

*Е. Е. Никитюк*

## **О содержании термина «массовая культура» в исследованиях западных и китайских авторов**

*Рассматриваются содержание понятия «массовая культура» и осмысление данного феномена западноевропейскими, американскими и китайскими авторами. На основе проведенного сопоставления рядов синонимичных английских и китайских терминов, связанных с массовой культурой, анализируются подходы к определению «масс» в западной и китайской философской общественной мысли, обусловленные историческими процессами XX в., демократическими преобразованиями. Отмечается наличие различных подходов к определению сущности массовой культуры у американских, западноевропейских и китайских авторов. Выявляются специфические особенности китайской массовой культуры, подчеркивается ее просветительская роль, позитивный характер и связь с официальной культурой.*

Научный интерес к массовой культуре возник на рубеже XIX–XX вв., когда появились понятия «массовое общество», «массовое производство» и «средства массовой коммуникации». Новый тип культуры за период, охватывающий почти столетие, прошедшее с выхода социально-философского трактата Хосе Ортега-и-Гассета «Восстание масс», стал неотъемлемой частью жизни современного человека, его образа и стиля жизни. Благодаря высоким темпам развития технологий, процессам глобализации и культурной интеграции массовая культура стала явлением, получившим широкое распространение во всех странах мира. Несмотря на ее интернациональный характер, в каждой стране она обладает определенной спецификой, обусловленной ходом исторического развития и культурными традициями. Развитие китайской массовой культуры, как и в странах Запада и Советском Союзе, было связано с ростом промышленного производства в XX в., внедрением новых технологий и изменением роли средств массовой информации в жизни общества.

*Цель статьи* – проанализировать содержание термина «массовая культура», рассмотреть классификацию видов культуры в исследованиях западных и китайских авторов, проследить синонимию и антонимию английских терминов, связанных с «mass culture», используемых в теории массовой культуры, массового общества и культурной индустрии, и сравнить с семантикой понятия «大众文化» в ряду терминов, которые употребляются китайскими авторами в исследованиях феномена массовой культуры.

Рассмотрим концепты «массы» и «массовая культура» в социально-философских и культурологических работах западных авторов начала – середины XX в.

Оценки массовой культуры на протяжении всего периода ее изучения менялись от резко негативных до нейтральных и даже положитель-

ных. Выходом книги «Восстание масс» (1926) был зафиксирован новый этап в развитии западной и мировой культуры, а также появление такого феномена, как «массовая культура», связанного с новой ролью «масс», которые получили определение «толпы, возникшей на авансцене общества» [2, с. 17]. Х. Ортега-и-Гассет понятия «толпа», «масса» толкует в логике гегелевской диалектики: «Толпа – понятие количественное и визуальное: множество. Переведем его на язык социологии. И получим “массу”. Общество всегда было подвижным единством меньшинства и массы. Меньшинство – это совокупность лиц, выделенных особыми качествами; масса – не выделенных ничем <...> Масса – это “средний человек”. Таким образом, количественное определение – множество – переходит в качественное. Это – совместное качество, ничейное и отчуждаемое, это человек в той мере, в какой он не отличается от остальных и повторяет общий тип» [Там же, с. 17–18].

По мнению Х. Ортега-и-Гассета, массовому человеку как «антропологическому продукту» свойственны беспрепятственный рост жизненных запросов и врожденная неблагодарность ко всему, что облегчает его жизнь.

В статье «Masscult&Midcult» (1960) американский критик, писатель и философ Дуайт Макдональд отмечал, что массовая культура в лучшем случае является опошленным отражением высокой культуры, а в худшем – ночным кошмаром культуры [5, р. 34]. Он ввел термин «масскульт», утверждая, что это вообще не искусство, а антиискусство и пародия на высокую культуру [Там же, р. 4]. В то же время он уточнял, что критикует масскульт, так как верит в возможности обычных людей.

Д. Макдональд писал, что термин «человек массы» – это «теоретическая конструкция, некая цель, к которой нас толкают, но которой мы никогда не достигнем» [1]. Представители франкфуртской школы М. Хоркхаймер и Т. Адорно в «Диалектике просвещения» (1947) подчеркивали зависимость массовой культуры от монополий производства. По их определению, культурная индустрия, создающая массовую культуру, представляет собой «...замкнутый круг между манипуляцией и являющейся реакцией на нее потребностью, делающий все более плотным <...> единство системы», а массовая культура, на их взгляд, «в условиях господства монополий является идентичной» [3, с. 150]. И «Восстание масс», и «Диалектика просвещения», и «Masscult&Midcult» отражают пессимистичные оценки массовой культуры, называя ее произведения массовым культурным продуктом, не отличающимся художественной ценностью и не преследующим цели создания уникального по художественным достоинствам произведения искусства. Из основных функций массовой продукции ученые в этих работах выделяют развлечение и расслабление, а способ восприятия произведения массовой культуры – потребление. Таким образом, искусственная, лишенная собственного стиля массовая культура противопоставляется культуре высокой.

В XX в. – в эпоху интенсивного роста производственных мощностей и стремительного развития новых технологий – массовая культура является «революционной силой, сметающей все прежние классовые барьеры, традиции, вкусы и нивелирующей все культурные различия, которая все перемешивает, создавая то, что может быть названо гомогенизированной культурой <...> Она разрушает таким образом все ценности, поскольку оценочные суждения подразумевают дискриминацию. Массовая культура очень <...> демократична: она абсолютно отказывается от каких-либо различий между кем или чем-либо. Все перемалывается на ее мельнице» [5, р. 11–12]. Исследования этого культурного явления в начале – середине XX в. содержат преимущественно критические научные взгляды и негативные оценки феномена массовой культуры, причем западные авторы отмечают возможность использования массовой культуры в качестве инструмента манипулирования массовым сознанием. Противопоставление единичного, уникального, исключительного, индивидуального – с одной стороны, и усредненного, шаблонного, тиражируемого, массового – с другой, представляется значимым, так как эта оппозиция является ключевой в определении специфики массовой культуры большинством авторов.

Приведем несколько примеров более нейтральных, на наш взгляд, определений массовой культуры. Так, в статье «Об определении массовой культуры» Рэя Б. Брауна массовая культура «есть все в жизни, те ее составляющие, которые не относятся к сугубо интеллектуальной или элитарной сфере и которые, как правило, хотя и не обязательно, распространяются СМИ» [цит. по 6: р. 21]. В эссе «Apostolici e integrati» (1964) Умберто Эко массовая культура рассматривается «как явление антропологического порядка, используемое для определения конкретного исторического контекста (в одном из которых мы живем)» [4, р. 32]. Автор вводит понятия «массовая цивилизация» и «массовое потребление информации» и отмечает парадоксальную природу современной культуры: культурный продукт, будучи предназначенным для социальных низов, создается буржуазией, использующей средства массовой коммуникации, транслирующие послания и содержащие социальный код правящих классов [Там же, р. 29].

Таким образом, выделим две тенденции в оценках западными авторами массовой культуры как феномена, которые представляются важными для понимания ее природы и содержания: 1) массовая культура оценивается как негативное явление, как культурная индустрия, тиражирующая не имеющий художественной ценности продукт, предназначенный для массового потребителя, и противопоставляется высокой и элитарной культуре; 2) массовая культура может рассматриваться в качестве инструмента, с помощью которого одни общественные слои транслируют свои ценности и идеологию другим социальным классам.

Исходя из множественности трактовок понятия «массовая культура», попытаемся выделить то общее, что присутствует во всех опреде-

лениях, и дать формулировку термина: под массовой культурой подразумевается культурный продукт коммерческого характера, предназначенный для массового потребителя (читателя, зрителя, слушателя и т. п.); это тип культуры, появившийся в конце XIX в., тесно связанный с развитием технологий и культурной индустрии, тиражирующей культурный продукт в массовых масштабах.

Другим важным компонентом в исследовании является классификация видов культуры западными и китайскими авторами. В работах западных аналитиков начала – середины XX в. феномен массовой культуры чаще оценивается негативно и воспринимается как явление, свидетельствующее скорее о деградации общества и культуры. Начиная с того, что «масса – это посредственность» [2, с. 22], а массовая культура – это «культура, которая производится в массовых масштабах для продажи на рынке» [5, р. 3], устанавливается противопоставление высокой, элитарной культуры (high culture, elite culture) и массовой культуры (popular culture, mass culture). Подобная антонимия прослеживается и у исследователей массовой культуры в Китае в бинарных оппозициях: 高雅文化 – 通俗文化 (высокая культура – популярная культура), 精英文化 – 大众文化 (элитарная культура – массовая культура).

Для иллюстрации синонимии английских понятий, связанных с видами культуры, обратимся к статье «Masscult&Midcult» Д. Макдональда, где использовались термины high culture (высокая, элитарная культура), folk culture (фольклор), masscult/mass culture (маскульт или массовая культура) и midcult (тип культуры, отличающейся от элитарной и массовой), и сопоставим с примерами в работах китайских авторов. Так, англоязычному термину high culture соответствует китайский 高雅文化 (высокая культура), elite culture – 精英文化 (элитарная культура), folk culture – 民俗文化 (фольклор), mass culture – 大众文化 (массовая культура). Следует отметить, что если в работах западных исследователей встречается употребление терминов «high culture» и «elite culture», «folk culture» и «popular culture», «mass culture» и «popular culture» как синонимичных, то и у китайских авторов также находим аналогичную синонимию. Так, в ряду китайских терминов, обозначающих высокую (high culture), элитарную культуру (elite culture) встречается использование 高雅文化 (высокая культура), 精英文化 (элитарная культура); в ряду терминов, обозначающих народную культуру (popular culture) и фольклор (folk culture) – 民俗文化 (фольклор), 民间文化 (народная культура), 通俗文化 (доступная, распространенная, популярная культура); в ряду терминов, синонимичных понятию «массовая культура» (mass culture, popular culture, masscult, midcult), – 大众文化 (массовая культура), 流行文化 (современная популярная культура, поп-культура, массовая культура), 普及文化 (гонконгский термин для обозначения массовой культуры), 通俗文化 (доступная, распространенная, популярная культура, массовая культура).

Наличие синонимии позволяет предположить, что используемая в китайской литературе терминология частично носит заимствованный характер, что подтверждается при сопоставлении ее с англоязычными вариантами. Сложность и двойственный характер англоязычного понятия popular culture (народная культура и массовая культура) присутствует в китайском термине 通俗文化, имеющем значение «распространенной, доступной, популярной культуры». Обратим внимание на семантику этого термина: 通俗文化. Как отмечают Янь Юйган и Лю Цзысюн, в китайской истории существовало понятие 通俗 («популярный, общедоступный»), под «популярной, народной» (通俗文化) понимается тот вид культуры, ее качественный уровень, который связывает элитарную (高雅文化) и народную культуру, фольклор (民俗文化). В традиционном китайском понимании популярная культура (通俗文化) занимает промежуточное положение между элитарной и народной (фольклором) (雅俗之间的文化). Причем популярная культура и фольклор являются типами культуры, характеризующими доиндустриальный период развития общества, термины же «массы» (大众) и «массовая культура» (大众文化), широко употребляемые в научных источниках, являются западным заимствованием [11, с. 17]. Несмотря на то, что в англоязычной литературе нами не были найдены термины, которые соответствовали бы понятиям 主流文化 (ведущая культура), 主导文化 (официальная, доминирующая, руководящая культура, масскульт), в синонимичном ряду с ними можно было бы поместить термин «masscult» с оговоркой, что под масскультом подразумевается вид культуры, выполняющий функцию инструмента официальной государственной идеологии.

Рассмотрим, какой смысл вкладывается в содержание понятия «массовая культура» в Китае. В современной научной литературе для его обозначения принят термин 大众文化, первые два иероглифа которого 大众 означают «народ, широкие народные массы», а иероглифы 文化 – «культура». Однако семантика этих терминов отличается от той, которая используется в классической теории массового общества и культурной индустрии, так как здесь под «массами» подразумевается «народ, широкие народные массы», а сам термин не несет той негативной коннотации, которую имеет английский термин mass culture/masscult. Появление «масс» на исторической арене Китая принято связывать с революционными и демократическими преобразованиями, которые восходят к «Движению 4 мая» (1919) и деятельности «движения за искусство для простого народа» (平民文学运动), ставивших целью повышение культурного уровня и просвещение народных масс (大众) и предвосхитивших появление китайской массовой культуры (大众文化) [9, с. 201]. Массовая культура становится социальным явлением. Благодаря деятельности Лиги левых писателей Китая (создана в 1930 г.), развернувшей массовое движение по популяризации литературы и искусства среди простого народа (文艺大众化运动), она выполняет просветительскую

функцию. Важность данной функции массовой культуры подчеркивалась и Мао Цзэдуном, отмечавшим, что новая демократическая культура – это культура широких народных масс (大众的文化), где «массы» обозначают бедный трудовой народ с низким культурным уровнем («大众» 特指文化水平低的贫苦劳动人民) [11, с. 17]. Благодаря просветительской функции массовая культура в Китае традиционно рассматривается как явление позитивное и не имеет тех негативных оценок, которые характерны для классической западной теории массового общества и культурной индустрии. Сегодня у современных китайских авторов можно встретить различные трактовки понятий «массовая культура», «массовое общество». Одни авторы в большей степени следуют западной теории массовой культуры и массового общества, другие – в меньшей, однако все в значительной степени сохраняют принятый официальный подход, важную роль в котором играет идеологическая составляющая. С точки зрения тайваньского ученого Хан Чжи, массовая культура является специфическим продуктом индустриальной эпохи или продуктом общества массового потребления, возникшим и существующим в городской среде, «...это культурная продукция, распространяемая в массовом обществе посредством печатных и электронных СМИ, ее очевидной характерной особенностью является то, что она предназначена для массового потребителя, в связи с чем обладает такими специфическими особенностями, как шаблонность и лжеиндивидуализированность» [8, с. 141]. Профессор Пекинского университета Чэнь Ган (陈刚) называет массовую культуру порождением индустриального общества, предназначенным для массового городского потребителя, «это стандартизированная, неглубокая по содержанию, легко воспроизводимая продукция, созданная по законам рынка и распространяемая средствами массовой информации» [10, с. 22–23]. Как отметил ученый Тао Дунфэн (陶东风), все перечисляемые в определении массовой культуры признаки – убожество текста, общинческие или пособнические отношения с властью, коммерциализация, пассивность – утратили беспристрастность. На его взгляд, природа массовой культуры двойственна – это повседневная культура, тесно связанная с обществом, а массы – это не абсолютно пассивные потребители, у них есть способность активного участия в интерпретации собственных вкусов и желаний [7, с. 110].

Таким образом, содержание термина «массовая культура» в Китае отличается от того смысла, который вкладывается в это понятие американскими и западноевропейскими авторами. Отличие основывается на различии восприятия «масс», которые в понимании китайских авторов – это «простой народ, широкие народные массы», в то время как у западных авторов «массы» ассоциируются сначала с толпой, в дальнейшем – с потребителями продукции культурной индустрии. Общим в понимании термина западными и китайскими исследователями является признание коммерческого характера массовой культуры и ведущей роли СМИ в распространении и тиражировании культурного продукта.

Главная отличительная особенность китайской массовой культуры заключается: 1) в ее тесной взаимосвязи с официальной идеологией и типом культуры, который в китайской научной литературе называется ведущим, господствующим или официальным; 2) в просветительской роли, которую она играла в начале – середине XX ст., благодаря чему китайские авторы ее оценивают как прогрессивное явление, оказывающее положительное влияние на развитие общества.

1. Макдональд, Д. Масскульт и мидкульт [Электронный ресурс] / Д. Макдональд // Режим доступа: <http://tehne.com/event/arhivsyachina/duayt-makdonald-masskult-i-midkult-1960>. – Дата доступа: 18.09.2019.

2. Ортега-и-Гассет, Х. Восстание масс / Хосе Ортега-и-Гассет. – М.: АСТ, 2002. – 509 с.

3. Хоркхаймер, М. Диалектика просвещения. Философские фрагменты : пер. с нем. / М. Хоркхаймер, Теодор В. Адорно. – М. ; СПб. : Медиум : Ювента, 1997. – 312 с.

4. Eco, U. Apocalypse postponed / U. Eco. – Indiana: Indiana Univ. Press, 1994. – 227 p. – (Apocalyptic and Integrated Intellectuals: Communications and Theories of Mass Culture).

5. MacDonald, Dwight. Against the American Grain / Dwight MacDonald. – New York: Da Capo Press, 1983. – 427 p.

6. Popular culture theory and methodology: a basic introduction / ed.: H. Hinds [et al.]. – Madison: The Univ. of Wisconsin Press, 2006. – 412 p.

7. 陶东风. 阐释中国的焦虑: 转型期时代的文化解读 / 陶东风, 金元浦. – 中国国际广播出版社, 1999 年版. – 430 页 = Тао, Дунфэн. Объяснение обеспокоенности Китая: интерпретация культуры переходного периода / Дунфэн Тао, Цзинь Юаньпу. – Пекин: Изд-во Междунар. радиовещ. компании Китая, 1999. – 430 с.

8. 杭之. 一苇集 / 杭之. – 生活·读书·新知三联书店, 1991 年版. – 238 页 = Хан, Чжи. Тростниковая коллекция / Чжи Хан. – Пекин: Новые знания, 1991. – 238 с.

9. 金民卿. 文化全球化与中国大众文化 / 金民卿. – 北京: 人民出版社, 2004. – 475 页 = Цзинь, Миньцин. Глобализация и массовая культура Китая / Миньцин Цзинь. – Пекин: Нар. изд-во, 2004. – 475 с.

10. 陈刚. 大众文化与当代乌托邦 / 陈刚. – 作家出版社, 1996 年版. – 163 页 = Чэнь, Ган. Массовая культура и современные утопии / Ган Чэнь. – Пекин: Писатель, 1996. – 163 с.

11. 闫玉刚. 大众文化通论 / 闫玉刚, 刘自雄. – 3 版. – 北京: 中国广播影视出版社, 2017.11. – 286 页 = Янь, Юйган. Введение в теорию массовой культуры / Юйган Янь, Лю Цзысюн. – 3-е изд. – Пекин: Изд-во телерадиокомпании Китая, 2017. – 286 с.

E. Nikitsiuk

#### **About the content of the concept of "mass culture" in studies of Western and Chinese authors**

*The content of the concept of "mass culture" and the interpretation of this phenomenon by Western European, American and Chinese authors is considered. Based on the comparison of a series of synonymous English and Chinese notions related to the mass culture, the approaches to the definition of "masses" in Western and Chinese philosophical social thought, due to the historical processes of the XXth century and democratic transformations, are analyzed. It is noted that American, Western European and Chinese authors have got different approaches to determining the essence of the mass culture. Specific features of the Chinese mass culture are determined, its educational role, positive nature and the connection with the official culture are emphasized.*

Дата паступлення артыкула ў рэдакцыю: 14.10.2019.