

Силич Л.Е

## ТЕОРИЯ МАССОВОГО ОБЩЕСТВА: СТАНОВЛЕНИЕ И РАЗВИТИЕ ТЕРМИНОЛОГИИ

По мнению Шилза Э., призрак преследует социологов - призрак массового общества. Дискуссия о массовом обществе длится не первое десятилетие. Многие ученые подвергали сомнению сам факт существования подобного явления и соответствующей теории. Тиндер Г. считал это всего лишь способом видения современной философии и культуры. Брамсон Л. социальным романтизмом. Парсон Т, Уайт У. видели в ней идеологическую позицию определенных групп интеллигентов. Даже признавая его существование, редко кто объявляет себя сторонником массового общества.

Теория массового общества существует более 100 лет. Основные ее категории были взяты из работ теоретиков прошлого века - Берка, Сегеле, Лебона, Тарда, Михайловского Н. Моделью массы для авторов прошлого века была толпа - единое целое, оказывающее влияние на психику людей, организация более низкого порядка по сравнению с организованной общностью. Нивелировка личности в массе приводила к ее спуску вниз по лестнице цивилизации.

Ключевым моментом в развитии теории стала книга Шпенглера «Закат Европы», которая в начале XX в. сформулировала проблему, стоящую не только перед Европой – нашествие масс. Массовое общество, являясь явлением относительно новым, претерпело долгий период созревания. Основные черты этого общества частично существовали еще в Древнем Риме, но широкое распространение получили в последнее столетие.

Если объединить многочисленные разнообразные определения, то массовое общество это общество, в котором доминирует массы, господствует массовое потребление и производство, массовая коммуникация и культура гражданского общества, опирающаяся на общественное мнение.

Создание категориального аппарата науки, теории процесс длительный и непрекращающийся даже с всеобщим признанием основных положений. Теория массового общества привлекала внимание психологов, социологов, философов и таким образом претерпела соответствующие изменения и дополнения. В категориальном аппарате теории можно выделить несколько пластов, принадлежащих различным сферам научного знания:

1. Психологический – гипноз, внушение, подражание, «массовая душа»;
2. Философский – архетип, миф, коллективное бессознательное;
3. Социологический – стандартизация, общественное мнение, мода, пропаганда;
4. Культурно-исторический – китч, массовая и элитарная культура, поп, «звезда»;
5. Технологический – виртуальная реальность, аудиовизуальность, информационное общество, машинная цивилизация, интернет-зависимость;
6. Художественно-литературный – эпоха великого брата, двоемыслие, «бэббит» и др.<sup>i</sup>

Последний, художественно-литературный слой активно используется исследователями для иллюстрации теоретических положений конкретными примерами, придания выражению эмоциональной окрашенности. Не являясь терминами в научном смысле, тем не менее, слова и выражения, источником которых являются произведения научно-фантастического, социального характера, антиутопии, заняли особое место в понятийном аппарате теории массового общества. Так, слово «бэббит», взятое из одноименного романа С. Льюиса и являющееся фамилией главного действующего лица, стало синонимом массового человека.

Безусловно, это деление является условным, так как гуманитарные науки обладают общей терминологией, не позволяющей с точностью установить источник понятия. Подобное можно сказать о большинстве терминов и категорий, в которых описывают массовое общество.

Помимо объективно обусловленного пути формирования понятийного аппарата, в теории массового общества активную роль играл субъективный фактор. Многие исследователи являлись авторами новых терминов. Ортега-и-Гассет всесторонне рассмотрел явление, названное им «восстание масс».<sup>ii</sup> Дэвиду Рисмену принадлежит выражение «одинокая толпа», ставшее хрестоматийным.<sup>iii</sup> Предметом исследования Маркузе стал «одномерный человек» и «одномерное общество».<sup>iv</sup>

Несмотря на большой вклад теоретиков XIX в. в создании понятийного аппарата теории массового общества, которая оформилась значительно позже, многие термины устарели, со временем были признаны ненаучными и вышли из употребления. В частности С. Сегеле, взяв за основу эмпирический материал времен Великой Французской революции, выделил особый вид массы – «преступную толпу».<sup>v</sup> Термин, широко употреблявшийся Тардом и Лебоном «душа толпы» в XXв. был заменен коллективным бессознательным, обаяние вождя – харизмой лидера. Тем не менее, эти термины внесли большой вклад в развитии массовой психологии, философии и социологии.

Терминология теории массового общества, психологии масс и социальной философии крайне противоречива. Коллективные формы социальной жизни в трудах философов, социологов, психологов представлены в виде толпы, массы, аудитории. Центральное же понятие "масса" вызывало и вызывает наибольшие споры. Масса у различных авторов понималась как: гетерогенная аудитория, противостоящая классу и относительно однородным соединениям; уровень некомпетентности; снижение цивилизации;

результат машинной техники; сверхорганизованное бюрократическое общество; толпа/традиционно презрительно/.

Авторы XIX в., заложившие основы теории и ее понятийного аппарата, традиционно различали толпу (массу) и публику (аудиторию).<sup>vi</sup> Первая представлялась более сплоченной и нетерпимой, вторая менее сплоченной и более цивилизованной. У многих авторов масса отождествляется с толпой, т.е. для ее образования необходимо одновременное физическое присутствие. Уже в понимании Шпенглера масса не требовала обязательного физического присутствия от своих членов. Таким образом, принадлежность к массе являлась исключительно психологическим признаком. Количественное понятие толпа было выражено в термине социологии - масса. Масса - это множество людей без особых достоинств. Человек массы - тот, кто не ощущает в себе никакого дара или отличия от всех, хорошего или дурного, кто чувствует, что он "точь-в-точь как все остальные", и притом нисколько этим не огорчен, наоборот счастлив чувствовать себя таким же, как все.<sup>vii</sup> Основные его черты – безудержный рост жизненных вожелений и принципиальная неблагодарность ко всему, что позволило так хорошо жить. Как только мир и жизнь широко раскрылись заурядному человеку, душа его для них закрылась. Именно в этой замкнутости души – сущность "восстания масс".

Психологи – исследователи феноменов массового общества искали причины создания масс и их особенностей поведения в психологической организации человека. Ученые считали, что индивид действует сознательно, а масса - неосознанно, так как сознание индивидуально, а бессознательное – коллективно. В поисках причины этого явления исследователи пришли к выводу, что масса действует под влияние внушения, гипноза. Гипноз понимался как модель поведения вождя массы. Главными отличительными признаками находящегося в массе индивида являются исчезновение сознательной личности, преобладание бессознательной личности, ориентация мыслей и чувств в одном и том же направлении вследствие внушения и заражения, тенденция к безотлагательному осуществлению внушенных идей. Индивид не является больше самим собой, он стал безвольным автоматом. Иную трактовку проблемы дал К. Юнг, обозначивший определенные образования в коллективном бессознательном, обладающие общезначимым значением для всех членов массы – архетипы.

Центральным понятием не только теории массового общества, но и социальной философии, коллективной психологии является понятие коллективное поведение, которое разрабатывали Блумер, Канетти, Фрейд, Юнг и др. Массовое поведение в современных условиях вышло на первый план по масштабу. Примеры массового поведения - золотая и земельная лихорадка, паника, мода, истерия. Массовая реклама использует механизмы коллективного поведения для достижения максимальной продуктивности. Элементарные коллективные группирования, создаваемые в результате коллективного поведения - толпа, масса, общественность, публика.

В XX в. особенно актуальным является разработка понятия общественного мнения. Феномен общественного мнения принадлежит к числу таких социальных явлений, которые привлекают внимание мыслителей с давних времен. Сила общественного мнения, его активное воздействие на деятельность субъектов исторического процесса признавались всегда. Тем не менее, механизм формирования общественного мнения изучен еще слабо. Факты манипуляции этим явлением позволяют некоторым социологам утверждать, что общественного мнения не существует, по крайней мере, в том виде, в каком его традиционно представляют. Все большее распространение получает термин манипуляция в отношении создания определенного мнения в обществе. В отношении к манипулированию можно выделить две противоположных точки зрения. Представители первой (Д. Белл, Д. Макдональдс, Э. Шилз) пытаются философски обосновать необходимость манипуляции сознанием масс. Средний человек, по их мнению, не способен воспринимать рациональные суждения. Остается только воздействовать на него так, чтобы изменить его представления, а последнее возможно лишь на психологической основе. В процессе манипуляции возрастает роль техники, которая порождает в человеке пустоту и возрастание жажды потребления. Вторая точка зрения (Э. Фромм, Д. Рисмен, Г. Маркузе, Ч. Миллс) ставит под сомнение благотворное влияние средств массовой коммуникации. СМИ подрывают основы человеческого общения и разумного обмена мнениями, уничтожают уединенную внутреннюю жизнь человека, отвлекают внимание от насущного в область вымышленного. Обыватель не приобретает с помощью масс-медиа более глубокие переживания, чем свои собственные, вместо этого они втискивают его опыт и наблюдения в рамки твердых шаблонов. Во многих футурологических работах Д. Белла, Тоффлера и др. присутствуют прогнозы о возрастании не только фармакологического, биологического манипулирования, но прежде всего психологического. В будущем правящая элита, опираясь на электронную технику достигнет наивысших высот манипулирования не только общественным мнением, но и действиями и мыслями отдельных индивидов.

Характерно, что теория массового общества, выступая как часть тех или иных философских учений, сама не ограничивается лишь проблемами общества как целого организма, движущимися силами его развития и т.п. По сути дела она касается всех сторон развития общества, в том числе проблем государства, политики, экономики, искусства, морали, других сторон общественной жизни, которые впоследствии стали предметом изучения отдельных наук. С термином "масса" в социальной философии и социологии XX в; связаны такие понятия как массовая культура, китч, и др.

Массовое общество поглощает гораздо больше культуры, чем любая другая эпоха. Причины этого явления – большая доступность произведений культуры и искусства, возросший досуг, уменьшение затрат труда, увеличение достатка большинства людей, распространение грамотности, усиление индивидуализма, откровенный гедонизм.

Традиционно массовую культуру понимают часто узко, как низкопробное зрелищное искусство, ориентированное на широкий рынок. Большинство западных исследователей считает маскульт общечеловеческим явлением, независимым от общественного строя, коренящимся скорее в некоторых тенденциях развития современной техники и технологии. Конечный продукт этой культуры – стандартизированный массовый человек. Советские ученые придавали этому явлению буржуазный характер, отмечая принадлежность массовой культуры только западному буржуазному обществу. В Советском Союзе массовое общество резко противопоставлялось обществу масс. Первое представлялось капиталистическим классовым обществом, второе – подлинно народным бесклассовым обществом, которое можно было проследить на примере Советского Союза. Для характеристики продукции буржуазного массового общества советские исследователи применяли следующие определения – примитивность характеристики отношений между людьми, забавность, секс и насилие, культура успеха и посредственности и др.<sup>viii</sup> На современном этапе мы не можем отрицать существования массовой культуры в странах СНГ, хотя это явление имеет специфические черты по сравнению с западной системой.

Массовая культура – это знаковая система, особый язык, на котором основываются коммуникации в массовом обществе. Это не столько явление культуры в традиционном смысле этого слова, сколько способ функционирования этого общества. В современном обществе выделяют ряд культурных срезов – «высокая» культура, мидкульт(средняя культура) и «низкая» культура. Две последних традиционно объединяют в массовую культуру.

Апологеты маскульта считают его фактором демократизации общественной жизни. Критики – манипулятором общественного сознания. Наиболее последовательно вторая точка зрения представлена в работах Маркузе. В "Одномерном человеке" он доказывает, что индивиды встроены в систему потребительских ориентаций, массовое общество плодит конформизм, конформизм – это судьба человека в массовом обществе, которое требует для выполнения своих функций "хорошо обструганных" стандартизированных людей, ориентированных на выполнение предписанных ролей. Повышается роль референтной группы. Многочисленные психологические эксперименты (в частности, эксперименты С.Эша) показали, что члены группы склонны соглашаться с мнением большинства других членов, даже если оно очевидно неправильно. Из данного факта выводится положение о стандартизирующей силе маскульта.

По мнению большинства исследователей, важная предпосылка массовости – стандартизация, которая охватила не только собственную сферу производства, но и сферу потребления, и образ жизни, включая и массовую культуру. Не смотря на стандартизацию, а точнее, не противореча ей, наблюдается жанровое разнообразие продукции массовой культуры – мелодрама, боевик, ужасы, квиз, комикс, мильные оперы, порно-кич, триллер, , шоу и так далее. Продукция каждого жанра стандартизирована, ее производство осуществляется по заранее разработанному сценарию. Также для продукции массовой культуры характерно тиражирование, серийность.

Тиражирование отнюдь не обязательно является опошлением высокого и уникального, хотя потери здесь возможны и неизбежны. Согласно исследованиям искусствоведов, знакомство с тиражированными творениями культуры никак не исключает глубокого проникновения в уникальную сущность оригиналов. С момента создания теории массового общества постоянно ставился вопрос – зло это или нет? Но как только речь заходит о маскульте даже самые беспристрастные исследователи утачивают порой объективность, каждый считает своим долгом его судить. При этом используются разного рода ухищрения – в частности терминологические. Маскульт решительно противопоставлялся культуре масс, особенно в советской философии. Этому предшествует процедура сведения первой к низкопробной, пошлой продукции, создаваемой ловкими ремесленниками и мошенниками на потребу неразвитой в духовном отношении массе. Шедевры мировой культуры могут быть и массовыми и немассовым. Бах уникален, но на грампластинке, в современной аранжировке или как сопровождение к фигурному катанию это уже продукт массовой культуры.

Изначально массовая культура в трудах исследователей рассматривалась в диалектической связи с элитарной культурой. Для многих авторов уничтожение культурной элиты в свете демократизации общества означало бы уничтожение того источника, из которого проистекает культура. Наиболее распространены в теории массового общества дилеммы массовая – народная, массовая – классическая культура. Тем не менее, некоторые исследователи считают подобное противостояние надуманным и лишенным логического и исторического основания.<sup>ix</sup> Более уместным является сопоставление массовой культуры с элитарной, традиционной и специализированной культурой.

Массовая культура модифицируется с учетом специфического характера различных социальных групп. Со временем несколько меняются и способы ее воздействия – она не только становится более избирательной, технически совершенной, но и использует в качестве своей основной инструкции механизм статутного потребления. Потребление регулируется соображением престижности вещи, отодвигая на второй план другие факторы (необходимость, качество, цена). Повышение роли потребления в современном обществе привело к появлению соответствующих теорий. Э. Шилс определил новое направление в

определении типа общества - тип потребления. Термин "общество потребления" прочно обосновался в социальной философии.

Вторая линия критики разворачивается между сторонниками высокой и элитарной культуры. "Демонизм", приписываемый маскульту критиками, объясняется ее вездесущим умением сводить человеческие чувства и эмоции до упрощенного удовлетворения сиюминутных страстей. С 70-80 гг. количественно преобладает мидкульт – культура среднего уровня, для которой характерно адаптация образцов высокой культуры для восприятия среднего потребителя. Мидкульт делает модным образцы подлинно художественного творчества, формирует моду на популярную науку, старину, альтернативные стили бытия.

Самым концентрированным воплощением массовой культуры является китч (нем. Kitsch – халтура, безвкусица, штамп). Он понимается как система имитации, какой бы совершенной она не была. Его появление связано с процессами урбанизации в современном обществе. Для него характерно использование готовых рецептов, красивая, а не хорошая продукция, эскейпизм, культ оптимизма, жажда драматизации существования.

Главным действующим лицом во многих сферах массовой культуры наряду с потребителем становится «звезда». Наиболее систематично это явление рассмотрел Эдгар Морен, указав на то, что оно не ограничивается миром зрелищ, но присутствует в политике, литературе, искусстве, науке, спорте. «Звездность» определяется материальной доходностью, кассовостью «звезды». Для литературы существует определенный эквивалент термина – бестселлер, для кино - и телепродукции – блокбастер, т.е. произведения и авторы, принесшие наибольшее количество денег создателям.

Не единственной, но одной из важнейших причин появления во второй половине XX в. новых терминов в теории массового общества является технологическое развитие, научно-техническая революция. Многие исследователи в периодизации массового общества используют критерий технологического развития общества. Таким образом, XIX в. являлся веком печатного слова. Начало XX в. с появлением радио - периодом звуковой информации. Середина века ознаменовалась созданием телевидения, компьютера, видео, системы мультимедиа, аудиовизуальных средств передачи информации, и соответственно, наступлением нового периода развития общества.

Современная книжная культура заменяется экранной. Все больше культура понимается как интернациональное явление. В информации ценятся компактность, доступность и разнообразие. Во второй половине XX в. появилось такое понятие как аудиовизуальность. Аудиовизуальная культура – это область культуры, связанная с получившими широкое распространение современными способами записи и передачи изображения и звука (кино, телевидение, видео, мультимедиа). В настоящее время наблюдается удвоение культурной среды – шедевры человеческой мысли, ранее выраженные в письменном виде, получают аудиовизуальное отображение. Аудиовизуальность имеет многочисленные достоинства – пользователь получает большую свободу выбора, ее восприятие психологически более легкое и емкое, массовое и доступное, информативное, убедительное. Тем не менее, многие выделяют и отрицательные черты – аудиовизуальное восприятие менее системное и рациональное, менее стабильное и однонаправленное, чем традиционное, личностное восприятие. В последнее время многие современные исследования показали возникновение психологической зависимости у пользователей аудиовизуальных средств информации. В частности в некоторых странах уже открыты клиники по лечению от Интернет-зависимости. В современной социологии появился термин видеотизм - идиотизм в видео продукции - для определения особенностей и последствий потребления массовой культуры.

С момента появлением электронно-вычислительных машин в 40-х годах и микропроцессоров в 70-х, сфера их применения постоянно растет. Это не может не сказываться на терминологии наук, занимающихся изучением общества, человека, культуры – философии, социологии, культурологии. Вследствие развития технологий передачи и хранения информации в этих науках за последние десятилетия появились и прижились новые понятия – аудиовизуальность, информационная культура, виртуальная реальность. Последний термин обозначает среду, созданную компьютерными средствами, которая может моделировать реальные ситуации и соответствующие ощущения. В теоретическом плане виртуальная реальность – одно из сравнительно новых понятий неклассической эстетики. В области массовой культуры на основе виртуальной реальности создается индустрия интерактивных развлечений, главным привлекательным достоинством которых является обратная связь и эффект присутствия. Посредством виртуальной реальности создаются не только развлекательные программы, но и образовательные, что особенно помогает в развитии дистанционного обучения.

Относительно новое явление в мире компьютерной информации – Интернет - позволяет узнать всю необходимую информацию о мире, не выходя из своей квартиры. Несмотря на живой интерес в среде философов, социологов, культурологов к механизмам воздействия Интернета на потребителей, это вопрос изучен крайне мало и фрагментарно.

В целом же, в последние десятилетия для теории массового общества характерен технологический детерминизм. Если в начале XX в. это еще был технологический оптимизм, вызванный грандиозными открытиями, прорывами в науке и технике, позволяющими говорить о скором наступлении "общества благоденствия», то в середине столетия он сменился пессимизмом. Это было вызвано крушением культа «машинного процветания». Культ этот основан на представлении о том, что любые материальные достижения идут бок о бок с духовным прогрессом, или, точнее, между

ними нет разницы. Теории индустриального, открытого общества, общества потребления и благоденствия сменились концепциями постиндустриального, техногенного. В связи с непрерывным развитием информационных технологий, а также мало изученности вопроса о влиянии их использования на личность потребителя, эта тенденция технологического детерминизма сохранится и в дальнейшем

---

<sup>i</sup> Оруэлл Дж. Избранное. – М.: Мир, 1989., Хаксли О. Контрапункт : Роман. – Л.: Лениздат, 1990. и др.

<sup>ii</sup> Ортега-и-Гассет Х. Восстание масс// Психология масс. Хрестоматия. – Самара: Бахрах, 1998.

<sup>iii</sup> Рисмен Д. Одинокая толпа. – М., 1958.

<sup>iv</sup> Маркузе Г. Одномерный человек. Исследование идеологии развитого индустриального общества. – М.: Reel-book, 1994.

<sup>v</sup> Сигеле С. Преступная толпа. Опыт коллективной психологии. – СПб., 1896.

<sup>vi</sup> Лебон Г. Психология народов и масс. – СПб.: Макет, 1995., Тард Г. Социальная психология. – СПб., 1996 и др.

<sup>vii</sup> Шпенглер О. Закат Европы. – Новосибирск., 1993.

<sup>viii</sup> Ашин Г.К. Доктрина «массового общества». – М., 1971, Карцева Е.Н. «Массовая культура» в США и проблема личности. – М., 1974, Погорельский А.И. Критика современной буржуазной социологии культуры. – К., 1987 и др.

<sup>ix</sup> Ерасов Б.С. Социальная культурология в 2-х ч. –М., 1994. Ч.2. – С. 132.