

ПРОБЛЕМЫ КУЛЬТУРОЛОГИИ

DOI: 10.17805/zpu.2020.3.13

Реверсивные практики массовой культуры

А. Р. КОЖАРИНОВА

МОСКОВСКИЙ ГУМАНИТАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

В статье рассматривается способность современной массовой культуры формировать в сознании своей аудитории мифологическую картину мира.

Отмечается, что усложнение общества в конце XX в. привело к тому, что в гуманитарном знании линейные представления об общественном прогрессе были заменены на гораздо менее предсказуемые нелинейные модели динамики культуры. Это осложнило прогнозирование сценариев будущего как для всего общества в целом, так и для отдельных его представителей в частности. В условиях неполноты информации о сложнейших цивилизационных сдвигах в проблемной ситуации оказались не только интеллектуалы, способные ответить на вызовы современности, но и обычные люди.

Эти изменения привели к тому, что обострилась проблема формирования эвристических моделей поведения и выстраивания соответствующих им жизненных сценариев. Переживания по поводу выбора оптимальной траектории будущего стали массово осознаваемой проблемой.

Сознание представителя массового общества начинает избегать ответственности за рациональный выбор перспективных стратегий и тактик. При этом желание ослабить напряженность выбора побуждает индивида не искать новые практики, а обращаться к отретаврированным массовой культурой архаическим паттернам, сформированным архаической мифологической картиной мира. Иррациональный возврат к прошлым поведенческим моделям способствует изменению направления вектора развития культуры, переориентируя его от будущего к прошлому.

Для иллюстрации подобной реверсии в данной статье рассматриваются следующие два феномена массовой культуры: индустрия религиозных праздников и «исповедальные» жанры медийных «культурных героев». В статье определяются причины популярности подобных масскультурных реверсий, главная среди которых — адаптация к сложностям современной культуры и непредсказуемости ее динамики.

В заключении делается вывод о том, что результатом подобных реверсий для представителя массового общества становится все большая утрата его субъектности, проявляющаяся в обращении к устоявшимся мифологическим паттернам поведения, транслируемым массовой культурой, вместо осознанного конструирования новых.

Ключевые слова: непредсказуемость развития; сценарии будущего; культурные практики; мифологическая картина мира; реверсия смыслов

ВВЕДЕНИЕ

Помещенный в лабиринт плюральных истин, мировоззрений, научных и религиозных концепций, политических сценариев, жизненных практик, современный человек оказался перед выбором: жить, скользя по предлагаемой ему знаковой поверхности, минимизируя при этом интеллектуальные, духовные и душевные усилия,

или же углубляться в суть явлений и смыслов, испытывая невероятные и зачастую бесплодные напряжения при попытке их дешифровки. «Инертное большинство» (А. Тойнби) всегда отказывалось от притязаний на онтологические поиски, предпочитая что-то более понятное, полезное и достижимое. Однако, как представляется, впервые в истории человечества специфика культуры постсовременного общества вероятно обострила ситуацию данного выбора.

Просвещенческие ориентации на линейное развитие общества и неминуемый прогресс обладали большим предсказательным потенциалом относительно сценариев будущего развития. Но в XX в. как в среде интеллектуалов, так и в массовом сознании они перестали доминировать, поскольку само развитие общества продемонстрировало их редуционизм. Поэтому в XX в. в гуманитарном знании на смену линейным представлениям пришли нелинейные концепции динамики культуры, например теории локальных цивилизаций О. Шпенглера (Шпенглер, 2004) и А. Тойнби (Тойнби, 2004), представление о синусоидальной социальной и культурной динамике П. Сорокина (Сорокин, 2020), синергетические бифуркационные концепции (Пригожин, Стенгерс, 2014) и некоторые другие. Нелинейный взгляд на будущее перешел из специализированного знания в обыденное сознание, и постепенно массами начала осознаваться сложность и непредсказуемость современного мира. При этом представления о нелинейном развитии общества обострили проблему социокультурного прогнозирования, но не абсолютно исключили его возможность.

РЕСТАВРАЦИЯ МИФОЛОГИЧЕСКОЙ КАРТИНЫ МИРА В МАССОВОЙ КУЛЬТУРЕ

В последней трети XX в. общество перешло на другую — технологическую — ступень развития и стало представлять собой настолько сложную и многофакторную, ризоматически устроенную систему¹, что предсказать его дальнейшую динамику стало затруднительно даже для специалистов-футурологов. А массовое сознание, в принципе не рефлексирующее и не склонное к выстраиванию причинно-следственных связей, и вовсе столкнулось с ситуацией тотальной неизвестности относительно собственного будущего: какое образование получать? какую карьеру строить? где жить и работать? чем отвечать на цивилизационные экологические, политические и другие вызовы? как отбирать информацию и верифицировать ее?.. Список проблем только увеличивается, ввергая рядового члена массового общества в хронический стресс.

Массовизированный индивид, страшась ошибиться в попытках осмысленного и рационального выбора стратегий и тактик, освобождает себя от ответственности рационального подхода к будущему. Поэтому он оглядывается назад и все активнее начинает искать выходы из ризоматически устроенных тупиков современности в архаическом прошлом. И тут на помощь ему приходит массовая культура, услужливо предлагающая своей аудитории иллюзорный возврат к психологическому комфорту рационально устроенных «древесных культур» (Ж. Делез, Ф. Гваттари).

Итак, если свободно мыслящая личность проектирует свое будущее с готовностью рефлексировать и нести ответственность за свой выбор, то массовизированный индивид обнаруживает свою несостоятельность в принятии вызовов современности и даже не пытается анализировать перспективу. Избегая рефлексии по поводу настоящего и будущего, он обращается в интеллектуально и психологически уютное прошлое. Такие ретроспективные стратегии оказываются более комфортными. В этой ревер-

сии² ему активно помогает массовая культура, предлагающая своей аудитории слегка отреставрированные старые шаблоны взаимодействия с действительностью. Именно по этой причине «расколдованная» проектом Просвещения культура в своем массовом варианте обращается к мифологическому основанию.

Рассмотрим реверсивные механизмы современной массовой культуры на примере анализа двух ее феноменов, различных по форме, но идентичных по своим мифологическим составляющим.

МАСКУЛЬТУРНАЯ ИНДУСТРИЯ РЕЛИГИОЗНЫХ ПРАЗДНИКОВ

Одним из самых массово распространенных феноменов, реставрирующих культурные матрицы архаики, является маскультурная индустрия религиозных праздников, в рамках которой возвышенная сущность отмечаемых событий исчезает из поля зрения большинства празднующих. Ревностно охраняемые в традиционном обществе священо-мирские (М. Элиаде) и сакрально-профанные дихотомии (Э. Дюркгейм) разрушаются в пространстве массовой культуры, в котором христианские праздничные традиции невероятным образом смешивают монотеизм и язычество, духовность и акцентуацию на материальном, религию и разного толка идеологию. Коммерциализация сакрального, фальсифицирующая сущность этих торжеств, в эпоху консюмеризма воспринимается представителем массового общества как должное. Празднование Рождества должно было бы соответствовать библейскому учению Христа, согласно которому духовное должно возвышаться над телесным. Однако под сводами «храмов» массового общества — торговых центров — оно стало апогеем приобретательства. В частности, широко распространена пасхальная продукция (полотенца, кружки, корзинки, бутылки вина, термонаклейки на яйца и т. п.), на которой можно встретить изображения христианских святых, ангелов, Богородицы, да и Самого Спасителя. В истинно православной среде не раз высказывались опасения о небезобидности и даже кощунственности подобного рода сувениров, размывающих границу между «священным» и «мирским», а также разворачивались споры о неоднозначности проблемы их утилизации. Однако индустрия «праздничного» ширпотреба, профанирующая священные образы, продолжает пользоваться массовым спросом. Более того, выстроенная экономическими структурами культурная матрица Рождественского проекта набирает обороты, выходит за рамки региональной культуры, проецируя на весь, в том числе и восточный, мир консюмеристскую идеологию.

Известно, что характеристикой мифологического сознания является его способность к воссозданию целого по частям, его составляющим. Причем при воссоздании целого части могут связываться на случайных псевдологических принципах. Если какие-либо элементы целого остаются для иррационального сознания «несущественными», они ради удаления противоречий внутри картины мира попросту «выносятся за скобки» сознания. Обратим внимание на то, как смешиваются смыслы в пространстве языка. Все мы привыкли к таким массово используемым лингвистическим конструктам, как «рождественские скидки», «рождественские распродажи». А ведь при внимательном отношении к слову, что предполагается логоцентрической христианской традицией, бросается в глаза их, по сути, абсурдная антирелигиозная сущность.

Рядовому потребителю также не приходит в голову, что иконические образы общехристианского святого Николая Мирликийского (Санта-Клаус, Пер Ноэль, Дед Мороз), давно обосновавшиеся в разнообразных маскультурных текстах, стали,

в сущности, «тотемическими знаками» (Э. Дюркгейм), в которых форма и содержание в путаном сознании массовизированного индивида меняются местами.

Любые товары, стоит их снабдить ленточками, сердечками и прочей праздничной атрибутикой, начинают приобретать в массовом сознании амбивалентное значение и автономную ценность, никак не связанную с сущностными особенностями празднуемых событий. Экономическая функция празднования в том и заключается, чтобы покупатель, помещенный идеологам потребления в необходимое им смысловое поле, усилил свою потребительскую активность и через демонстративные траты иллюзорно приобщался к сакральному.

Инфантильного индивида, получающего удовлетворение от подобной иллюзии, Ж. Бодрийяр назвал «личностью в беде» (Бодрийяр, 2001: 70), а специфику его мышления обозначил как «логику Деда Мороза» (там же: 76).

Исследователь традиционной праздничной культуры В. Н. Топоров дает празднику следующее определение: это «временной отрезок, обладающий особой связью со сферой сакрального, предполагающий максимальную причастность к этой сфере всех участвующих в празднике и отмечаемый как некое институционализированное (даже если оно носит импровизированный характер) действие» (Топоров, 1988: 329). В этом действе празднующие связаны друг с другом и образуют социально солидарное единство. Достигается это единство навязыванием празднующим типовых церемониальных действий, к которым можно отнести следующие: выражение особым образом окрашенных коллективных эмоций, снабжение городских пространств характерными эстетическими декоративными атрибутами, обязательный шопинг, дарение унифицированных подарков, приготовление «ритуальной» еды и т. п. Идеология такого праздника направлена на объединение масс посредством экспрессивных связей от уровня малой семейной группы до общества в целом.

Отметим, что массовая культура не принуждает своих потребителей. Напротив, эти псевдорелигиозные реставрации востребованы, пожалуй, как никакие другие. Празднования становятся для масс специфической психотерапией по ряду причин. Во-первых, сегодня для большинства не библейские заповеди, а именно квазирелигиозные рождественские и пасхальные индустрии актуализируют семейные ценности и позволяют родным реализовывать свои чувства друг к другу за счет символических потребительских практик и величины затраченных на празднование средств и усилий. Во-вторых, подобные культурные проекты связаны с надеждой на обновление и позитивные социальные перспективы (Элиаде, 2005: 48–61). В-третьих, праздничная стихия порождает островки утопии, на которых массы обретают иллюзию сопричастности к вере и освобождают себя от фрустрации, возникающей в результате отнюдь не ревностного выполнения своих конфессиональных обязанностей. В-четвертых, религия в ее массовизированном варианте легитимизирует игровую карнавальную стихию, необходимую массам для рекреации и эмоциональной разрядки после многочисленных стрессов повседневности.

Итак, удовлетворенные иллюзиями массы не замечают подмены: сообщаемая религиозными праздниками святость девальвирована для большинства, она перестает быть связана с высоким внутренним содержанием. «Аура» священного подвергается инфляции, отделяя культурные практики масс от религиозных. Возвышенной категорией «святости» в массовом обществе манипулируют, ее предлагают почитать не содержательно, а номинально, при этом за ее счет массам навязывают солидарность, аналогичную солидарности почитающим тотем членам племени. Реставрация при-

митивного мифологизма мешает религии реализовать ее важнейшую функцию — создание общего универсума, в котором вся социальная жизнь получает смысл в своей конечной высокой перспективе. Однако массовое общество активно откликается на рождественские и пасхальные проекты, поскольку разработанные экономическими и идеологическими структурами культурные сценарии праздника детерминируют поведение празднующих, хотя бы на эти периоды освобождая массовое сознание от подлинных религиозных рефлексий, и руководят рекреативными стратегиями большинства.

*МИФОЛОГИЧЕСКИЙ ОБРАЗ «КУЛЬТУРНОГО ГЕРОЯ»
В МАССОВОЙ КУЛЬТУРЕ*

Другим вариантом культурных реставраций стало создание новой современной мифологии «маскультурных героев», распространяемой, в том числе, через их публичные автобиографические исповеди в СМИ. Нормативная недостаточность современной культуры отменяет прошлые запреты на сокрытие частной жизни. Невозможная в предшествующих вариантах маскульты «публичность приватного» (Р. Барт) становится сегодня объектом пристального интереса массовой аудитории, что обеспечивает медийную популярность «исповедального» жанра. Сеансы саморазоблачений сами по себе становятся для движимой любопытством публики показателем культурного «героизма». В ситуации префигуративной культуры (М. Мид) этот жанр становится своеобразным «новым фольклором», смещающим вектор мимесиса³ с ориентации на более старших и более творческих на направленность на более медийных.

Рассмотрим механизм этой маскультурной реверсии, приспособляющей старую мифологию к современному контексту.

В умело срежиссированных текстах «исповедей» наблюдается смешение жанров документалистики и художественного произведения. В них присутствует интрига, описывающая социальную и психологическую историю главного персонажа, подчеркивается мелодраматичность его жизненных коллизий (любовь, предательство, наказание за грехи, раскаяние, торжество «справедливости» или надежда на него и т. п.). Бродячие сюжеты, насыщенные экстремальными ситуациями (что называется, «все включено»: трудное детство и вынужденное раннее взросление, вызывающая неприятие окружающих позиция «гадкого утенка», присущий герою авантюризм, семейно-бытовые проблемы или что-нибудь еще в этом роде). Неважно, что подобные истории дублируют друг друга, воспроизводясь каждый раз в несколько обновленном варианте, — массы извлекают удовольствие уже из самой серийности таких нарративных процедур. Типичность ситуаций уже сама по себе является «лечебной» для масс, поскольку утешает их, питая иллюзии на существование в окружающей реальности возможных постоянств и закономерностей.

«Откровения» «культурных героев» насыщены банальностями и общими даже для неискушенного потребителя местами. Коммуникация при обмене всем известными идеями присутствует лишь видимо: это, скорее симуляция коммуникации, осложняемая принципиальной невозможностью отличить фейковую информацию от правдивой. Да и верификация полученных сведений вовсе не является задачей массовой аудитории. Главной целью потребления таких нарративов становится интерпретация жизненных коллизий героев подобных исповедей с целью соотнесения их с собственной жизнью. При этом «исповеданная» биография отчуждается от своего героя и об-

ретает собственную реконструированную аудиторией значимость. Построенные по принципу «открытых произведений», автобиографические масскультурные тексты становятся символическими матрицами, которые каждый может заполнить содержанием по своему усмотрению. Потребителю дается возможность выбрать любую позицию по отношению к поведению героя, при том что последний все-таки намекает публике на верную трактовку.

Массовое сознание, затрудняющееся рефлексировать самостоятельно, как бы приглашает к этому известного символического Другого. Эту ситуацию описывает С. Жижек: «Другой человек может принимать на себя мое страдание, мое наказание (но еще и мой смех, мое удовольствие), в которых можно страдать и расплачиваться за прегрешения посредством Другого (включая молитвенные барабаны, которые молятся за вас)» (Жижек, 2005: 14). Философ подчеркивает наличие весомого потенциала освобождения от личной ответственности, содержащегося в данных видах коммуникации: «...когда Другой смеется вместо меня, я могу спокойно отдохнуть; когда Другого приносят в жертву вместо меня, я могу продолжать жить с сознанием того, что я расплатился за мою вину» (там же: 15). Предлагаемая «интерпассивному субъекту» заманчивая возможность «смеяться и плакать посредством Другого» (там же) делает подобные тексты массовой культуры вариантом массовой психотерапии. Продолжающиеся серии многочисленных аналогов не приедаются массам, с удовольствием «проживающим» посторонние жизни и увеличивающим за их счет вариативность собственных жизненных сценариев. Приобретаемый таким образом жизненный опыт, поведенческие стереотипы, эмоциональные настрои с готовностью усваиваются инфантильными массами, примеряющими на себя методом проб и ошибок чужие роли и маски.

Анализируя аспекты мифа, М. Элиаде подчеркивает роль мифа в «открывании» мира: «Миф дает полную уверенность человеку в том, что все, что он готовится сделать, уже когда-то было сделано, он помогает прогнать сомнения, которые могут зародиться относительно результатов предпринимаемых действий. Зачем колебаться перед предстоящим морским путешествием, если мифический Герой его уже осуществил в легендарные времена? Нужно только следовать его примеру. Таким же образом, вы не должны испытывать страха, когда обосновываетесь на новой и неосвоенной территории, поскольку известно, что нужно делать. Достаточно просто повторить космогонический ритуал, и неизвестная территория (“Хаос”) превращается в “Космос”, становится *imago mundi*, местом обитания, узаконенным ритуалом» (Элиаде, 2005: 143). Современные мифы, как и их древние аналоги, предоставляют массам образцы деятельности своих «культурных героев», что устраивает все стороны коммуникации: СМИ получают рейтинги, «герои» приобретают еще большую популярность, аудитория усваивает шаблоны поведения, приобретая иллюзию приумножения жизненного опыта, общество совершает очередной акт «страхования» себя от спонтанных индивидуальных практик своих членов. Таким образом, новая массовая мифология служит одним из механизмов формирования общественной солидарности.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Итак, разуверившийся в рационализме, прогрессе, христианской этике, тоталитарных идеологиях и многом другом представитель ризоматически устроенного общества сталкивается с невозможностью рационального подхода к своему будущему. В непростой ситуации выбора массовизированный представитель современного об-

щества отказывается брать на себя ответственность за принятие решений и обращается к масскультурным вариантам паттернов мифологической эпохи. Его не смущает симуляционная природа подобного рода реверсий. Напротив, они с готовностью воспринимаются массами, поскольку освещают вечные темы любви, веры, счастья, одиночества и создают у отчужденного от онтологических основ массовизированного индивида иллюзии духовной жизни, выхода за пределы собственного бытия. При этом индивид попадает в замкнутый круг: отсутствие личностного начала делает невозможным взятие на себя ответственности за выстраивание новых индивидуальных сценариев будущего, поэтому предлагаемая массовой культурой реверсия смыслов и практик уводит индивида из настоящего в мифологическое прошлое. Подобная ретроспективная направленность мышления еще больше дезактивирует его субъектность.

ПРИМЕЧАНИЯ

¹ То есть самоорганизующуюся, не упорядоченную и не выстроенную иерархически системе, не имеющую начала, конца, центра, постоянно меняющую свою конфигурацию.

² Под реверсией и реверсивными практиками (от лат. *reversio* — «возврат», «обращение») в данной статье будем иметь в виду склонность находящегося в ситуации выбора представителя массового общества совершать этот выбор, ориентируясь на взятые из мифологического прошлого неоднократно проигранные сценарии, на желание возврата к архаичным культурным формам.

³ Согласно А. Тойнби, мимесис (от греч. «подражание») — это механизм, согласно которому осуществляется культурная динамика. В примитивных обществах мимесис был направлен на старших по возрасту членов общества, что замедляло развитие общества. В цивилизациях мимесис направлен на более творческих личностей, что, напротив, способствует быстрым социальным изменениям (Тойнби, 2004: 310–316).

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Бодрийяр, Ж. (2001) Система вещей. М. : Рудомино. 224 с.
- Жижек, С. (2005) Интерпассивность. Желание: влечение, Мультикультурализм. СПб. : Алетейя. 156 с.
- Пригожин, И., Стенгерс, И. (2014) Порядок из хаоса. Новый диалог человека с природой. М. : Едиториал УРСС. 304 с.
- Сорокин, П. А. (2020) Социальная и культурная динамика. М. : Академический проект. 988 с.
- Топоров, В. Н. (1988) Праздник // Мифы народов мира : в 2 т. / гл. ред. С. А. Токарев. М. : Советская энциклопедия. Т. 2. 719 с. С. 329–331.
- Тойнби, А. Дж. (2004) Постижение истории. М : Айрис-пресс. 640 с.
- Шпенглер, О. (2004) Закат Европы : в 2 т. М. : Айрис-пресс. Т. 1. 528 с.
- Элиаде, М. (2005) Аспекты мифа. М. : Академический проект. 251 с.

Дата поступления: 05.07.2020 г.

REVERSE PRACTICES OF MASS CULTURE

A. R. KOZHARINOVA

MOSCOW UNIVERSITY FOR THE HUMANITIES

The article examines the ability of modern mass culture to form a mythological picture of the world in the minds of its audience.

It is noted that the complication of society at the end of the 20th century led to the fact that in the humanities, linear ideas about social progress were replaced by much less predictable nonlinear mo-

dels of cultural dynamics. This made it difficult to predict future scenarios for both society as a whole and for its individual representatives, in particular. In the conditions of incomplete information about the most complex civilizational shifts, not only intellectuals who are able to respond to the challenges of our time, but also ordinary people found themselves in a problematic situation.

These changes have led to the exacerbation of the problem of the formation of heuristic behavior patterns and the construction of corresponding life scenarios. Worrying about choosing the best trajectory for the future has become a massively recognized problem.

The consciousness of a mass society representative begins to avoid responsibility for the rational choice of promising strategies and tactics. At the same time, the desire to ease the tension of choice encourages the individual not to seek new practices, but to turn to archaic patterns restored by mass culture, formed by the archaic mythological picture of the world. An irrational return to past behavioral patterns contributes to a change in the direction of the vector of cultural development, reorienting it from the future to the past.

To illustrate such a reversion, this article examines the following two phenomena of mass culture: the industry of religious holidays and the “confessional” genres of media “cultural heroes”. The article identifies the reasons for the popularity of such mass cultural reversions, the main one of which is adaptation to the complexities of modern culture and the unpredictability of its dynamics.

It is concluded that the result of such reversions for a mass society representative is an increasing loss of their subjectivity, which manifests itself in an appeal to the established mythological patterns of behavior transmitted by mass culture, instead of consciously constructing new ones.

Keywords: unpredictability of development; scenarios of the future; cultural practices; mythological picture of the world; reversion of meanings

REFERENCES

- Baudrillard, J. (2001) *Sistema veshbej*. Moscow, Rudomino. 224 p. (In Russ.).
- Žižek, S. (2005) *Interpassivnost'. Zhelanie: vlechenie, Mul'tikul'turalizm*. St. Petersburg, Ale-teja. 156 p. (In Russ.).
- Prigogine, I. and Stengers, I. (2014) *Porjadok iz haosa. Novyj dialog cheloveka s prirodoy*. Moscow, Editorial URSS. 304 p. (In Russ.).
- Sorokin, P. A. (2020) *Social'naja i kul'turnaja dinamika*. Moscow, Akademicheskij proekt. 988 p. (In Russ.).
- Toporov, V. N. (1988) *Prazdnik. Mify narodov mira* : in 2 vol. / ed. by S. A. Tokarev. Moscow, Sovetskaja jenciklopedija. Vol. 2. 719 p. Pp. 329–331. (In Russ.).
- Toynbee, A. Joseph. (2004) *Postizhenie istorii*. Moscow, Ajris-press. 640 p. (In Russ.).
- Spengler, O. (2004) *Zakat Evropy* : in 2 vol. Moscow, Ajris-press. Vol. 1. 528 p. (In Russ.).
- Eliade, M. (2005) *Aspekty mifa*. Moscow, Akademicheskij proekt. 251 p. (In Russ.).

Submission date: 05.07.2020.

Кожаринова Анна Ростиславовна — кандидат философских наук, доцент кафедры философии, социологии и культурологии Московского гуманитарного университета. SPIN-код РИНЦ: 8434-2370. Адрес: 111395, Россия, г. Москва, ул. Юности, д. 5. Тел.: +7 (499) 374-55-11. Эл. адрес: anna_adv@inbox.ru.

Kozharinova Anna Rostislavovna, Candidate of Philosophy, Associate Professor, Department of Philosophy, Sociology and Cultural Studies, Moscow University for the Humanities. SPIN code RISC: 8434-2370. Postal address: 5, Yunosti St., Moscow, Russian Federation, 111395. Tel.: +7 (499) 374-55-11. E-mail: anna_adv@inbox.ru