма, всегда бывшая достоянием, как правило, высокого, элитарного искусства, теперь, практически в отсутствие оно, перестает быть отличительным признаком искусства вообще. Вспомним в этой связи слова Л.С. Выготского, утверждавшего, что именно форма и «есть то, что отличает искусство от неискусства».

Следствием непонимания этого обстоятельства становится не только обеднение художественной формы, но и обеднение формы человечности: массовая культура предлагает суррогаты чувств, жизнь заменяется в спорте — переживанием чужих страстей, в кино — страстей вымышленных. Современный ритм и прагматичность довершают дело обеднения переживаний, и в результате мы имеем не только карманные адаптации произведений классиков, но и утрату эстетических «чувствительных» способностей, ведущую к торжеству прагматизма, к примитивизации и обесцвечиванию восприятия мира, к банальности и бескрылости мышления. Человек начинает все меньше различать оттенки смысла и переживания, всё меньше отличаться от машин и, возможно, недалеко то время, когда сбудется мечта героя из антиутопии Е.Замятина «Мы»: человек станет машиноравен.

Подобное смещение акцентов, деформация иерархической структуры смыслов, мешанина идей и убеждений, неразличение ценностей и уровней, вся атмосфера полной культурной дезориентированности образуют тот триумф абсурда, о котором пишет Ж. Эллюль в своей книге «Технологический блеф», утверждая, что подобное ощущение пронизывает всю жизнь современного человека, отошедшего от всякой разумности, ушедшего из всякой логики. Не извечные, традиционные ценности человека — знания, любовь, добро, вера — становятся детерминирующим фактором современной реальности, а информационные технологии, которые проникают во все сферы, от частной жизни до международных отношений.

Итак, подводя некоторый промежуточный итог, можно сказать, что упомянутое отсутствие вертикальных векторов организации социокультурной жизни, включая распадение прежнего института духовно-культурной элиты, отсутствие ценностной иерархии бытия и его понимания, клишированность восприятия по навязываемым СМИ стандартам оценок, унификация стиля жизни в соответствии с господствующими социальными мифами порождают процесс гомогенизации общества, осуществляемый повсеместно, на всех его уровнях, однако отнюдь не в должном направлении. При этом процесс происходит не на лучших основаниях и в нежелательно широких масштабах. <...> Всё вместе это означает ослабление общих экзистенциальных перспектив развития общества.

Сложившийся социально-политический и культурно-психологический контекст, сам специфический тип господствующей культуры определяет и характерные черты массивифицированной личности. К ним можно отнести социальную дезориентированность относительно ценностей и приоритетов даже жизненно важного плана (цель и смысл жизни, жизненный идеал и т.д.). Одновременное распространение противоречивых, порою взаимоисключающих суждений приводит к тому, что сознание индивида оказывается погружено в своеобразный «бульон» непроваренной и взаимонесовместимой информации, что затрудняет адекватную ориентацию, порождает безразличие, апатию, анархичность в настроениях. Подобная ситуация вызывает психическую неустойчивость,

провоцирует не критичность, легковерие, внушаемость. Массовый человек обладает пониженной способностью к рассуждению, на него производит большее впечатление не аргументированный и обоснованный анализ, а энергичное, уверенное, пусть и легковесно-бездоказательное утверждение: подчиняя волю, оно снимает с человека необходимость принимать самостоятельное решение, а, следовательно, и нести ответственность. Массовый человек нередко может быть сентиментален, однако в то же время он нечувствителен к чужой боли, не склонен (в известной мере вследствие частичной атрофии эстетических чувств и способностей) к сопереживанию, эгоистичен, равнодушен к мнению, достоинству и даже жизни другого человека. <...>

В плане своего культурного проявления массовый человек характеризуется специфическим типом восприятия, порождаемым опытом жизни в контексте массовой культуры. Конвейеризация самого художественного производства, разбиение его на отдельные технологические операции — по типу любого другого производства — привели к подмене его духовно-смысловой значимости зрелищно-техническим совершенством. Самыми актуальными на ТВ, куда дальше и шире всего продвинулись информационные технологии, стали разного рода шоу, где человек, не напрягаясь, развлекается, ибо самым большим мысленным усилием для него становится здесь выбор между уже сформулированными точками зрения или позициями, которые, как правило, отличаются довольно несущественными деталями. <...>

В целом же массивифицированный человек отличается меньшей степенью подавления бессознательного, ибо в массовой культуре сознательно делается ставка на «подпольные» пласты психики, на иррациональную составляющую души, которая находится вне постоянного контроля сознания. Содержание этого «подпольного» пласта психики используется для оказания влияния на характер и поведение человека. У него легко высвобождаются инстинкты, ослаблены моральные запреты, он легко руководствуется простейшими, сиюминутными стимулами и мотивами. Человек массы импульсивен, переменчив, способен лишь к относительно краткосрочным программам действия. Особенностью массового человека становится то, что он не только отвыкает от отвлеченных умственных усилий, но и часто предпочитает иллюзии — действительности (об этом, в частности, пишет З.Фрейд), правда ему фактически безразлична, особенно если она ему неудобна и разрушает состояние спокойного полусна, в котором он пребывает. Такое состояние представитель американской трансперсональной психологии Ч. Тарт называет еще согласованным (координированным) трансом, считая это разновидностью измененного состояния сознания, в отличие от сознания, полностью осознающего себя. <...>

Условно все характеристики массового человека можно разделить на социальные, культурные, психологические, хотя на самом деле они взаимно определяют и перекрывают друг друга. Само массовое сознание определяется специфическими механизмами детерминации; оно имеет как внутренние устойчивые компоненты в виде общих установок, ценностей, ориентации, мотивов, так и внешние, подвижные его проявления в виде массовых настроений, отражающих изменчивую динамику состояний массового сознания. Тот, кто имеет возможность влиять на эти настроения, формировать или регулировать их, тот фактически управляет течением субъективной психической жизни масс. «Охватывая значительные количества людей, массовые настроения оказываются именно тем механизмом, который обеспечивает политико-психологическую интеграцию... и играет роль своеобразного «спускового крючка», как бы включающего, инициирующего, а затем регулирующего то или иное политическое поведение».

Размытость сознания массового человека и новое его переструктурирование, заданность специальной интегрирующей «сборки» приводит к утрате способности критического мышления, к управляемости через формируемые посредством СМИ настроения. Бессвязность мышления и фрагментарность модели мира, складывающейся у него, позволяют навязать ему нужную систему мифов, по которым человек будет выстраивать свою реальную жизнь и оценивать ее. Социальные психологи отмечают также повсеместную дебилизацию населения — у нас, в США, в Европе, — что расценивается как результат тотальной политики формирования массового человека. Это человек, искусственно маргинализированный, с точки зрения нормальных, традиционных человеческих ценностей. Используя становящийся у нас ныне нормой жаргон, можно сказать, что часто это намеренно «опущенный» человек — в социокультурном, психологическом, ценностном отношениях. <...>

Можно сказать, что массовая культура замахнулась на саму душу человека. И если мы говорили выше о вызревшем в массовом обществе массовом человеке, то теперь, с тем же основанием, можно говорить уже и о феномене массовой души. Когда Э. Фромм в 1923 г. в статье «Психоанализ и социология» сетовал на бытующий в социологии подход к человеку как к среднестатистической единице, обладающей некоей среднестатистической душой, то это была всего лишь метафора. Теперь же это становится самой что ни на есть реальностью. Тот же процесс, который привел к

сформированию уже упоминавшейся «толпы на дому», явился и причиной феномена, когда сама индивидуальная душа человека в массовом информационном обществе стала массовой.

Массовый человек, появившийся как продукт информационного общества, в результате всех используемых для модификации его сознания технологий и приемов становится, как было сказано вначале, условием сохранения и воспроизведения этого общества, ибо поддерживает и воспроизводит и саму систему ценностей, и систему власти. В этом назначение массового человека и причина культивирования его характерных качеств правящей элитой общества. <...>

Парадокс же всей ситуации и в то же время глубокий драматизм общества заключается в том, что оно требует соединения невозможного. Развивающийся диалог со становящейся всё более умной машиной, даже возможное противостояние ей требуют от человека вполне определенных соответствующих качеств для сохранения своего человеческого превосходства и «удержания командных высот»: гибкости интеллекта, высокого творческого потенциала, свободы и эвристичности мышления, незаурядных волевых качеств, чтобы всё это иметь и развивать. Современное же информационное общество с характерной для него установкой на формирование управляемой массы требует от человека и воспитывает в нем противоположные качества. Массовый человек не сможет справиться с проблемами, возникающими в современном обществе. И потому, во-первых, «феномен тотальной пассивизации человека» означает грозную опасность для общества в условиях все менее предсказуемого его развития в контексте все интенсивнее изменяющейся мировой ситуации. Во-вторых, сама характеристика массового человека обещает лишь унылую стагнацию однообразия, в то время как для гармонического развития культуры необходимо интегрированное многообразие и ее форм, и ее носителей, т.е. обеспечение богатого смыслового пространства мышления, восприимчивого к новому. «Не нужно особой зоркости, — пишет Р. Гвардини, — чтобы увидеть, сколько неповторимого должно будет погибнуть, если определяющей формой человека станет не высокоразвитый индивид, а множество похожих друг на друга человеческих единиц».

Можно сказать, что массовый человек соединяет в себе два из выделенных Э.Фроммом четырех непродуктивных для общества типов характера, различающихся ориентацией: пассивный, эксплуататорский, накопительский и рыночный. В частности, «рыночный человек» — это тот, кто видит в себе самом товар, не имеет чувства самоидентичности, оценивает себя в зависимости от своей успешности, не имеет лица... Таким образом, рыночный и в то же время пассивный характер создает облик человека массового, вдвойне непродуктивного для общества.

Сохранение же прежней тенденции на фатальное расхождение естественных потребностей развития общества и человеческого «материала» для его осуществления будет означать или безвыходность ситуации и обреченность социального организма, или установку на жесткую интеллектуальную стратификацию общества, преодоление его гомогенизации в заданных и управляемых пропорциях и направлениях. Если ничего общего с гласно формулируемыми демократическими пожеланиями и установками не имеет реально осуществляемая гомогенизация общества, то столь же ничего общего с ними не имеет и жесткая его стратификация. В любом случае оказывается, что интересы правящей группы расходятся с интересами естественного развития общества, а может быть и с выживанием человека — в его традиционно понимаемых характеристиках и с сохранением верности собственной его природе.

Таким образом, мы встаем перед реальностью, что массовый человек целиком становится объектом управления, что он перестал быть автором даже собственной своей жизни, т.к. утратил творческий потенциал, а также способность и желание его реализовать. Массовый человек не является и автором массовой культуры: ее создает не он, но для него — другие, те, кто ставит себе целью управлять массами и писать для них «содержание» и образ «их» жизни. Сам же массовый человек оказывается лишь пленником и данником этой массовой культуры.

Ипостаси человека без лица

Итак, массовизация общества в изобилии породила массовых людей как новую качественную разновидность человека, появившуюся в современном информационном массовом обществе. Всё больше становится массовых маленьких людей, уходящих бесследной тенью в культурное никуда. Всё длиннее становится список «пропавших без вести», т.е. проживших настолько незаметно свою бесцветную жизнь, потерявших свое уникальное человеческое лицо, что их можно считать прожившими без вести.

Массовая культура становится последним прибежищем маленького, среднего, среднестатистического человека и последней его летописью. Массовая культура существует с тех пор, как появилось деление на элиту и массу и соответственно на высокое и низкое («популярное», «массовое») искусство. И если высокое искусство было занято высокими страстями и недюжинными характерами, то масскульт был

адресован обычному человеку массы и его делал своим героем. Это всегда было проявлением демократизма массовой культуры, ее интереса к повседневной, негероической и незаметной жизни большинства населения любой страны, которое составляют обычные маленькие люди.

Так, например, традиционная русская культура всегда была внимательна и полна сочувствия к маленькому человеку, и для русской литературы этот тип в целом является программным и сквозным. В 60-ых годах прошлого века в России сформировалась сама идея маленького человека, получившая признание у философов и писателей. <...>

Здесь мы должны сразу оговориться: во-первых, произведения называемых нами авторов, рисующие жизнь маленьких людей, не были произведениями массовой культуры, это как раз были произведения высокой культуры, высокого гуманистического звучания; и, во-вторых, маленький человек вовсе не всегда оказывался человеком средним и заурядным. Но именно из этих произведений маленький человек как бы шагнул в свою большую культурную жизнь, а эстетика обыденности, повседневности хотя и много позже, но станет преимущественной эстетикой современной культуры.

Положение коренным образом меняется, когда масса выходит на историческую сцену; ее пришествие зафиксировал и проанализировал Х.Ортега-и-Гассет. Отличие прежнего маленького человека от современного не только в массовости последнего, но и в изменении самой его психологии и социальной принадлежности. Современный маленький человек имеет другую социальность и психологические черты, чем маленькие люди Чехова, Короленко или Достоевского.

<...> Достоевский в свое время четко поставил проблему «двух гуманизмов», выделив как бы два направления, два мировоззрения в гуманизме. Гуманизм как любовь к человеку, доверие к нему, вера в него, — если это соединено с религиозным чувством, — составляет человекоутверждающий пафос творчества самого Достоевского. Абстрактный же гуманизм, атеистический вариант любви к человеку вне присутствия Бога и даже на месте Бога, реально вытесняет не только Бога, но и действительную любовь к человеку. Отсутствие Бога знаменует отсутствие высших ценностей и самой цели человеческого существования. «Пейзаж без неба», провозглашенный Ф.Ницше, разворачивается в современной культуре, являя правоту Достоевского, утверждавшего, что отсутствие Бога нельзя заменить любовью к человечеству (тем более, когда есть сомнение относительно самой этой любви), «потому что человек тотчас спросит: для чего мне любить человечество?» И в самом деле, разве кто-нибудь может упрекнуть современного человека, будто он любит человечество? Утратив истинный масштаб любви, человечество утратило и саму способность к ней; то, что выдается за любовь, не более чем псевдолюбовь. Любовь к человечеству отвлеченна, любовь же к отдельному человеку сложна, а в неистинной системе координат оказывается и вообще невозможна.

Современная культура полна этой псевдолюбви, этой снисходительности к малости и слабости обычного человека, она с удовольствием легитимизирует мир маленького человека и его маленькие ценности. Закрывается тема гуманистического демократизма раннего этапа масскульты и открывается тема апофеоза мещанского идеала маленького человечка современного большого общества. <...>

И Сологуб, и Достоевский, и Горький, и Чехов, рисуя маленького человека, независимо друг от друга, но в согласии с реальностями жизни, как бы констатируют в своих изображениях этого человека две его неприглядные черты, которые, пожалуй, и определяют специфику всех его дальнейших «приключений»: истеричность и ограниченность. В них, как мы попытаемся показать дальше, скрываются корни, с одной стороны, его двуликости, определившей две разные ипостаси его социальной судьбы, с другой стороны — его неспособности (невозможности) правильно определить перспективу своего исторического бытия, что, в силу его массовости, фатально может предопределить судьбу всего человечества.

Массовая культура и современный массовый человек счастливо нашли друг друга. Глядя на свое отражение в зеркале массового искусства, массовый человек утрачивает ощущение собственной малости и слабости, ибо понимает, что он — «как все». Действительно, замечает Э. Фромм в «Бегстве от свободы», люди не смотрели бы без конца варианты одной и той же темы, если бы для них в ней не было чего-то близкого и сокровенного... Так, притягательность сюжета о Золушке отчетливо видна по кассовому сбору фильма «Москва слезам не верит», варианты его обыгрываются и в фильме «Служебный роман», и в более поздней «Остановке по требованию». Кроме того, масскульт дает обычному человеку способ ориентироваться в наиболее типичных ситуациях, сообщает минимум необходимых культурных сведений, которые позволяют ему вписаться в общество. Современный масскульт чутко улавливает страх маленького человека перед лицом открывающихся проблем и опасностей и дает ему избавление от него — пусть даже временное и иллюзорное. В качестве компенсации за безысходность своего серого существования маленький человек, не способный не только перестроить мир, но и изменить собственную жизнь, получает навешанный масскультом «сон

золотой», дающий ему забвение в грезах.

И человек не просто живет, но и хочет жить в этом мире иллюзий, помогающих ему переносить уже, может быть, и не трагичность, как прежде, но убожество реальной жизни. Однако ложность соотношений с реальной жизнью порождает ложное сознание, которое ослабляет человека в его человеческой природе и устремленности. В культурном отношении это уже своего рода люмпен, если не деклассированный, то декультурированный человек. Он выпал из адекватных культурных моделей и отказался от прежних культурных модусов понимания мира, но не имеет ни сил, ни желания выстроить новые, соответствующие ему, его жизни, его интересам. Он не отдает себе отчета, что этот пир — не его, что он только соглядатай, которого терпят настоящие хозяева и гости. И эта его культурная неукорененность, культурная обескровленность обуславливают его деморализованность и психологическую уязвимость. Сознание становится чувствительным к внушениям и манипуляциям со стороны любых активно действующих факторов, особенно если они представлены в красочных образах масскульта. Простейшие мотивы — выжить, утвердиться, получить желаемое — становятся главными в жизненной программе подобных людей, одновременно и объединяя их общностью целей и интересов, и разъединяя конкуренцией в устремленности к реализации их. Такая ситуация взращивает отмеченную еще А.В.Луначарским в статье «Мещанство и индивидуализм» двойственность натуры мещанина: соглашательство — и агрессивность.

Отсутствие механизмов культурного регулирования своих отношений с миром приводит к необходимости заимствования неких готовых форм, которые предлагает масскульт. Незамысловатые сюжеты массового искусства, узнаваемые типы и ситуации сообщают обывателю равновесие и спокойствие; простота мира, укладываемость его в привычные схемы сообщают ему чувство уверенности, довольства собой, удовлетворения собственной пронизательностью. Сложность реальной жизни редуцируется, всё трансцендентное одномерному бытию и оказывается, и воспринимается как ненужное. Действительно, будучи внимателен к миру и меркам маленького человека, масскульт при показе большого мира и великих людей, дает ему чувство самоутверждения через отрицание чего-то значимого, существующего в сознании как ценность, и это сообщает человеку некую иллюзию, а может, точнее сказать суррогат, внутренней свободы и достоинства, что позволяет ему пережить любовь к себе и получить оправдание собственного бытия. Однако такие подмены не проходят бесследно для внутреннего мира и души человека. Как пишет Д.С.Мережковский, «никакая порнография, никакие соблазнительные картины пороков не развращают так сердца человеческого, как ложь о добре, как банальные гимны добру, как эти горячие слезы наивных читателей над фальшиво гуманными чувствами и буржуазной моралью. Кто привык плакать над ложью, тот проходит с холодным сердцем мимо истины, мимо красоты» .

Из всех функций искусства масскульт успешнее всего выполняет функцию развлечения, и разрастание этой функции идет за счет утраты искусством его духовной составляющей. Именно прежде всего развлекательной считает массовую культуру американский социолог Х. Ганс, считая, что ее назначение — делать жизнь приятнее. Как можно больше игр разного рода, увеселений — когда человек вроде бы «при деле» и одновременно «как все»; тогда ему некогда и не надо думать. Ни мечты, ни фантазии масскульта не выходят за пределы банального. Своеобразная «духовная уравниловка» стандартизированного искусства создает стандартизированного человека, для которого в масскульте всегда готов «хэппи энд».

В целом масскульт, в результате, выполняет определенную охранительную функцию, позволяя держать массу маленьких людей в состоянии пассивных мечтаний. И массовый человек не замечает тривиального и нетворческого характера и своей жизни, и самой массовой культуры, которую он привычно потребляет. Массовый человек бесплоден, потому что не может быть создателем тот, кто не имеет духовной силы не плыть по течению, не быть как все. К тому же он лишен духовного измерения в своем восприятии жизни и не имеет аутентичных ориентиров. Массовая же культура и не беспокоит его в этом отношении, она льстит ему, убеждая, что если только он захочет, он получит всё, что ему нужно, — достаточно посмотреть наводнившие наши экраны южно-американские сериалы. «Литература, кино и телевидение, — пишет А.Зиновьев, — создают впечатление, будто «маленькие» люди ведут интересную и социально насыщенную жизнь. В реальности же их жизнь есть мещанская скука и столь же унылая работа по обеспечению этой скуки» .

В действительности жизнь маленького человека в современном обществе дает ему много разных возможностей. Развитие науки и техники расширяет для него мир и пределы его бытия, удовлетворяет его потребности и этим стимулирует их дальнейший рост. Простота получения благ, а также усилия рекламы и всей системы социального мифотворчества делает потребительство его естественным состоянием. При этом формируется и закрепляется позиция, противоположная творческой. Прежде всего, само индустриальное общество порождает массу нетворческих профессий и делает

нетворческими многие другие, в том числе искусство, превращенное в сферу производства. Потребительство становится доминирующей чертой, определяющей организацию его жизни и в материальном, и в духовном плане. Отчуждение от творчества, даже если человек не осознаёт этого, ощущается им как неполнота жизни и означает дальнейшую деградацию личности.

Духовное потребительство заменяет творческий дух, это своего рода активная и даже агрессивная апатия: человек всё время что-то требует от мира, но ничего не дает ему сам, даже часто не пытается что-либо предпринять: от пресыщенности, «усталости», дезориентации, лени, наконец. <...> Сознание ценности человеческой личности и самой человеческой жизни уступает место безразличию, которое может оборачиваться жестокостью. Потому столь популярны боевики с многочисленными убийствами, киллерами, всякими прочими ужасами, потому появляется игрушка «томагучи», имитирующая жизнь и смерть, которые вызываются на заказ. Уже у детей формируется представление о жизни и смерти как о чем-то игрушечном: достаточно нажать на кнопку, и «умерший» томагучи тут же оживёт. Удобная инфантильность не позволяет и в дальнейшем сформировать серьезное, адекватное отношение ко многим жизненно важным вопросам, и даже свою собственную жизнь человек не столько проживает, сколько имитирует стереотипы, предлагаемые масскультом.

Как уже говорилось, человек массы существовал всегда: исследователи обнаруживают существование различных форм массовой культуры и в античные времена, и в эпоху средневековья, и в культуре Возрождения. Но в обществе, ориентированном на традиционную систему ценностей, массовый человек, как уже отмечалось выше, прежде был всегда встроен в определенную социальную «иерархию статусов» — социальную и культурную. Общество в целом не только никогда не равнялось на вкусы и настроения массового человека, но и считало необходимым смягчать и должным образом «адаптировать» культурно не артикулированные формы проявления этих вкусов. Ни его присутствие в культуре, ни мир его личности не были определяющими в культуре. Что же касается образованных слоев общества, то и они сегодня не сумели сохранить для себя элитарную культуру в прежнем ее значении, они также вынуждены довольствоваться масскультом; как замечает по этому поводу А.А.Зиновьев, современная элита в этом смысле похожа на древнеримскую аристократию, которая имела «привилегированные места, но смотрела те же зрелища, что и плебс, причем аристократия стремилась видеть зрелища ближе и детальнее». Так что в современном обществе человек массы не только не ощущает какой-либо своей культурной недостаточности (вспомним Шарикова из «Собачьего сердца» М.Булгакова), но, напротив, оказывается наиболее удачно вписавшимся в «интерьер» этого общества, приспособленным к нему. Масскульт становится идеальным механизмом для массовой искусственной фабрикации Шариковых. <...>

Сам демократизм массовой культуры стал мнимым, ибо действительный демократизм не означает необходимости смыслового и ценностного смещения восприятия. <...>

Мещанин и масскульт взаимно формируют друг друга, общими усилиями создавая некий облегченный вариант искусства, а затем уже облегченное потребительское отношение к этому искусству переходит в нежелание думать, затем в неспособность ко всякому творческому и даже критическому усилию мысли, что формирует и отношение к самой жизни. Принцип получения удовольствия становится смыслообразующим мотивом поведения и деятельности человека, ставшего потребителем. Предпочтение мира внешних впечатлений миру внутренних переживаний и размышлений требует и от искусства лишь удовольствия, разрядки, компенсации. <...>

Пошлость и усредненность мировосприятия массового маленького человека приводят к тому, что его самоутверждение может принимать некие отклоненные формы. Представляется, что вариантом такой отклоненной формы становится желание снизить то идеальное, высокое, светлое, что массовый человек может наблюдать, но не способен чувствовать. Выражениями этого становятся деромантизация и дегероизация. Вместо романтизма в его мировосприятии присутствует сентиментальность, герой же приобретает облик «супермена», который настолько отдален от реального человека, что не вызывает у человека маленького ни зависти, ни желания (возможности) подражать. Отсюда популярность в масскульте образа супермена, обладающего отчетливыми сверхвозможностями и сверхкачествами. Маленький человек с удовольствием наблюдает за похождениями и подвигами супермена, но это никак не посягает на его спокойное существование и не нарушает его психологического покоя мечтами о чем-то подобном. <...>

В конечном счете деромантизация и дегероизация «сообща» утверждают антигуманность в отношениях и представлениях людей друг о друге. Философская идея сверхчеловека, как бы к ней ни относиться, в масскульте оказывается опущена до имиджа супермена, сам образ человека сводится к изображению зомбированного масскультовскими мифами существа, чье сознание насквозь структурировано немногими, но настойчиво внушаемыми идеями, которые в совокупности образуют некий «каркас», определяющий мотивации, оценки, поведение. Масскульт снижает планку любой

идеи, любой проблемы, любого явления — до роста своего потребителя, тем лишая и человека, и саму действительность (в ее понимании и изображении) их истинного уровня и значения.

В обычной жизни дегероизация принимает форму опрошения, снижения, обыденизации. Обыватель с удовольствием видит на экране телеведущего в подтяжках, певца в майке или разношенном свитере, который обычным голосом поет об обычных людях, он слушает теледиктора, говорящего на языке улицы, употребляя те же выражения вплоть до жаргонных и так называемых блатных; это атмосфера кухонных сплетен на показываемых по ТВ тусовках, это безвкусная, сниженная интеллектуально реклама и т.п. Намеренная дегероизация, тенденция на снижение восприятия сочетается со столь же откровенной пошлостью. Так, в рекламе, демонстрировавшейся на ТВ в том числе и 23 февраля, звучало: «В жизни всегда есть место подвигу — и это место должно быть отдано рекламе».

Повседневность, поглощающая внимание, сознание, саму жизнь обывателя, как никогда сильна и всеохватывающа. Она специально расширяется с помощью рекламы «мелочей быта», которые заслоняют и вытесняют из сознания всё остальное, несиюминутное. Информационное окружение, специально структурированное, чтобы тотально охватывать и контролировать сознание, заставляет человека целиком психологически уйти в эту повседневность, усиливая ее черты, ее давление на жизнь человека. Повседневность приукрашивается, расцветивается, облекается в заманчивые соблазны, чтобы надежнее уловить в свои сети сознание, отвлечь от непреходящего, вечного, истинного.

Бесконечное смакование мелочей повседневности отнюдь не становится средством раскрытия поэзии жизни, напротив — оно всю жизнь превращает в прозу, ибо невозможно, как бы мы ни старались, опозитизировать, например, жевательную резинку или дезодорант. Тем более что целью этого и не является опозитизирование жизни — нас просто хотят любым способом убедить купить данный товар.

Дегероизация не столь безобидна, как это может показаться. Тенденция к дегероизации человека и его жизни опирается на скрытую нигилистическую мысль относительно природы и сущности человека. Во множестве триллеров, детективов, боевиков (взять хотя бы серию на ТВ «Черная комната») проводится мысль, что от человека нельзя ждать хорошего, он всего лишь похотливое, беспринципное животное, сплошь способное на предательство. И если его обманывают или убивают, то ничего другого он и не заслуживает. Вспомним рекламу печенья «Бартонс» с использованием образа Шерлока Холмса: «Кто украл печенье?.. Устоять невозможно!» Реклама, адресно направленная на обывателя, — это сплошное похвальное слово глупости, предательству и пошлости.

В то же время З.Фрейд совершенно справедливо писал, что человеку необходим герой, поэтому человечество испытывает потребность в героях и героическом. Герой, верный своей миссии, способен приподнять целый пласт человеческой жизни. Герой развенчанный — понижает уровень человеческой жизни и уровень оценки человеком в том числе и самого себя. Дегероизация имеет результатом девальвацию человека со стороны его человеческой ценности, дискредитацию человеческой природы. Ведь герой — не просто идеал, но свидетельство положительного проявления человеческой природы в экстремальных условиях, которые обнажают действительную его сущность. Может быть, героем становится не каждый, но в природе каждого заложен, до поры до времени скрыт этот потенциал, позволяющий развернуть всё богатство человеческой личности и человеческого духа. И надо иметь представление о своих вершинах, чтобы тем самым иметь адекватную точку отсчета в оценке своих проявлений. Так, например, Тургенев в хрестоматийных «Отцах и детях» рядом с Базаровым дает образ Рахметова.

Героическая личность сообщает истинный масштаб человеческому бытию. Дегероизация как сознательный психологический прием очень удобна, ибо помогает человеку избежать сожалений о нереализованных возможностях, укоров и даже порою угрызений совести, а все требования и мечты перенести на фигуру супермена. <...>

Эта психология во многом делает понятным и невероятный конформизм массового человека, его соглашательство, его склонность к подчинению власти в любой ее форме (авторитет, насилие и т.п.). Его конформизм и гибкость лишают массового человека индивидуальности. В его манерах, одежде, образе жизни, устройстве и обстановке дома, семейных отношениях и проч. он подлежит власти стандартов. Телевидение в целом и реклама в частности выполняют для него роль врача, психоаналитика, консультанта по различным вопросам, помогающие ему решить, как жить, как отдыхать, как одеваться. «Появились люди, — пишет К. Ясперс, — как будто отказавшиеся от всякого самобытия, для которых ничего как будто не имеет ценности, которые по воле случая переходят от одного мгновения к другому, равнодушно умирают и равнодушно убивают...» . <...>

Однако человек без лица, без индивидуальности в то же время остается индивидуалистом. Он — в массе таких же, как сам, но он один. Каждый — один на один со своим телевизором, своей газетой, которые не оставляют его один на один с самим собой. Это новое явление современного общества —

толпа атомов, особо-отдельных, но одинаково-неразличимых. <...> Качественная жизнь заменяется количественным присутствием, реальная свобода «быть» — фикцией ее, создаваемой видимостью «иметь».

Сделав выбор в пользу «иметь», человек массы всё чаще и себя определяет через то, чем он сам обладает, что он потребляет, и т.д. При этом он как бы теряет некое единство целостной личности и предстаёт как набор определенных характеристик или свойств, который может производить впечатление личности. Подобная видимость личности образует, если воспользоваться одним из излюбленных терминов постмодернистов, своеобразный симулякр личности. <...>

Отсутствие индивидуальности, каких-то глубоких интересов, внутренняя пустота оставляет место для вторжения чужих идей и вкусов, чужих мнений и чувств. Поэтому обыватель внушаем и подвержен резким переменам в своих взглядах и настроениях. Но, с другой стороны, раз и навсегда усвоив несколько прописных истин, он способен не только руководствоваться весьма случайными идеями и установками, но и агрессивно навязывать их другим в качестве обязательных. Известно, что чем меньше человек знает, тем легче ему категорично судить о чем-либо. Ограниченность, отсутствие дисциплины мыслительной деятельности, неразвитость эмоциональной сферы, но при этом непоколебимое чувство самодостаточности определяют, по словам Х. Ортеги-и-Гассета, своеобразный герметизм сознания, не пропускающий в себя размышления, сомнения и т.п. Эта закупорка души, замкнутость на себя определяет бесцеремонность и безапелляционность суждений и решений. Таким образом, человек массы легко управляем и в то же время склонен к тирании. <...>

Действительно, мещанин-конформист и приспособленец становится в других обстоятельствах волюнтаристом и бунтарем. Обе эти возможности равно вероятны и латентно присутствуют в истерическом характере мещанина, что объясняет его любовь к крайностям и объясняется отсутствием чувства меры, которое обычно воспитывается порядком и дисциплиной культурной работы сознания. В критические моменты обе эти крайности могут обнаружиться, нарушив неустойчивое равновесие характера, а в экстремальных ситуациях — перейти в свою противоположность. Современное общество предельно мифологизировано, и от того, какой из мифов актуализируется на данный момент в сознании человека, зависит вариант его поведения. Человек толпы — авторитарный человек; будучи лишен всякой оригинальности, он с легкостью меняет взгляды, подчиняясь авторитету, и точно так же готов объявить авторитетом себя. «Массы, — пишет Г. Лебон, — осуждены беспрестанно колебаться между самой бешеной анархией и самым грубым деспотизмом..., их однодневные божества скоро становятся их жертвами» . <...>

Таким образом, массовый мещанин вполне доволен массовой культурой, которая не отягощает его непосильной мыслительной работой, не заставляет решать сложных жизненных и нравственных проблем. <...>