

ГРИГОРИЙ ЛЬВОВИЧ ТУЛЬЧИНСКИЙ



Профессор Санкт-Петербургского Государственного университета культуры и искусств.
Доктор философских наук.
Постоянный автор альманаха.
E-mail: toulch@gt1263.spb.edu

МАРКЕТИЗАЦИЯ ГУМАНИЗМА.

Массовая культура как реализация проекта Просвещения: российские последствия

Проект гуманизма реализован

Массовая культура – закономерный этап развития цивилизации, связанный с персонологическими установками иудео-христианского мировоззрения, реализованными европейской цивилизацией посредством развития рыночной экономики, индустриализации, подкрепленной НТП, развитием СМИ и информационных технологий, урбанизации и демократизации политической жизни. Массовая культура парадоксальным образом реализовала проект Просвещения и его гуманистический лозунг «Все на благо человека, все во имя человека!» Перефразируя известный советский анекдот, можно добавить: «И мы знаем этого человека». Это каждый из нас. Рыночная экономика и массовая культура буквально воплотили в жизнь гуманистическую программу в механизме *«всевозрастающего удовлетворения всевозрастающих потребностей»*¹.

Массовое общество и массовая культура потому и совершили столь успешную экспансию, несмотря на очевидные издержки и гневные проклятья со стороны «гуманистов» и прочих «демократов», что являются реализацией и проявлением эволюции и диверсификации долгой исторической культурной и нравственной традиции. Масса, массовая культура, массовое сознание лишь явили наиболее полную и развернутую форму этой установки. Они – продукт достаточно длительной социальной «дрессуры» на основе гуманистических идеалов вроде «человек – венец природы», «неотчуждаемые права человека» и т.п. Реализация программы дала неожиданный и ошеломляющий результат. Ориентацию на труд (духовный, интеллектуальный, физический), напряжение, заботу, созидание и эквивалентный (справедливый) обмен сменила ориентация на дары, карнавалы, организованный другими праздник жизни. Совершился переход от типа личности, ориентированной

¹ Кстати, именно так формулировался «основной закон социализма» в программных документах КПСС.

«изнутри», к типу личности, ориентированной «извне». Возникла и утвердилась нетерпеливая посредственность, безапелляционно притязаящая на все блага мира. Казавшаяся ранее безусловно ценностно значимой установка «все для человека» и многовековая работа и борьба, сопровождавшаяся немалыми жертвами, привели к возникновению множющейся массы людей, желающих только одного – чтобы их кормили, поили и всячески улаживали.

Маркетизация ценностей

Ценностный комплекс массовой культуры образован радикально иначе, чем культуры традиционной, ищущей трансцендентного ценностного обоснования реальности в некоей «иерофании» сакрального². Ценности массовой культуры, реализуемые в ее артефактах (продуктах), выражают представления о жизненном комфорте, социальной стабильности и личностном успехе. Они адресованы всем и каждому. Поэтому смыслом массовой культуры, принципом ее ценностной координации является глубокая маркетизация – не столько удовлетворение, сколько формирование потребностей, для удовлетворения которых предназначены продукты масскульты. Все, что возникает, существует, задумывается в массовом обществе, должно пользоваться спросом на рынке. Только в этом случае оно может быть оценено во «всеобщем эквиваленте» и продано. Деньги, прибыль выходят на сцену только после того, как выявился спрос.

Маркетизация – суть унификация социальных, экономических, межличностных отношений на основе рыночного спроса и рыночной цены. В массовой культуре товарно-денежные отношения втягивают в себя не только экономику, но и культуру в целом, включая научное и художественное творчество. Практически все артефакты культуры становятся товаром, а деньги буквально становятся «всеобщим эквивалентом».

Глубокая и всеохватывающая маркетизация всех сторон социальной жизни и породила массовую культуру с ее превращением иерархий трансцендентных ценностей в секторы рыночной экономики. Ценности фактически выступают в качестве рубрикаторов сегментирования рынка, информационного потока и информационного пространства – полочки, на которых лежат соответствующие продукты масскульты: «про любовь»; «про знания» (всевозможные словари, энциклопедии и справочники); «про истину», «про веру», «про добро» (всевозможные пособия и указания «как стать счастливой», «как добиться успеха», «как стать богатым»)³.

Массовую культуру отличает «брендовый» способ организации ее ценностно-смыслового содержания, порождения и трансляции ее артефактов. В этом случае на первый план выходят факторы, обеспечивающие эффективность производства, трансляции и реализации (потребления): социальная коммуникация, возможности максимального тиражирования и диверсификации артефактов массовой культуры.

Массовая культура – едва ли не первая в истории человечества культурная формация, лишенная трансцендентного измерения. Она совершенно не интересуется нематериальным, потусторонним бытием, иным его планом. Если что-то сверхъестественное и фигурирует в ней, то, во-первых, описывается конкретно и буквально, подобно описанию потребительских качеств товара, а, во-вторых, это сверхъестественное подчинено вполне земным целям и используется в решении самых что ни на есть земных потребностей.

² Элиаде М. Священное и мирское. М.: Изд-во МГУ, 1994.

³ Именно утрата вертикали, «уплощение» ценностной структуры культуры и порождает не только «мозаичность» современной культуры, но и приписываемую постмодернизму культуру «означающих без означаемых».

Ценности массовой культуры – ценности реального жизненного обустройства, ценности комфортной, удобной жизни⁴. Они пришли на смену «онтологическим монолитам» традиционной культуры. В ситуации массовой культуры они существуют «параллельно, не исключая друг друга и никак вообще не конкурируя. Более того, традиционные национально-этнические культуры и даже культуры прошлого – получают возможности сохранения намного лучшие, чем в условиях своего возникновения. Но ни одна из них уже не обладает статусом главной, определяющей все остальные, выстраивающей их «под себя» по ранжиру.

Замена идеалов стандартами и модой формирует упрощенное, вульгаризированное восприятие действительности⁵. Активизация потребительского спроса предполагает Событие, провоцирующее этот спрос, вызывающее интерес, желание. Этот эффект обеспечивается связью события с известными людьми (престиж, мода), эпатажем, либидозной привлекательностью (Эрос) или экзистенциальными угрозами (Танатос). Массовая культура растворяет человека в стихиях бессознательного. Более того, она выводит на первый план две главные силы этой стихии – Эрос (жизнеутверждающей сексуальности) и Танатос (разрушительный инстинкт смерти)⁶. Человеку массы свойственны эротическая завороченность смертью, сексуально-деструктивные всплески агрессии, а массовой культуре – агрессивная жестокость, насилие, порнография, хоррор.

А поскольку и сексуальность, и разрушающая агрессия выражают, в конечном счете, одно и то же – инстинкт торжествующего обладания, власти⁷, то массовая культура оказывается выпущенным на волю демоном власти во всевозможных его проявлениях.

Бренд как социальный миф

В результате артефакт массовой культуры выступает как социальный миф и как товарный бренд одновременно.

Бренд – не просто зарегистрированная торговая марка, идентификатор принадлежности товара. В наши дни под брендом понимается имиджево-репутационная составляющая рыночной стоимости зарегистрированной марки. С этой точки зрения, бренд – нематериальный актив бизнеса. Это то, что находится в головах у потребителей, но, тем не менее, имеет рыночную стоимость и может продаваться. У наиболее продвинутых брендов это может составлять, как у Coca-Cola, свыше 60% общей капитализации компании.

Современный хороший, «раскрученный» бренд – это всегда **мессидж, содержащий волшебную историю об уникальных качествах некоего товара, выступающего в качестве магического артефакта (волшебной палочки, живой воды, скатерти-самобранки), обладание которым способно реализовать ожидания (мечты, надежды) потребителя, открыть ему дверь в царство мечты.** В этом плане бренд фактически становится социальным мифом – способом

⁴ Зинovieв А.А. На пути к сверхобществу. М., 2000. С.371.

⁵ Стоит напомнить наиболее известные (эффектные) декларации нового принципа культурного обустройства: логическое постулирование множества переходных оппозиций (А.Ж.Греймас); критика логоцентризма и деконструкция «культурных матриц аксиологических оппозиций» вроде бытие-небытие, сознание-бессознательное, истинное-ложное, сущность-кажимость, голос-письмо, наличие-отсутствие (Ж.Деррида), тотализация «структур желания (Ж.Бодрийяр, Ж.Лакан), универсализация телесности (М.Фуко) и т.п.

⁶ Фрейд З. Психоанализ. Религия. Культура. М., 1992. С.112.

⁷ Собственно, именно об этом писал Ф.Ницше, а А.Адлер закономерно свел психоанализ к проблеме воли к власти.

и средством осмысления человеком действительности и ориентации в ней. Если раньше функции социальной мифологии выполнялись религией и идеологией, то в наши дни, в постиндустриальную эпоху, это во все возрастающей степени обеспечивают именно бренды.

Современный бренд – это «обещание обеспечить желаемое переживание»⁸. Это означает, что потребителю в наши дни продается не товар, а чаяния, надежды и стремления самого потребителя, его мечты, его представления о «себе самом, каким бы я хотел быть».

Продукт массовой культуры должен, с одной стороны, обладать некими уникальными, неповторимыми свойствами, позволяющими его легко идентифицировать, выделить среди других, а с другой – такими характеристиками, которые позволяли бы его легко тиражировать в массовом количестве экземпляров и вариаций. Кроме того, он должен будить воображение, чтобы потребитель не просто заинтересовался, а быстро и по возможности – полностью погрузился в воображаемый мир. Он должен вызывать интенсивные и немедленные переживания, а поскольку большей частью продукты массовой культуры распространяются на коммерческой основе, то это должны быть стимулы, соответствующие устоявшейся структуре воображения, интересов и установок массового потребителя.

В современном бизнесе добиться успеха можно не только и не столько изучая спрос, сколько своими руками его создавая. В условиях сверхплотных рынков чисто рыночные ресурсы конкуренции исчерпаны, и конкуренция выдавливается из рыночной среды в более широкие социальные контексты, на первый план вышли внерыночные ее факторы. Маркетинговая технология менеджмента, тем самым, перешагнула границы собственно рынка, распространилась на социальную среду бизнеса в целом.

Избалованный потребитель реагирует не столько на товар и даже его качество, сколько на марку товара, имидж фирмы, репутацию его руководства. На первый план вышли внеценовые факторы конкуренции, имиджевая реклама. Возросла зависимость менеджмента от общественного мнения, от освещения деятельности фирмы в СМИ, от отношений с исполнительной и законодательной властью различных уровней и регионов, а то и стран. Успех дела стал зависеть от возможностей политического влияния фирмы, ее репутации, репутации и имиджа ее менеджеров, спонсорской и благотворительной деятельности.

Современному потребителю предлагается не столько просто товар или услуга, сколько некий «симулякр», миф о стиле жизни, имиджевые и статусные ожидания... Не шоколадные вафли «Wispa», а «вкус нежности». Это и есть бренд – не просто товарная марка, а устойчивая психофизиологическая зависимость потребителя от этой марки. Бренд Coca-Cola, бренд Camel и т.п.

Поэтому ценностная структура артефактов массовой культуры сродни структуре товарного бренда – имиджевой составляющей марки товара. Бренд – это не товар, фирменный стиль, логотип или упаковка. Бренд существует всегда в сознании потребителей. Это некие чаяния, надежды потребителя, в конечном счете, его представления о собственной позитивной идентичности. Именно это и продается на современном рынке.

С этих позиций Coca-Cola – мессидж о мифе, связанном с постоянным праздником в окружении друзей. Mercedes – о солидности, надежности, престижности и достатке.

Будучи мифом по своей сути, бренд не может быть создан только с помощью рекламы, которая нужна для поддержания уже созданного бренда. Сначала должна

⁸ Ораев Д. Бренд: определение в четырех словах // Рекламные идеи. 2005. № 4 (54). С.17.

быть создана и рассказана «волшебная история о магическом артефакте». И она должна привлечь к себе внимание.

Поэтому содержание такого мифологического мессиджа, запускающего соответствующий бренд (он же – очередной миф масскульта, он же симулякр), выглядит довольно просто (рис.1).



Рис. 1.

В этом плане брендинг, как создание и продвижение конкретного бренда, состоит из нескольких этапов:

- (I) Выбор целевой аудитории.
- (II) Характеристика этой социальной группы – прежде всего, с точки зрения проблем и ожиданий (чаяний) ее представителей.
- (III) Формулировка мессиджа – описания содержания бренда, т.е. собственно самой «волшебной истории о магическом артефакте, обладание которым способно реализовать мечты».
- (IV) Программирование паблисити, т.е. обеспечения известности и узнаваемости, включая серию событий, привлекающих внимание СМИ и общественности, и в которых конкретизировалась и подтверждалась бы «волшебная история».
- (V) Программа паблисити должна подкрепляться PR-действиями, доводящими до целевой группы и общественности информацию о:
 - успешности товара как «магического артефакта»;
 - его уникальности;
 - его популярности («это модно»);
 - его достоинствах («это лучшее»);
 - его доступности;
 - его престижности («это круто»).

Дальнейшее продвижение артефакта массовой культуры зависит от возможностей его сериальной диверсификации, репродуцирования в различных формах, перманентное воспроизводство. Каждый конкретный предмет массовой культуры бытийствует странным образом с точки зрения традиционной культуры. Он не может собраться в какой-то одной точке, но расчленен на множество сегментов, каждый из которых отсылает ко всему «полю», которое, в свою очередь, также неспособно выстроить некоторый устойчивый фундамент реальности. Так что, если снимается телесериал «Мастер и Маргарита», то к нему полагалось бы не только переиздание знаменитого романа, но и продвижение крема для тела «Азazelло», мыла «Понтий Пилат», линии модной одежды «Маргарита» и т.п.

Массовая культура стала временем второго рождения мифа, возврата к мифологическому мышлению. Но это мифы, которые рождаются не стихийно, а проек-

тируются и сознательно продвигаются. Современный миф намеренно создается с целью не познания, а трансформации реальности⁹. Поэтому говорить следует не столько о втором рождении мифа, сколько о создании нового типа мифологии, в котором используется лишь традиционный механизм, но подменяются цели и функции. В современной рекламе «мир твоей свободы» – это «Мобильные теле-системы», а «достоинство и престиж» – всего лишь женские колготки. И наоборот: электробритва – «Прорыв в новое измерение», шоколадный батончик – символ независимости... Можно согласиться с В.Пелевиным, что реклама – это когда «ухитряются продавать самое высокое ежедневно»¹⁰.

Массовая культура функционалистична и инструментальна. Она всячески педалирует самоценность желания и потакает самым различным желанием, выступая своеобразной «машиной желания». При этом, весьма технологично, масскульт, насыщая, не удовлетворяет. Суля рай и блаженство, он не дарует покоя удовлетворения. Он привлекает, завораживает, обещает или соблазняет, но всегда обманывает, «кидает»¹¹.

Эта атака на «аксиологические и онтологические монолиты»¹² европейской культуры, на их демонтаж, началась не в наше время. Научное познание, искусство, идеология подвергались испытаниям на протяжении всего Нового времени. Но только в XX столетии кризис проекта рационализма Просвещения стал очевидным.

Первым, пожалуй, рухнуло искусство, горячая лихорадка которого накануне и во время Первой мировой войны в конечном итоге разрядилась полным распадом образности (абстракционизм, сюрреализм, концептуализм, активизм – ряд довольно убедительный). После Второй мировой войны в быстротечный кризис вступила методология науки. Наука, еще в 50-е годы казавшаяся незыблемым оплотом достоверного знания, на которое возлагались все надежды и чаяния казавшегося беспредельным прогрессивного развития человечества, превратилась в одну из нормативно-ценностных систем культуры, и ее претензии на обладание истиной обыденным сознанием были поставлены под сомнение. Само знание, наряду с мнениями, верой, мифом, не является приоритетным средством социализации, вариативно и ситуационно.

Поэтому особый интерес в этом плане представляет сравнительный ценностно-смысловой анализ массовой культуры в контексте различных национальных культур и различных этапов их развития. Идет ли речь о пришествии и воцарении некоей универсальной «матрицы», нивелирующей и усредняющей все и вся? Или речь идет о некоем достаточно эффективном механизме трансляции социального опыта, порождаемом и транслируемом этим механизмом во всей его специфике?

Глобализация: угроза или новые возможности?

Массовая культура обладает исключительной способностью к репродуцированию всей системы. В отсутствие единой и сквозной, фундаментальной и вертикальной иерархии, опирающейся в трансцендентные основания – «истоки истоков», массовая культура налаживает стабильное и безопасное, весьма комфортное существование для подавляющего большинства членов сообщества.

⁹ Ульяновский А.В. Мифодизайн: коммерческие и социальные мифы. СПб.: Питер, 2005. См. также: Райс Э., Райс Л. Расцвет пиара и упадок рекламы: Как лучше всего представить фирму. М.: АСТ, 2004; Темпорал П. Эффективный бренд-менеджмент. СПб.: Нева, 2004.

¹⁰ Пелевин В. Generation «П». М., 1999. С.30.

¹¹ Аналитика феномена и технологии соблазна была развита Ж.Бодрийяром. См.: Бодрийяр Ж. Соблазн. М., 2000.

¹² Массовая культура России XX века. М., 2004. Ч.II. С.86.

Фактически заменяя государственные институты, массовая культура выступает манипулятором-регулятором психического и нравственного состояния общества.

Уже сегодня массовая культура представляет собой сформировавшуюся законченную и самодостаточную систему. Возмущение, которое подчас вызывают ее продукция, не мешает ей развиваться в поликультурном пространстве современности, практически полностью освоенном ею. Более того, сами первоначально эпатажные продукты масскульта, оказываются пробными шарами, пилотами развития и трансформации цивилизации.

Именно массовая культура обеспечивает консолидацию и стабильность современного общества. Она оказывается не только проявлением деструктивных тенденций, которые обрели угрожающий характер на стадии «Заката Европы», но механизмом защиты от них. Разумеется, «приходится жертвовать реальностью, транспонировать всю культурную наличность в спасительное поле чистых фикций и таким образом выстраивать барьеры перед натиском разбушевавшейся массы, уже не сдерживаемой ни Богом, ни Чертом. Симуляция, свойственная масскульту, в этом смысле – мера вынужденная и неизбежная, хотя и закономерная в череде эволюционного движения. В этом смысле – и только в нем – совершенно справедливо считать масскульт показателем «вырождения» и «деградации», детерминативом тотального декаданса новоевропейской культурной стратегии»¹³.

Возникая в традиционном обществе или проникая в него, массовая культура начинает постепенный подъем по пирамиде ценностей, фактически, редуцируя их к первичным (А.Маслоу). Если в обществе сложились социальные институты, закрепляющие иерархию ценностей, то экспансия по вертикали и «игра на понижение», осуществляемая массовой культурой, не опасна: форма, каркас ориентиров социализации сохраняется, а масскульт только поставяет массовые и качественные продукты материального и духовного потребления. Опасности подстерегают, когда в обществе отсутствуют такие институты и отсутствует элита – тренд, задающий ориентиры, подтягивающий массу. В случае же омассовления самой элиты, прихода в нее людей с массовым сознанием («пиарящих» под таких или таковыми являющихся), запускается механизм «игры на понижение», усиливающий, а не гасящий главную тенденцию. Общество деградирует в усиливающемся популизме. Собственно, популизм – это и есть массовое сознание в политике, работающее на упрощение и понижение идей и ценностей.

Хотя из ее природной особенности – потакать человеческим слабостям, следует основная тенденция «игры на понижение», сама по себе массовая культура амбивалентна. Поэтому, в обществе должны существовать фильтры и механизмы противодействия, сдерживания этих негативных тенденций. В цивилизованном обществе имеют право на демонстрацию и защиту самые различные позиции и интересы, если они не разрушительны для самого общества. Именно наличие таких сдержек и фильтров способствовало оформлению системы ценностей, свойственной массовой культуре США и западного общества в целом с доминированием семейных ценностей, личного счастья и жизненного успеха как воздаяния за честный труд и т.п. Если такие социальные сдержки отсутствуют, то происходит то, что случилось после Первой мировой войны с Германией и Россией, в которых социальные скрепы были распатаны, а то и сметены. Получившиеся в результате дисперсные общества оказались бессильными перед напором массы. Сталинский тоталитаризм и опыт нацистской Германии вскрыли откровенно манипулятивный характер идеологий, апеллировавших к традиционным европейским ценностям разумного и справедливого

¹³ Массовая культура России конца XX века... Ч.1. С.79.

социального обустройства. Марксизм и ницшеанство оказались великими искушениями цивилизации, а попытки взять их в качестве основы практических преобразований обернулись чудовищным насилием. В результате крайним оказались опять же Просвещение и рациональность (М.Фуко, Ж.Деррида, Ж.Лакан).

Европейские страны, например, до конца 1970-х годов активно противостояли натиску «американской» массовой культуры и массового искусства. Так, во Франции для защиты национального кинематографа, литературы, языка в конце 1960-х были приняты соответствующие решения. В Великобритании были приняты меры по экономическому спасению национального кинематографа от полного его подчинения американским кинофирмам. Известный французский философ Ж.Бодрийяр после длительного пребывания в США даже заговорил об опасности американской культуры для всего человечества¹⁴.

Также и в современной России громко звучат голоса о том, что «все сферы духовно-художественной и эстетической жизни отданы во власть массовой культуры и искусства американского типа»¹⁵. Подчеркивается, что «особую опасность для формирования молодых поколений россиян представляют стремительно развивающиеся по американским образцам рекламная массовая культура и телевизионный шоу-бизнес, формирующий у молодежи ценностные установки американского типа – оценки человека не по его делам и творческим достижениям, а по счету в банке. Сегодня нет телешоу, рекламы, которые бы не проповедовали возможность случайного обогащения, выигрыша и пр.»¹⁶.

В таких оценках, при всей их демонстрируемой патриотичности кроется некое лукавство. Особенно, если вспомнить об экономической составляющей. Показательно, что по мере становления российского кинематографа, освоения им блокбастерных жанров, грома и молнии в адрес засилья голливудского кино сменились гордостью за отечественные фильмы, «ничем не уступающие голливудским образцам» – вроде «Севильского цирюльника», «Ночного дозора», «Турецкого гамбита».

Вместе с тем, иначе как в качестве снобистской трудно квалифицировать позицию, при которой постмодерн и маскульт полностью утрачивают «истинный гуманизм», полностью «безнациональны», создавая грандиозный симулякр «бесплодного уникальта» и являют собой лишь «спекуляцию на давней мечте людей о едином человечестве, об общих ценностях, которые бы соединили их в мире без конфликтов и войн», подменяя эту мечту экспансией американского образа жизни¹⁷.

Довольно длительный период успешной экспансии американских ценностей можно объяснить двумя основными факторами. Во-первых, более ранним по отношению к другим странам вступлением американского общества в стадию массовой культуры. Во-вторых, тем, что именно в американских условиях «страны-новодела» и наиболее чистой модели капиталистической экономики и демократии, массовая культура получила исключительно благоприятные возможности развития. И, наконец, в-третьих, ни о какой экспансии говорить было бы невозможно, если бы эта массовая культура и ее продукты не были бы столь привлекательны.

Если в эпоху массовой культуры еще и сохранилось что-то, чему можно ее противопоставлять, то оппозицией массовой культуре является отнюдь не культура элитарная, народная, «подлинная» или «настоящая». В настоящее время все они являются только секторами, личинами самой массовой культуры, которая очерчивает

¹⁴ Бодрийяр Ж. Америка. СПб., 2000.

¹⁵ Массовая культура. М., 2004. С.12.

¹⁶ Там же.

¹⁷ Массовая культура. М., 2004. С.136–137.

практически весь горизонт современной цивилизации. Если ей что-то и противостоит, то это культура «нефиктивная, онтологически предзаданная» – в том примерно смысле, в каком И.Кант говорил об априорных формах апперцепции. Но даже сам человеческий, антропологически предзаданный характер освоения и осмысления действительности, вплоть до телесности, – в наши дни переживает серьезные испытания¹⁸.

Но при этом масскульт, при всей его «стандартности» отнюдь не исключает реализацию ярких, своеобразных и самобытных явлений в искусстве, культурной жизни. Наоборот – дает им дополнительные возможности. Только уникальное глобально. Поэтому создаваемое массовой культурой глобальное информационное культурное пространство дает исключительные возможности реализации и проявления уникальности и неповторимости. Более того, они остро востребованы.

Массовая культура в условиях глобализации и постинформационного общества предполагает ясное и внятное самоопределение, осознание содержания и возможностей собственной уникальности. Только в этом случае любое общество имеет шанс достойно войти во всемирное экономическое, информационное и культурное пространство. Успешные опыты такого самоопределения имеются и они перед глазами: Япония, Сингапур, Финляндия... В самое последнее время это почти уже удалось Китаю и Индии. На старт встала Украина.

Российская специфика

Проблемы массового общества и массовой культуры в высшей степени актуальны для современной России. Можно сказать, что одним из результатов интенсивнейших трансформаций, пережитых российским обществом за XX столетие, стал шок от столкновения с массовой культурой. Трансформация ценностного содержания культуры в массовом обществе выводит на первый план ценности пользы и блага взаимного спроса: то, что не востребовано, просто не имеет права на существование. Это естественно для протестантизма¹⁹, но противоестественно для склонного к трансцендированию российскому духовному опыту и ментальности.

В России негативное отношение патриотической интеллигенции «против масс» причудливо переплелось с демократически-народническими иллюзиями о будущем собственной страны. Массе был противопоставлен «народ», нарождающейся массовой культуре – «народность». На эту основу хорошо легло пришедшее из той же Европы учение К.Маркса об историческом тупике капиталистического общества, на смену которому придет общество всеобщей справедливости, в котором человеку будет возвращена его общественная природа, в том числе – за счет утверждения общинных форм жизни. В результате марксизм-ленинизм парадоксальным образом осуществил уникальный синтез западной и славянофильской идеи, породив идеологию – западнически рационалистическую по форме, но глубоко, почвенно славянофильскую по содержанию.

Так или иначе, но в российском общественном сознании сложился устойчивый негативный идеологический стереотип «Запад – массовая культура – мещанство», который повлиял на не одно поколение российских социальных мыслителей и

¹⁸ См. *Hayles K.N. How We Became Posthuman: Virtual Bodies in Cybernetics, Literature, and Informatics.* Chicago and London: The University of Chicago Press, 1999; *Хабертас Ю.* Будущее человеческой природы. М., 2002; *Тулъчинский Г.Л.* Постчеловеческая персонология. Новые перспективы свободы и рациональности. СПб., 2002; *Фукуяма Ф.* Наше постчеловеческое будущее. Последствия биотехнологической революции. М., 2004.

¹⁹ *Вебер М.* Протестантская этика и дух капитализма // Вебер М. Избранные произведения. М., 1990.

продолжает в какой-то степени действовать и поныне в идеологеме о принципиальном противостоянии России западной цивилизации, ее особом пути и миссии²⁰.

Собственно становление массового общества в России началось в 1880–1890-е годы в связи с мощным пореформенным промышленным подъемом. Первая волна индустриализации породила маргинализацию населения, формирования городского образа жизни. В определенном смысле, вся культура Серебряного века – эйфорическая реакция на зарождающуюся массовую культуру. Корифеи российской культуры конца XIX – начала XX века, за редким исключением, не совсем адекватно оценивали значение собственного творчества. Полагая, что продолжают и возрождают традиции народного искусства, они фактически участвовали в создании массовой культуры.

Отрезвление наступило после Первой русской революции 1905–1907 годов. Выплеск негативной социальной энергии, сопровождавший ее, продемонстрировал, что ни «народ», ни «масса» никак не соответствуют просветительским чаяниям интеллигенции о народе-творце, народе-деятеле. Новый русский человек, о котором в конце XIX столетия говорилось с придыханием, повернулся пугающими сторонами своего облика. В нем явственно проступали нигилизм, равнодушие к историческим корням, озабоченность волей, но никак не свободой. Российский обыватель отличался от западноевропейского так же, как российский разночинец – от европейского буржуа.

Имея примерно одинаковые исторические условия с Германией, Россия все же не совершила переход к буржуазности. В немецкой революции главную роль сыграла бюргерская законопослушность, в России же – «музыка революции». Сказались не просто общий апофатизм и правовой нигилизм в сочетании с нравственным максимализмом. В этом тоже можно увидеть «след» массовой культуры. В Германии законопослушность была обеспечена постепенным превращением культуры гражданского общества в массово-потребительскую²¹. В России же они наложились друг на друга. Предпосылки перехода не успели сложиться.

В этой связи можно говорить о мировоззренческой и духовной ответственности российской интеллигенции за катастрофу 1917–1922 годов и за 70-летие тоталитаризма в России. Именно ей принадлежит особый культ протеста. Одна ее часть самоунижалась перед «народишком», а другая звала его к топору, заигрывая с бунтом и насилием, высмеивая либерализм и превращая слово «либерал» в презрительное ругательство. Главным невменяемым персонажем российской истории была именно интеллигенция, несвободная, а значит и безответственная – неспособная нести ответственность, непонятая и отвергнутая народом, непонятая и отвергнутая властью. Российская интеллигенция так и не выполнила свое историческое предназначение, не смогла или не захотела выразить идею нации в целом, которая бы сплотила российское общество. Более того, интеллигенция оказалась безответственной как по отношению к народу, так и по отношению к власти – одна история ее властвования в 1917 г. чего стоит. Российский интеллигент – не столько социальная, сколько нравственная категория лиц, поглощенных идеями, отвергающих мир во имя этих идей, безблагодатных страстотерпцев. Они могут гордиться собственной неустроенностью, ввергая в нищету и прозябание собственных близких. В их глазах это свидетельство их высокой нравственности. Люди, озабоченные жизнеустройством своим и тех, за которых они отвечают, рассматриваются «мещанами» – с интеллигентской позиции категория опять же не социальная, а нравственная.

²⁰ Зиновьев А.А. Запад. Феномен западнизма. М., 1995; Кожин В.В. О русском национальном сознании. М., 2004.

²¹ См.: Кара-Мурза А.А. «Новое варварство» как проблема российской цивилизации. М., 1995. С.114–120.

Социальную базу российской интеллигенции всегда составляли маргиналы – разночинцы и инородцы, получающие образование. Причем каждые реформы, инициированные обычно сверху и при участии той же интеллигенции, детонировали новые маргинализации и отрыв от народа еще одной партии потенциальных интеллигентов. Петровские реформы сдетонировали пугачевщину, реформа 1861 г. – 1905 год, октябрь 1905 и столыпинские реформы – 1918 год, горбачевская «перестройка» –... Побег незрелой вестернизации, неудачной попытки переварить европейскую культуру, не привитая русским корням, российская интеллигенция висит в пустоте. Она не является «средним классом», стабилизирующим общество. Наоборот, своими идейными шараханиями она все больше «раскачивала лодку».

«Восстание масс» может иметь форму гедонистического массового потребительства западного образца, может и – нигилистического взрыва на манер российской революции. Все зависит от того, формируется ли массовое общество на базе развитого гражданского общества или без него. Эта закономерность проявляется до сих пор. Наиболее неустойчивая и опасная часть современной цивилизации, опорой и тканью которой являются массовое общество и массовая культура, идентифицируется в обществах, лишенных исторически сформировавшегося гражданского общества. К сожалению, приходится признать, что массовое потребительское общество именно такого типа и сформировалось в современной России. Именно этим оно отличается от США, Европы, стран Восточной Европы и даже Прибалтики, где правовое государство и гражданское общество имеют более развитую традицию.

Похоже, что именно это имел в виду Ю.М.Лотман²², разделявший две исторические модели социальной динамики культуры – бинарную и тернарную. По его мнению, российская дореволюционная культура имела бинарную структуру, в которой отсутствовало устойчивое срединное звено бытового слоя, который мог бы демпфировать резкие колебания внешних и внутренних условий социального развития. Из-за слабости и неясности этого слоя главный удар наносился по основному ценностному ядру культуры и ее целостность не раз ставилась под угрозу разрушения. Думается, что та же ситуация проявилась и в начале 1990-х.

Так или иначе, но первая попытка капиталистической модернизации в России потерпела крах: «Лопахиных» не признали не только аристократия, но и интеллигенция, не говоря о беднейшем крестьянстве. Закончилось это гражданской войной и национализацией 1918 г.²³ Быстрая агония царского режима продолжилась еще более катастрофической по скорости агонией народившейся демократии²⁴.

Гений (!!!) Ленина выразился именно в способности объединить массовое сознание и государственность, обратить стихию местничества и сепаратизма на государственное строительство, в адекватности почвенным устремлениям – таким как популистские идеи народовластия; славянофильская апология народного духа; нравственный ригоризм; идея сильного государства; русский великодержавный

²² Лотман Ю.М. Культура и взрыв. М., 1992.

²³ Показательно, что тот же Н.А.Бердяев, отдав дань благостной и умиротворенной общинности, бежал от распоясавшейся соборности и предрек скорое пришествие «нового средневековья».

²⁴ Вот, что писалось в вестнике Нижегородской губернской продовольственной управы «Продовольствие» от 15.11.1917 г.: «Обанкротились не “товарищи” и “доктринеры”, а все наше интеллигентное общество, оказавшееся неспособным взяться за дело, применившее к государственным делам практику культурно-просветительных обществ, в которых было много разговоров, взаимной критики, пикировок, но мало дела. Уж очень мы любим объяснять все некультурностью и безграмотностью широких масс, засильем «демагогов» и т.п., на себя же не оглянемся, а виноваты-то прежде всего мы, интеллигенция... Самодержавно-бюрократический строй... развалился под влиянием экономической разрухи, с которой не мог справиться, и не в силах справиться пришедшая на смену бюрократии общественность». Это не поздние воспоминания и объяснения – это свидетельство непосредственного очевидца.

мессианизм, когда Россия предстает выразительницей всего несправедливо эксплуатируемого и страждущего человечества. Эта нравственная почва оказалась чрезвычайно благодатной для восприятия идеи коммунизма, общества, построение которого требует высочайшего напряжения нравственных и физических сил, личного самоотвержения и самопожертвования.

Так или иначе, но массовая культура оказалась существенным, еще по настоящему неочененным фактором в динамике социально-политических процессов прошлого века в нашей стране. Можно сказать, что реальным результатом «строительства коммунизма», «воспитания нового человека» и создания: «исторически новой общности людей» в СССР стали именно массовое общество и массовая культура.

Не менее печален был и конец НЭПа. Вторая волна – уже «социалистической индустриализации» довершила массовизацию населения. Коллективизация и «великий перелом» были восприняты «широкими народными массами» с большим энтузиазмом. Поэтому вторая волна индустриализации в России уже проходила в совершенно другой политической ситуации: «великого перелома» и коллективизации конца 1920 – начала 1930-х. В ходе этой индустриализации решались точно те же задачи, что и в капиталистических странах, использовалась та же техника, те же самые технологии, которые зачастую просто заимствовались в более развитых странах. Даже внешние атрибуты образа жизни, художественных форм были во многом схожи. Хотя термин «массовая культура» применялся в негативном оценочном смысле (применительно к буржуазной культуре Запада), официально использовались такие термины, как «массовая песня», «массовая эстрада», «массовые праздники» и культивировались соответствующие формы массовой культуры. Но это был качественно иной тип массовой культуры – без демократии и прав человека, т.е. массовая культура тоталитаризма.

Масса, концептуально оформленная как «передовой класс», а потом и «новая историческая общность» стала носителем высшей моральной летитимности, непогрешимой «по природе и по определению»²⁵. Тем самым, тоталитаризм получил не только концептуальное, но нравственное оправдание и обоснование. То, что для Лебона, Фрейда и даже неомарксистов франкфуртской школы было симптомом неблагополучия, регрессией рациональности в архаику, утратой суверенной свободы воли, пассивно-восторженным подчинением воле вождя, непроницаемостью социальному контролю, наконец – неумняемой безответственностью, это самое в советском контексте выступало нормами и ценностями социализации. Если где-то и когда-то было создано реальное массовое общество потребления и потребителей, то это было советское общество, члены которого нисколько не были озабочены ответственностью за свое будущее, которое было расписано на века в программах КПСС, а ум, честь и совесть каждого были у каждого же отчуждены. Это было общество удивительно беззаботных и безответственных людей массы, фактически не строящих, а проедающих свое будущее.

В СССР было создано массовое общество именно тоталитарного, мобилизационного типа и соответствующая ему массовая культура. По некоторым параметрам она сближалась с современной ей западной массовой культурой (особенно в Германии, США), по другим – разительно от нее отличалась.

²⁵ Б.Ф.Поршневым и И.М.Лукомской в очерке «Ленинская наука революции и социальная психология» было детально и документированно показано, что учет чувств, инстинктов, настроений, эмоций масс был существенным фактором политической тактики и стратегии Ленина. Это накладывало отпечаток на используемый словарный запас, эмоциональную окраску заголовков, воззваний, публицистики. См.: *Поршнев Б.Ф. Социальная психология и история. М., 1979. С.11–72.*

В отличие от западной массовой культуры, опиравшейся на средний класс и выражавшей его потребности, в Советской России массовая культура выражала потребности «низшего» класса. Конечно, в СССР складывалась своя политическая и профессиональная элита, включавшая партийную номенклатуру и чиновников, профессуру и высокооплачиваемых ученых, известных артистов и летчиков. Они и были подлинными носителями советской массовой культуры, специфическим эквивалентом среднего класса. Однако их положение было крайне неустойчиво: они полностью зависели от властей, подвергались систематическим «чисткам», репрессиям, вплоть до физического уничтожения.

При этом демонстративно отвергался набор ценностей западного общества (достаток, комфорт, индивидуальный успех, стабильность, благополучие семьи), которые были объявлены «мещанскими», «отсталыми». Зато советская массовая культура была густо замешана на ценностях доиндустриального общества – таких, как уравнильное распределение, коллективизм, трудовая взаимовыручка, жертвенный аскетизм.

Октябрьский переворот потому и прошел безболезненно, что «февральская система» была не принята обществом, которое и было возвращено большевиками на круги своя. На территории Российской империи были реализованы предпосылки для формирования нового типа общественного самосознания, главными чертами которого были осознание личностью своей принадлежности к общечеловеческой общности, относительно классово однородной, преодолевшей национальные различия, сплоченной единой системой идей, руководящей силой (партией) и приступившей к решению задач, никем в мире не решенных.

Объективно и по сути дела была спасена идея империи, а имперское сознание утвердилось в очищенном тоталитарном, рационалистически первозданном виде, практически – как воплощенная абстракция рационалистической утопии. Мировая революция не состоялась, отчаянная борьба за ее плацдарм все более оборачивалась сохранением империи.

Советское общество и советская массовая культуры были противоречивы именно в аксиологическом плане. С одной стороны, это было именно общество беззаботных потребителей – людей, не являвшихся хозяевами своей жизни и не озабоченных свободой и ответственностью. С другой стороны, оно в (довольно успешной) официальной идеологии и пропаганде отвергало «мещанство» и стремление к личному благополучию. Рано или поздно, но это противоречие должно было разрешиться. Ценностная «перенастройка» советского массового общества началась в 1960-е годы.

К этому времени в СССР сравнялись численность сельского и городского населения. Широкомасштабное типовое индустриальное жилищное строительство дало возможность расселять коммунальные квартиры и общежития. Развилось массовое телевидение. В семьях рабочих и служащих появились такие предметы бытовой техники, как холодильники, магнитофоны, радиолы, стиральные машины, а в некоторых и личный автотранспорт. Возникли новые формы проведения досуга: туризм, клубы по интересам. Благодаря всему этому население становилось более автономным в плане бытового обустройства, а с другой – более зависимым от рынка товаров массового потребления и услуг. Все эти факты можно рассматривать как свидетельство формирования ориентированного на средний класс и рыночную экономику общества массового потребления²⁶. Показательно, что тогда же прошла довольно шумная дискуссия о «мещанстве» и «вещизме», показавшая, что стремление

²⁶ Bourdieu P. The Logic of Practice. Stanford (Calif.), 1990.

к личному благополучию достигло уровня осознанных интересов и ценностных ориентаций широкого круга людей.

1960-е и особенно 1970-е годы завершили эрозию трансцендентализма. Окончательно победило массовое общество с его потребительскими установками («мещанство» и «вещизм»). **В 1970-е годы завершился переход от традиционного доиндустриального общества к массовому, индустриальному, а во-вторых, от тоталитарно-мобилизационного – к потребительскому.**

Этот факт – еще одно подтверждение важности адекватного понимания общественных процессов, включая отечественную историю последних полутора столетий. Возможно, что именно непонимание смысла происходивших изменений и предопределило беспомощность и несостоятельность правящей элиты, привело к катастрофическим последствиям.

Произошедшие изменения не фиксировались в статистике, не отражались в программных документах, идеология и социальная наука оставались в плену устаревших понятий, «не видящих» новых реалий, не позволяющих адекватно описывать и понимать происходящее. Это создавало значительные трудности для советских лидеров, которые в глазах миллионов людей утратили былой ореол вождей, превращаясь в заурядных распределителей и присваивателей материальных благ. Несмотря на дежурные нападки на потребительство и мещанство, уравнилельно-аскетический идеал бесповоротно утрачивал привлекательность. Нельзя забывать и то, что все это происходило на фоне очевидных достижений и качества жизни в развитых зарубежных странах, утаить которые от советских людей было уже невозможно.

«Перестройка» и «реформы» воплотили массовизацию российской культуры – разгул пошлости и непотребства, широко тиражируемый СМИ, зависимых от рекламы.

Говоря о причинах падения советского режима, чаще всего называют техническое, технологическое и экономическое отставание, стратегическое поражение в гонке вооружений и в холодной войне. Но к этому необходимо добавить и то, что советский режим не смог найти достойного ответа на вызов новой культурной эпохи – массовой культуры информационного общества, достигшей планетарных масштабов. Идеология и технология власти советского государства устарели задолго до того, как оно распалось в реальности. Советская коллективистская система уже не могла удерживать в повиновении массового индивида, которого сама же породила. Да и у самой советской правящей элиты возникли потребности и амбиции, типичные для массового общества: стремление выделиться из толпы «совков», обозначить свое социальное превосходство, конвертировать ставшие эфемерными привилегии власти в более осязаемые и прочные материальные ценности, закрепить их в собственность, наследственное владение.

Короче говоря, советская империя была повержена не в военном противоборстве, и даже не в экономическом соревновании с какими-то конкретными конкурентами и противниками. Она была повержена безликой и универсальной силой, утвердившейся не только «во вражеском окружении», но и в душах советских граждан – массовым обществом и ценностным содержанием его культуры.

Можно сделать принципиальный вывод, что, вопреки бурным, и чаще всего – лукавым дискуссиям о «судьбе» России, ее «особом пути», исторический цивилизационный выбор российским обществом был сделан уже давно. И сделан он был не в политической сфере, не в экономике, а в сфере повседневности.

Драматизм нынешней российской ситуации усиливается тем, что традиционный российско-советский духовный опыт по своему нормативно-ценностному содержанию носит вне- и даже анти-рыночный характер²⁷. Уходя корнями в синтез славяно-финно-угорского язычества и православия – апофатической ветви христианства – этот опыт не мобилизует человека на жизнь в этом мире. Трактую эту жизнь как юдоль страдания, тяжкого нравственного испытания, этот опыт создает традицию высокой духовности, нравственного предуготовления личности к жизни иной – в потустороннем мире или светлом будущем, но «не в этой жизни», не здесь и сейчас. В этом российско-советский духовный опыт и соответствующая ментальность радикально расходятся с нравственной культурой западного христианства (особенно – протестантизма), конфуцианства и даже синтоизма. Этим и объясняется довольно противоречивое состояние общественного сознания. Сколько ни говори человеку в семье, в школе, с амвона, даже с экрана телевизора о высокой духовности, выходя на улицу и попадая на работу, он видит, что в этой жизни царствует утилитаристская этика рыночных отношений: ты мне – я тебе. И если он хочет жить в этом мире, ему придется руководствоваться именно этой этикой. Эти нравственные ножницы все четче проявляются по мере интеграции России в мировое экономическое, культурное и информационное пространство. Сказанное не означает отрицания высокой духовности. Просто надо отдавать себе отчет, что этика предуготовления (самоотречения и аскезы) и этика реальных отношений в этом мире несколько разнятся. Российское же общественное сознание тяготеет к платонистскому универсализму с его раздвоением мира на мир реальный и трансцендентный с тенденцией к универсализму именно в трансценденции.

Российский поставангард радикально отличается от американской и западноевропейской рефлексии над мифологией рационализма Просвещения, апеллирующей к будущему. Будучи связанным с российским духовным опытом, он апеллирует к «потерянному раю»: допетровской эпохе, дореволюционной России, СССР²⁸. Трактовка культурного архива отечественным и зарубежным концептуализмом принципиально различна. За рубежом он трактуется как стабильная логико-аналитическая структура. В советской и постсоветской России – как идеологический миф, динамика которого определялась партийным курсом, «колебалась вместе с генеральной линией партии». Без учета этого обстоятельства ориентация на неоконмунофундаментализм части титульных для поставангарда фигур (С. Курехин, А. Дугин, Э. Лимонов) останется не ясной.

Другой проблемой является то, что преимущества новейшей компьютерно-информационной культуры, в отличие, например, от скандинавских стран²⁹, являются достоянием узкого круга лиц, проживающих в крупнейших городах. Для большинства же населения эти новшества остаются малодоступными и потому малопримлемыми. В большинстве случаев оказывается малоэффективной и действующей не по назначению реклама. Будучи слепленной по зарубежным маркетинговым технологиям, ориентированным на зарубежные стандарты массового потребления, в силу все той же малодоступности рекламируемых товаров и услуг, в России она воспринимается, в лучшем случае, как символика элитарности, а чаще как раздра-

²⁷ См. например, главы «Лиминальное как национальное: содержание и судьба российско советского опыта» и «Постимперская идентичность и этика трансформирующегося общества» в: *Тульчинский Г.Л.* Постчеловеческая персонология. Новые перспективы свободы и рациональности. СПб., 2002. С.475–626.

²⁸ Массовая культура. С.122.

²⁹ *Хитанен П., Кастелс М.* Информационное общество и государство благосостояния: Финская модель. М., 2002.

жающий фактор. В результате отечественная массовая культура пока еще не выполняет своей главной функции – социальной адаптации индивида к изменяющимся условиям жизни, создавая неоправданно завышенный уровень социальных притязаний, не подкрепляемый ростом реальных доходов населения.

Ситуация усугубляется отсутствием внятного символического ценностного кода современной российской культуры. В советское время, будучи фальшивым и противоречивым, язык массовых газет, кино, эстрады, массовых праздников, лозунгов и ритуалов был хотя бы декларативно лоялен по отношению к простым людям. Нынешняя ценностная символика российской культуры шизофренически противоречива и эклектична. В ней соседствуют элементы, безусловно, связанные с национальными традициями, и инокультурные, православные и откровенно криминальные. Речь идет даже не только и не столько о государственной символике, а просто об обыденности, когда даже в названиях фирм, организаций, товаров в одном и том же слове соседствует кириллица и латиница, а в публичной лексике высоких государственных чиновников соседствуют рассуждения о православной духовности и блатная лексика. Результатом этого является не просто «символический промискуитет»³⁰, а полная дезориентация и углубляющаяся дезинтеграция общества.

Для российского искусства в целом, включая массовое кино и литературу, свойственны «метафизическая доминанта стоицизма, двусмысленное отношение гражданина и власти, целомудренность, герметизм, имперский синдром и сентиментальность»³¹. Доминирует женский тип реакций: несчастное сознание, прежде всего – невостребованная (брошенная) сверхценность, пребывающая в ожидании; стремление всюду видеть семейную мелодраму и выстраданное счастье. Этот ценностной комплекс содержится как в культуре 1960-х, так и культуре конца XX – начала XXI столетий.

Так, в фильмах Е.Матвеева, Д.Астрахана предпринята попытка конструирования кинематографической версии массовой культуры «народности» с акцентами на некую изначальную успокоенность, самодостаточность ностальгии у «не вписавшихся» в новую российскую действительность и выпавших из нее персонажей. Параллельно педалируется навязчивое стремление обязательно «показать фигу» Америке в духе М.Задорнова, выдающее безнадежный местечковый провинциализм, отчаянно пытающийся обосновать и оправдать несостоятельность аутсайдера.

Одним из наиболее ярких и полных примеров этого синкретизма стал фильм А.Балабанова «Брат», в котором впервые был явлен довольно притягательный тип постсоветского героя в исполнении С.Бодрова. Фактически речь идет о социально опасном существе с редуцированным инфантильным сознанием, пришедшим на гражданку с профессиональным навыком убийства «не наших», отчаянно ищущим, к кому бы «прислониться», найти свою идентичность. Родной брат оказался килером, предавшим младшего брата, сотворившего из него кумира. Остался только С.Бутусов из «Наутилус Помпилиус». В результате получается гремучая смесь из мечтательной отрешенной инфантильной нежности к «тому миру» и холодной жестокой реактивности в мире «этом», требующей полной нравственной стерильности и автоматизма. В результате любимая девушка шарахается от явившегося нравственного монстра, а освоивший Питер обаятельный герой с «пушкой» отправляется покорять Москву. Трагедия постсоветского инфантила была воспринята на ура массовым инфантильным сознанием. Данила стал национальным героем и любимцем, а продолжением – «Брат-2», в котором выросший до масштаба национального идола

³⁰ Массовая культура. М., 2004. С.93.

³¹ Массовая культура России конца XX века... Ч.II. С.177.

персонаж покоряет уже Америку. Несостоявшееся «братство» разрастается до войны всех против всех. А второй фильм, в отличие от притчи в первом, являет собой стилистику компьютерной игры с блуждающим экзистенциалом – «ходилки-стрелялки». Проявления сознания сводятся к уничтожению плохих парней, которые плохие, потому что не наши. В пику англосаксонской цивилизации предложен коктейль из национальных комплексов, профанированных советских ценностей и ксенофобии. В результате уродливая выразительность антибуржуазного пафоса взяла верх над уродливой пошлостью – продукт, нашедший намного больший отклик в массовом сознании, чем «народность» Е.Матвеева и Д.Астрахана.

Рецепция творчества склонного к мизантропии кинорежиссера А.Балабанова является ярким примером неадекватности российского массового сознания и особенностей российской массовой культуры. Его фильм «Брат» – история инфантила Данилы, отчаянно ищущего – к кому бы прислониться в жизни, в ком найти «столп и утверждение истины». Единственно, что умеет Данила, чему его научили за время пребывания в армии – убивать, что он успешно и делает во имя привидевшихся ему «столпов». Но все кандидаты на такой «столп» – старший брат, девушка, компания панков, певец Бутусов – оказываются такими же жизненно незащитными инфантилами. Фактически, фильм – лабораторный анализ воспитания обыкновенного убийцы. Но общественное мнение увидело в Даниле, сыгранном С.Бодровым-младшим, нового героя – идеал, а в фильме – апологию убийства. И А.Балабанов откликнулся на этот «социальный заказ» откровенно издевательским ура-патриотическим «мочиловом Америки» – фильмом «Брат-2», который был с восторгом принят публикой.

Аналогично следующий фильм А.Балабанова – «Война» – безжалостная констатация факта, что война всех против всех стала в нынешней России нормой жизни, был принят, опять-таки, за агитку в духе невзоровского «Чистилища». Наконец, снятая А.Балабановым в стиле ретро сага о первоначальном накоплении в России 1990-х, архивированный для грядущих поколений диагноз – фильм «Жмурки» – воспринят как крутая комедия.

Распад мифологии советского массового сознания и мифократии в широком масштабе предстал профессиональной, политической, а то и личностной смыслоутратой. У шестидесятников еще сохранялась иллюзия, что верные идеи осуществляются неверными методами. Несмотря на осознанную неправильность политики, сохранялась вера в правильность лозунгов. История дала им шанс в виде «перестройки». И оказалось, что «социализм с человеческим лицом», «больше социализма», «возврат к ленинским принципам», «вся власть Советам» и т.п. – не более чем несостоятельные версии все той же мифологии. В СССР еще сохранялась иерархия статусов и ценностей. В новой России маркетизирована даже власть и прежде всего – власть.

«Перестройка» могла бы стать духовным обновлением, несущим ценности свободы, личностной ответственности и инициативы. Однако оказалось, что нужно перестраивать не только то, что сложилось в 1930–1940-е годы, но и то, что наслонилось в 1960–1980-е. Оказалось мало заменить административно-командный распределительный механизм «хозрасчетным» – коррупция, казнокрадство, уравниловка и выводилочка приобрели новые формы. В политической жизни оказались недостаточными провозглашение демократизации, устранение монополии коммунистической партии, принятие новой конституции – остались самовластье местной и ведомственной бюрократии, расширились и закрепились клановые связи, организованная преступность. Более того, экономическая реформа и приватизация дали новые возможности и импульсы безответственности. Свое дело сделал и сталинский

геноцид. Подавляющее большинство политических, идеологических, экономических, военных кадров и руководителей составляют люди просто не знающие – что такое демократия, современная практика управления, экономический механизм вообще. Дело оказалось намного трагичнее, чем предполагалось первоначально. Вроде бы все плюсы поменялись на минусы и наоборот, произошла радикальная смена ценностей и ориентиров. Место материализма заняла духовность. На полках книжных магазинов место литературы по диалектическому и историческому материализму заняла литература «духовная», ментальный и супраментальный план, Шри Ауробиндо, технология медитации, Кастанеда. Место рационализма занял иррационализм. «Наука» и «научность» – почти ругательные слова. Наука дискредитирована: сплошная астрология, гороскопы, хиромантия, парапсихология, телекинез, НЛЮ, пришельцы. А место утопизма занял прагматизм – откровенный и приземленный. Но – итог тот же самый: все те же невменяемость, бегство от свободы, и никто ни за что не отвечает. Фактически мы имеем дело с новым обликом все той же невменяемости. Сохраняется вера в запретительные меры и прямое насилие. Персонифицированная власть остается «священной коровой». Большой Миф рухнул, но духовный опыт, его породивший, остался. И осколки «помнят» друг друга еще достаточно, чтобы тянуться друг к другу. Социальная неустойчивость и незащищенность, нравственный вакуум, правовой беспредел создают питательную среду преступности и одновременно – ностальгию по сильной руке. В условиях дисперсности, «размазанности» общества, отсутствия в нем социально-экономических и политических связей и отношений, направленных на реализацию интересов различных социальных сил, при неосознанности самих этих интересов – политическая активность носит деструктивный характер. Выборы теряют реальный политический смысл, партии становятся группировками вокруг амбициозных самозванцев.

Ярким примером истероидной формы выражения массовой национальной истерики являются фильмы-экранизации многотомной саги В.Лукияненко о «ночном» и «дневном дозорах». Человек – игрушка неких сил добра и зла, которым доступны иные планы («уровни») бытия, и которые борются друг с другом во имя и ради людей – оказывающимися марионетками, в итоге – жертвами в их руках. Картина мира сугубо манихейская. Есть только свои, «наши» и чужие, иные. И за своих надо безжалостно мстить «иным». Противостояние «дозоров» весьма напоминает бандитские разборки. А разводит их некая «крыша» – «инквизиция», состоящая из особо отобранных «темных» и «светлых» – прямой аналог спецслужб, с азефовщиной, амбивалентных по отношению к добру и злу, действующих во имя некоего «закона». Персонажи мечутся по экрану, демонстрируя сугубо истерический тип поведения. Если кто-то говорит, то это надрывный крик. Если ведет машину, то на бешеной скорости, сметая все и вся. Общение с другим быстро переходит в обмен сокрушающими ударами. А противостояние сил добра и зла завершается полным разрушением столицы. Фактически возрождается советская стилистика массового кино: измороженный и окровавленный герой в логове пирующего врага поет «Вихри враждебные...», а к этому логову стекаются «светлые» в рабочих робах, с монтировками... Социальный протест, в итоге которого жирующая Москва разносится в пыль. И над всем этим витает отчаянное стремление уйти от настоящего, от реальности, раздобыть магический артефакт, который позволит вернуть и переписать заново прошлое – не настоящее, и не будущее, а именно прошлое.

Российское общество оказалось беззащитным перед массовой культурой. Если в большинстве зарубежных стран социальность имеет устоявшиеся институциональные формы гражданского общества, дающего личности – пусть формальные, но ориентиры и скрепы идентификации в виде институций религиозных, муниципального само-

управления, профессиональной корпоративности, то советский и постсоветский человек этого лишен. Российское общество чрезвычайно дисперсно и гомогенно. Это общество массы – самое массовое общество в мире.

Поэтому постсоветское массовое сознание оказалось удивительно созвучным новому состоянию массовой культуры – постмодернизму. Еще в конце 1970-х годов, чем дальше, тем больше становилось ясным, что на духовной почве позднего Совдепа явно вырастало нечто иное, что речь должна идти не просто о какой-то моде.

Прежде всего это неангажированность постмодернизма никакой идеологией – черта, обладающая несомненной привлекательностью в обществе, перенасыщенном официальной идеологией, пронизывающей все сферы и поры социальной и личной жизни. Другой привлекательной чертой постмодернизма является впечатление технологичности, эрудиции и мастерства. И, наконец, постмодерн – своеобразная культура культур. В нем отсутствует стилевая обязательность. Единственной нормой, каноном является отсутствие нормы и канона – нормативность как анормативность. Речь даже идет не об эпатаже, нонсенсе, абсурде и поэтике скандала как существенных составляющих способа существования постмодерна. Главное – оправданность использования любых средств. Авторской необязательности соответствует столь же необязательное понимание текста. Особую ценность приобретает спонтанность, бессознательность творчества и понимания, поведения в целом.

Постмодернизм оказался удивительно созвучным российскому и советскому духовному опыту с его особым сочетанием эскапизма, утопизма и эсхатологизма, особой поэтикой странничества и нигилизма, фактическим отсутствием трудовой морали, революционаризмом, верой в установление на земле царствия небесного. Сама российская имперски-собирающая культура оказалась удивительно постмодернистичной. Это приложимо и к советской культуре с ее гиперреальностью³², элиминацией личности и свободы, негативным отношением к модерну, идеологией и эстетикой эскапизма, цитатничеством, стремлением стереть различия между элитарной и массовой культурой, систематическим порождением симулякров. Почти как в известном анекдоте о слонах: Советский Союз – родина постмодерна, а постсоветский постмодерн – самый постмодерный постмодерн в мире.

Имея в виду склонность российской массовой публики отождествлять экранное изображение, текст в журнале, газете, книге, музыкальные образы – с действительной жизнью, массовая культура постмодернизма оказывается просто самой судьбой постсоветской России. В результате социальной революции в стране были уничтожены социальные и классовые барьеры, традиционные субкультуры, в результате чего в стране сложилось общество почти дисперсное, лишенное структуры. Сословная и народная культуры оказались в некоем виртуальном пространстве «социалистического реализма». Крушение империи вызвало к активной жизни многообразие национальных культурных форм, которым прививалось «социалистическое содержание». В результате был выработан некий единый культурный код – выморочный, насаждавшийся пропагандистски и через систему образования – но доступный всем группам населения. И эта массовая культура противопоставлялась массовой культуре запада – безликой и безнравственной.

В СССР и современной России были безжалостно сметены сословные и классовые барьеры и фильтры реальных субкультур, сберегающих исторические традиции, обеспечивающие дополнение универсальным стандартам. За 150 лет в стране 5 раз радикально перераспределялась собственность. В результате несколько поколений граждан были лишены возможности жизненного самостояния и самоопределения,

³² См. также: Гройс Б. Утопия и обмен. М., 1993.

просто – социально-культурной идентичности. Адресом сложившейся дисперсной массы «исторически новой общности людей» были «не дом и не улица»... Ну а телевизор в России появился раньше демократии. Россия – дисперсное общество с ограниченным выбором жизненных сценариев. Человек находится наедине с миром и беззащитным перед властью. Вокруг него отсутствует структурированное социальное пространство. Он лишен внешних скреп и идентификаторов. У него очень ограничен круг сценариев разрешения жизненных проблем и ситуаций. Отсюда повышенная нетерпимость и жестокость.

Перестройка и последовавшие реформы проходили при полном отсутствии внятной культурной политики. В этой ситуации наиболее примитивная, развлекательная западная массовая культура, фактически – культурный ширпотреб, не имея конкуренции на отечественном рынке быстро заполнил вакуум. Отечественная (советская) массовая культура перестала быть массовой, изменилось содержание и даже дизайн массовых праздников. Деятели культуры, наивно полагавшие, что высокая культура выстоит в любой ситуации, жестоко просчитались. На гребне волны бездуховности оказалась эстрадная попса.

И стало очевидным, что российская массовая культура не имеет социальной почвы – ни исторических, ни фольклорных корней. Она может использовать – по старой имперской и советской привычке – практически любые исторические формы культуры, но не может наполнить его содержанием. Она оказалась просто неадекватной. Она никак не соответствует реалиям образа жизни корчащейся в муках от бездарно проводимых реформ страны, поведение руководства которой напоминает поведение малолетнего имбецила, мучающего кошку. А если реалии жизни не воспроизводятся массовой культурой, если они просто отталкивающи и не воспринимаются испытывающим болевой шок сознанием, возникает сомнамбулическая масса, не знающая критериев подлинности, не отличающая фальшивку от реальности.

Именно массовая культура, а не «средний класс», middle – вопреки мнению некоторых отечественных записных демократов, видящих причину всех бед российского общества в отсутствии реального среднего класса. Поразительная, необъяснимая с точки зрения «теории среднего класса» устойчивость путинского режима служит хорошим поясняющим примером. В условиях фактического отсутствия среднего класса и гражданского общества функцию консолидации социума осуществляет именно массовая культура, «ярким» представителем которой выступает сам президент с его ностальгией по советскому обществу, как уже отмечалось – «самому массовому в мире». В этой ситуации нет никакой необходимости даже в манипулятивной имитации среднего класса. Важно понять: сам middle – продукт массовой городской культуры. Так функцию среднего сословия в современной России с успехом выполняет массовое сознание людей массы, успешно сформированное еще в советское время.

Поэтому сегодня мы имеем фантомную массовую культуру, оторванную от образа жизни реального массового общества, порождающую виртуальное массовое сознание. Ситуация особенно трагическая в сочетании с незавершенностью первоначального накопления и традиционным апофатизмом, неспособностью ценить или даже просто уважать реальность и настоящее. При этом, как можно судить по интервью главы президентской администрации, главной проблемой российской государственности является консолидация элит³³. Власти понятно, зачем ей – власти – нужна единая и неделимая Россия – чтобы остаться властью. А вот задача консолидации общества –

³³ См.: Хроника. 06.05.2005 г. С.15.

не стравливания различных групп, а именно консолидация общества – такую проблему и тем более задачу она перед собой не видит.

С очевидностью российская массовая культура выражает специфические особенности российской культуры, связанные с ее ценностным акцентом на жизнь иную, но не на реальности здесь и сейчас. Нормативно-ценностному содержанию российской культуры свойственно внешнее великолепие и собирательная множественность. Российской культуре и истории свойственны шараханья в крайности (из социализма в дикий капитализм, уходить из Восточной Европы, отдав все; США – то друг, то враг; от тоталитаризма в либеральную демократию и обратно в авторитаризм), стремление кого-то догонять. Это пренебрежение реальным существованием предопределяет культурные, идеологические, политические и экономические шатания и шараханья из крайности в крайность. Пренебрежение культурным наследием в конечном счете оборачивается безоглядными заимствованиями в духе Петра Великого, коммунистов, нынешних младореформаторов. Российские марксисты оказываются самыми марксистскими марксистами в мире, а либеральная экономика – самой либеральной. То же самое можно сказать и о массовой культуре в России. Российское общество сейчас – ценностно невнятное и дисперсное, «плоское» до неприличия – самое массовое общество в мире с правящей элитой, которой характерно ярко выраженное массовое сознание. В российской культуре царит именно и только масскульт. Причина этой ситуации – незрелость, а теперь и отсутствие традиционной культуры. Попытки апелляции к имперскому прошлому (вроде дизайна празднования 60-летия Победы) и державническим ценностям сути дела не меняют именно в силу их внеэтничности, ценностной универсальности. А власть ради власти всегда чревата насилием и самоуничтожением.

Власть, озабоченная только самой собой, культура, перенасыщенная культурой, озабоченная сама собой, языком самовыражения, выворачивающая наружу и наизнанку механизмы и технологии творчества, делающая их самих предметом и продуктом творчества, – все это оказывается столь же губительным для человека, как для бронтозавров и их собратьев, – размеры их тела и панцирей. Как зло суть большее добро, указывая на его присутствие и необходимость поиска, так и постмодерн указывает на заблуждение и необходимость ответственной работы ума и души. И в этом итоги постмодерна и российско-советского опыта также совпадают.

Однако Россия, вместо того, чтобы определиться, буквально «о-предЕлиться», осознать и сформулировать свои пределы – цели, возможности, вместо того, чтобы от слов о собственной уникальности перейти к уяснению и конкретизации этой уникальности, сосредоточиться на собственных брендах, продолжает претендовать на всемирность и всеохватность вселенского масштаба. Есть подозрение, что с такими амбициями в становящемся все более плотным мире можно просто не вместиться. Промедление с таким самоопределением чревато тем, что придется входить в этот новый и плотный мир по частям. Построение же всемирной альтернативы всему миру – вещь непосильная метафизически.

Ergo

Перспективы массовой культуры и в России, и во всем мире – и радостны, и грустны. В принципе, массовой культуре и массовому обществу никто и ничто не угрожает. Они тотальны. Вряд ли кто-то или что-то способны остановить победоносное шествие массовой культуры по всем континентам. Арсенал методов и технологий ее экспансии практически неограничен в силу самой ее природы. Как массовой культуре, так и массовому обществу в целом, являющимся итогом развития европейской цивилизации, нечего противопоставить. По крайней мере – пока.

Им оказались не страшны и социальные трагедии, и природные катаклизмы. Ничто не имеет ни малейших шансов прорваться сквозь мягкую паутину масскультовских симуляций. Один из самых поразительных примеров – нью-йоркская трагедия 11 сентября 2001 года. Казалось бы – какое более грандиозное событие можно себе придумать: одновременно, публично, в сердце и символе мировой цивилизации произошло умерщвление нескольких тысяч человек. Утаить это невозможно – жизнь, реальность, «конфликт культур» прорвались наружу и предстали во всей своей неприкрытости человеческих страданий. Так и казалось поначалу. Но массовая культура сгладила, самортизировала, сдемпфировала, переориентировала негативные импульсы, которыми были чреваты последствия. И реальности не стало. Остался миф, причем, конечно же, миф массовой культуры. Что уж говорить о других реальных событиях в более отдаленных точках планеты – вроде войны в Чечне или кровавейшем конфликте хуту и тутси. Войны, пожары, землетрясения, цунами, «разноцветные» революции, массовые погромы – все это уже стало лишь «новостными поводами» массовой культуры и никак иначе не воспринимаются.

Массовая культура и стала самой реальностью. Внешних врагов у нее нет. Но внутри нее, в сердцевине ее окончательного триумфа содержится яд. И он тоже из сферы реального, но такого, что не заболтаешь в телевизионной «аналитике» и ток-шоу, не пропоешь, и не протанцуешь. Массовая культура может совладать с «международными террористами», с религиозными фундаменталистами всех конфессий и номинаций, с самым эпатажным художественным авангардом. Но массовая культура – демократическая и городская по своим истокам – в настоящее время отпадает от своих корней и сталкивается, как минимум, с тремя вызовами.

Во-первых, радикально меняется образ жизни, породивший массовую культуру. На сегодняшнем этапе цивилизационного развития город утратил свою духовно-культурную роль, торжество городской культуры сменилось ее кризисом. Город стал местом для офисов и бедных.

Второй вызов связан с еще более глубоким «предательством» элит, которые не только бегут из городов, но уже и не связывают себя обязательствами перед остальным обществом, не видят свою задачу в эффективном управлении общественным организмом. Они присвоили себе право распоряжаться им, в том числе, используя средства массовой коммуникации, современные информационные технологии и, само собой разумеется, возможности, которые дает массовая культура для манипулирования как индивидом, так и обществом в целом³⁴.

Наконец, в-третьих, реализация в массовой культуре наиболее эффективного цивилизационного проекта выносит на первый план уже проблему чисто антропологическую – как в плане среды обитания, так и самой человеческой природы: перспективы «постчеловеческого будущего», «постчеловеческой персонологии», ценностного содержания «постчеловеческого гуманизма».

Массовая культура, рыночная экономика, бизнес сами по себе ни хороши, ни плохи. Они, как любой объективный факт, феномен, состояние общества содержат в себе как позитивные, так и негативные тенденции. Более или менее эффективно противостоять негативным тенденциям, как показывает опыт стран с развитой рыночной экономикой и развитыми институтами гражданского общества, можно – при условии структурированности социальной жизни, наличия в обществе социальных форм, традиций, которые создают систему социальных ориентиров, позволяющих сформировать культурную идентичность, выработать личности социальную и жизненную позицию. Как показывает бурное развитие стран Южной, Восточной и

³⁴ Лэш К. Восстание элит. М., 2002.

Юго-Восточной Азии, успешную перспективу современности можно видеть в сочетании потенциала массовой культуры и трансперсонального превращения личности в точку сборки идентичности как социальной ответственности.

Великий гуманистический проект Возрождения и рационализма Просвещения, превративший человека в самоцель и высшую ценность на наших глазах приобретает новые краски. XX век принес осознание того, что главное – не борьба за свободу и даже не достижение свободы, а переживание свободы, способность ее вынести. Это переживание может быть бегством от свободы, уходом в невменяемость. Может оно обернуться и свободой воли как волей к неволе. Может обернуться и прямым произволом, насилием над природой, обществом, другим человеком. Но может открыть гармонию мира, меру и глубину ответственности за нее. Огромные технические и социальные энергии взорвали антропоцентрическую цивилизацию и грозят раздавить человека в столкновении безличных коллективных и материальных сил. XX век останется в политике веком тоталитарных режимов, в искусстве – утратой человека в живописи, музыке, литературе.

К началу нынешнего тысячелетия стало ясным, что человек – это не всегда хорошо, а культура и гуманизм – это не только прекрасное и высокое. При неумелом с ними обращении они могут быть опасны.