

Роль массовых форм культуры в формировании национально-культурной идентичности

Медиченко Л.Е.

Брестский областной институт развития образования, Брест

Органичным элементом модели национальной культуры являются ее массовые формы. Автором представлен краткий анализ теоретических моделей массовой культуры, отражающих ее конструктивные возможности. Особое внимание уделяется тому факту, что массовая культура стремительно развивается, приобретает новые черты и становится основной сферой приобщения общества к общечеловеческим и национальным культурным ценностям. Увеличивают значимость массовой культуры в качестве механизма формирования социальных ценностей объективные процессы социальной модернизации.

Изначально массовая культура развивается на определенной национальной почве, поэтому впитывает все ключевые этнические особенности. Национальный колорит и национальная специфика массовой культуры проявляются на основе органической трансформации исторического опыта нации. В статье анализируется значение использования массовых форм национальной культуры как инструментального механизма решения проблемы национально-культурной идентичности.

Автором делается вывод, что необходимо максимально использовать уникальные возможности массовой культуры в процессе формирования национально-культурной самобытности, в репрезентации достижений национально-культурного строительства.

Акцентируется внимание на роли государства, располагающего образовательными и информационными институтами, обеспечивающего идейную трансформацию форм массовой культуры через наполнение ее новым содержанием. Использование массовых форм в национально-культурном строительстве содействует развитию белорусской модели национальной культуры.

Ключевые слова: национальная культура, массовые формы культуры, национально-культурная идентичность.

(Искусство и культура. – 2019. – № 4(36). – С. 76–80)

The Role of Mass Forms of Culture in Shaping National and Cultural Identity

Medichenko L.E.

Brest Regional Institute for the Development of Education, Brest

An integral element of the model of national culture is its mass cultural forms. The author presents a brief analysis of theoretical models of mass culture, which reflect its design capabilities. The article focuses on the fact that mass culture is developing rapidly, takes on new features and becomes the main area of the acquisition of universal and national cultural values. Objective processes of social modernization increase the importance of mass culture as a mechanism for the formation of values.

Initially, popular culture develops on a national basis, therefore absorbs ethnic specificity. National specificity of mass culture is appearing in the transformation of the historical experience of the nation. The article analyzes the role of mass forms of the Belarusian national culture during the formation of national and cultural identity.

The author concludes that it is necessary to maximize the use of the unique opportunities of mass culture in the process of forming a national-cultural identity; in representation of the achievements of the national-cultural development.

The author focuses on the role of the state, which has educational and informational institutions and provides the ideological transformation of forms of mass culture through filling it with new content. The use of mass forms in the national and cultural construction contributes to the development of the Belarusian model of national culture.

Key words: national culture; mass forms of culture; national and cultural identity.

(Art and Cultur. – 2019. – № 4(36). – P. 76–80)

Адрес для корреспонденции: medich@list.ru – Л.Е. Медиченко

В современном гражданском обществе происходит актуализация значимости культуры как гаранта национального суверенитета: культура не только символ нации, который наряду с гимном и гербом государства служит утилитарным целям достижения его консолидации и общей лояльности населения государству, но и один из маркеров гражданской идентичности. А обращение к сокровищам национальной культуры, ее традициям и культурным героям – это конструктивный способ решения прикладных задач создания наций-государств и утверждения общеразделяемого чувства принадлежности к государству через эмоциональную лояльность или привязанность. В этом прослеживается постмодернистская трактовка роли национальной культуры как инструмента, призванного для обслуживания «своей национальной государственности». По утверждению В.А. Тишкова, сегодня почти нет государств, которые бы не пользовались этим инструментом [1].

При конструировании модели национальной культуры в нее включены всевозможные виды и процессы культурной жизни. Органичным элементом модели национальной культуры являются ее массовые формы. Выступая культурной формой, доступной большинству, массовая культура, так же как и доминирующая национальная (традиционная), обладает демократичностью, общедоступностью, способностью к максимально быстрому и гибкому реагированию на социальные и культурные перемены в мире. А учитывая тот факт, что «...в современных условиях массовая культура становится основной сферой приобщения общества к культурным ценностям. В этой связи она должна осмысливаться не только как некий “нижний этаж” в пирамиде культурных образцов и ценностей, а как сфера преимущественного участия масс в культурной жизни» [2, с. 107]. Государства, опирающиеся на национальную культуру как основу и инструмент своей политики, максимально используют уникальные возможности массовой культуры для сохранения национально-культурной идентичности, учатся управлять процессом и моделируют соответствующие его компоненты. При этом, разрабатывая государственную стратегию национально-культурного развития, учитывают, что процессы глобализации обеспечивают беспрецедентные возможности обмена информацией и способствуют доступности к любым феноменам культуры. При умелом использовании это может содействовать преодолению ограниченности этнических культур и национальных культур, их выходу на международный уровень, что будет увеличивать степень влияния культур в общечеловеческом пространстве.

Целью статьи является определение роли массовых форм национальной культуры в процессе формирования национально-культурной идентичности.

Идейная трансформация массовых форм культуры. Феномен массовой культуры и сегодня является предметом философских, культурологических и социологических споров. Первые попытки теоретического осмысления феномена массовой культуры можно обнаружить на рубеже XIX и XX веков (Г. Лебон, Г. Тард, З. Фрейд, Э. Фромм, О. Шпенглер, К. Ясперс и др.). В концепциях данных авторов, рассматривавших массовую культуру как основу зарождающегося массового общества, преобладали критические научные взгляды и трактовки.

В дальнейшем феномен массовой культуры оценивался и оценивается противоречиво. Критически воспринимался феномен массовой культуры, утверждая, что это и не культура в строгом собственном смысле слова, а та форма, которую принимает культурное развитие в условиях индустриальной цивилизации, в условиях массового индустриального общества Р. Барт, Д. Деррида, А. Адорно, Г. Маркузе, М. Фуко, У. Эко. В своих трудах авторы акцентировали внимание на негативных чертах массовой культуры, связанных с ее влиянием на общественное сознание.

Изменения в исследовательскую позицию внесли глобальные культурные перемены середины XX века. Наряду с критическими работами появляются труды, посвященные массовой культуре в позитивном ключе. Д. Белл, Э. Тоффлер, Ю. Хабермас рассматривали феномен массовой культуры как явление прогрессивное, как стиль жизни современного общества и говорили о просветительской роли массовой культуры. Это определялось тем, что ценности, некогда присущие элите, постепенно транслировались в массы, т.к. обладая особой системой средств смысловой адаптации, массовая культура формулировала их основы в упрощенном виде. Это изменяло и саму массовую культуру, все больше сближавшуюся с народной и элитарной.

Дальнейшие исследования массовой культуры в позитивном ключе продолжили З. Бжезинский, Г. Канн, Д. Макдональд, М. Маклюэн, Ж. Фурастье. Подмечая эволюцию массовой культуры, ее временную динамику, ученые исходили из того, что она удовлетворяет потребности общества в большей степени, чем формирует их. И если развитие технологий освобождает общество от тяжелого труда, дав ему свободное время и предоставив все условия для развития личности, то для этого хороши разные способы, в том числе и массовая культура [3, с. 89].

Анализ массовой культуры на постсоветском пространстве отличается исследовательским плюрализмом, подтверждая конструктивную роль в жизнедеятельности человека. Философско-культурологический и социологический анализ массовой культуры содержится в работах Б. Ерасова, Г. Кнабе, А. Костиной, Э. Орловой, К. Разлогова, А. Флиера. Идеи влияния средств массовой информации на развитие массовой культуры и массового сознания разработаны В.Ю. Боревым, Б.А. Грушиным, С.Г. Кара-Мурзой, Г.Г. Почепцовым, И.В. Малыгиной, Л.Г. Сиротиной, Ю.В. Чернявской и др.

В современных исследованиях выделим следующие конструктивные особенности феномена массовой культуры:

- развиваясь и трансформируясь, массовая культура приобретает новые черты и формы проявления: в условиях культурного плюрализма она становится основной сферой приобщения к культурным ценностям. При этом наблюдается постепенное слияние, а нередко и вытеснение элементов «высокой культуры» элементами массовой культуры, результатом чего становится формирование новых культурных типов;

- объективные процессы социальной модернизации увеличивают значимость массовой культуры в качестве механизма формирования социальных незыблемых ценностей, традиций, устойчивого порядка [4, с. 555];

- внедрение в сознание идеологических ориентированных представлений, закладывающих основы ценностных установок, официально пропагандируемых в обществе, способствуют созданию новой системы координат, в которой будут восприниматься все процессы культуры [5];

- востребованность массовой культуры связана еще и с тем, что, несмотря на ее космополитичность, нельзя отрицать ни ее национального колорита, ни ее национальной специфики. Массовая культура, изначально развиваясь на определенной национальной почве, впитывает все ключевые этнические особенности, и свое дальнейшее развитие получает на основе органической трансформации исторического опыта нации [6; 7];

- в массовых формах национальной культуры для достижения большего эффекта доступности часто используются стереотипические структуры, имитируются образы, сюжеты, и смысловые конструкции, закрепленные за национальной общностью;

- с целью превращения массовой культуры в фактор обеспечения социальной стабильности, необходима ее идейная трансформация через наполнение содержания более

возвышенными идеями, социально значимыми сюжетами и эстетически совершенными образами [7]. Следовательно, одной из социально значимых задач современности является корректировка развития массовой культуры, стимулирование ее позитивных достижений и возможностей [8].

Массовые формы белорусской культуры в репрезентации достижений национального культурного строительства. Яркой иллюстрацией использования конструктивных возможностей массовых форм белорусской национальной культуры является процесс формирования национально-культурной идентичности. Беларусь, как и другие республики бывшего СССР, в постсоветский период столкнулась с проблемой обретения новой идентичности. В переходный период в обществе была разрушена система трансляции этнокультурной информации между поколениями, прослеживались трудности в определении собственной культурной самобытности. Возможно поэтому, как результат инструментального поиска, оказалась востребована массовая культура, содействующая внедрению технологий, воплощающих единство нации: была поставлена задача формирования «нового патриотизма». Не последнюю роль в процессе консолидации нации и обретения новой идентичности сыграло кино. Многим запомнился (хотя и вызвал горячие художественные споры) первый белорусский «блокбастер» «Анастасия Слуцкая».

Здесь налицо гендерное измерение патриотизма – в трудную минуту женщина встает на защиту родной земли от татарских полчищ, несущих с юга опустошение и смерть. Нельзя не сказать об однозначности трактовки образа героини и его художественной достоверности и убедительности, но свою определенную идеологическую роль данный фильм выполнил.

Одной из основных тем интеграции нации стала тема Великой Отечественной войны. Российский исследователь О. Шабурова отметила, что именно массовая культура с середины 1990-х годов успешно работала с ностальгическим мифом, помогая преодолевать «травмопереход» – разрыв в массовом коллективном бессознательном при переходе от советского к постсоветскому. По ее мнению, связка «национальное–советское» заполняла утраты и потери в варианте новой национально-культурной идентичности [9]. Яркое и мощное тому подтверждение – широкое празднование дат освобождения Беларуси и Великой Победы. Проекты на каналах белорусского телевидения: «Площадь Победы», «Родина Победы – СССР», «Дороги и песни далекой войны», «Символы Победы», «Бессмертный полк» и др. наглядно

продемонстрировали, как оформлялись новые социальные представления, как осуществлялась стратегия для утверждения новой базы ценностей и смыслов консолидации нации («Это наша война!», «Это наша Победа!»).

Обеспечить преемственность поколений также были призваны телевизионные проекты: «За Беларусь!», «Символы советской эпохи», «БССР. Неизвестная история»; «Песня года», «Песни из мультфильмов» (стоит заметить, что советских) в исполнении современных белорусских эстрадных исполнителей. Один из представителей белорусского шоу-бизнеса К. Слука создал песню, репрезентирующую нацию подобно песняровской «Беловежская пуца», которая стала чуть ли не национальным брендом, пробуждающим чувство гордости за свою землю: «Беларусь – моя песня!».

Трансформация образа типичного белоруса. Задача консолидации нации невозможна без создания убедительного образа ее типичного представителя. Исторически формирование белорусской нации, как земледельческой в своей основе, не было простым и легким, что обозначило своеобразный тип культуры и ее типичного представителя. Образ белоруса-крестьянина, заложенный еще в социально-бытовой сказке, в качестве образа типичного представителя нации был перенесен в национальную литературу [10, с. 25]. В аксиологических нормах белорусских сказок через образ основного «положительного» героя – селянина формировалась установка на такие принципы, как тихость, хитрость, неуважение к представителям власти и высокой образованности, грубость и вместе с тем осторожность, доброта, переходящая в добродушие, высмеивание глупости, нелепости и неумения.

Подобными образами наполнены и произведения профессиональных белорусских писателей, что лучше всего проявляется в лейтмотивном стихотворении классика белорусской литературы Янки Купалы «А хто там ідзе?»: «... А хто гэта іх, на адзін мільён, / Крыўду несць наўчыў, разбудзіў іх сон? / – Вяда, гора. / А чаго ж, чаго захацелась ім, / Пагарджаным век, ім, сляпым, глухім? / – Людзьмі звацца». Именно такой жалостливо-унизительный образ являлся лейтмотивом не только произведений белорусских писателей, но и зарубежных, что ярко характеризует отрывок из поэмы Николая Некрасова «Железная дорога»: «...Видишь, стоит, изможден лихорадкою, / Высокорослый больной белорус: / Губы бескровные, веки упавшие, / Язвы на тощих руках, / Вечно в воде по колено стоявшие / Ноги опухли; колтун в волосах; / Ямою грудь, что на заступ старательно / Изо дня в день налегала весь век...», /

« ...Не разогнул свою спину горбатую / Он и теперь еще: тупо молчит / И механически ржавой лопатой / Мерзлую землю долбит...». Подобный взгляд на белорусов соответствовал образу несчастного и забитого края, а образ типичного героя срисовывался с самых бедных представителей населения. Видение белорусов «извне» состояло в их чувстве отсталости и забитости [11, с. 58]. Впоследствии данный образ был с легкостью принят большевиками, так как отвечал задачам классовой революции.

Трансформировали фольклорный образ забитого белоруса, заложили основы нового понимания и отношения к образу белоруса классики белорусской литературы Я. Купала («Хто ты гэткі?», «Мужык», «Маладая Беларусь», поэмы «Гусяр», «Курган», «Бандароўна») и Я. Колас (поэмы «Новая зямля», «Сымон-музыка» и др.). В формировании нового образа белоруса в литературе также неоспорима и роль В. Короткевича: историческая проблематика в его публицистике и художественном творчестве не могла не способствовать пробуждению самосознания белорусов, чувства их гордости за родину [12, с. 108].

Кто он современный белорус? В ответе на данный вопрос свою нишу пытается занять Интернет. Только беглый обзор сайтов белорусского рунета: «Известные белорусы», «Известные исторические личности Беларуси», «Знаменитые просветители Беларуси», «Белорусские корни знаменитых людей», «Знай наших: знаменитые выходцы из Беларуси», «Все свои: такие самые известные евреи» и других позволяет предположить, что формы и средства массовой культуры являются инструментарием решения проблемы национальной идентичности.

Уже сегодня отечественная массовая культура может предложить своей аудитории добротные и качественные продукты, а национальные формы развлекательной составляющей массовой культуры конкурируют в молодежной среде с аналогичной российской продукцией.

Яркие образцы, на наш взгляд, представляли популярные в молодежной среде группы «Ляпис Трубецкой» (позже проект «Ляпис-98»), «Тяни-толкай», «Крама», «Крамбамбуля», «J:Морс» и др. Так, например, лидер группы Сергей Михалок в своем творчестве репрезентировал образ просто парня, быстрее всего что горожанина, если не в первом, то, как максимум, во втором поколении. Он не ставит себе великих целей по покорению мира и свершению подвигов супермена. В его сердце живет уверенность в светлом будущем («Будет удача, Жека, ты знаешь. Не может иначе быть. Солнце раскроет свои объятия и можно плыть!»).

Являя нам образ не очень мудрого разгильдяя, но с трепетной душой и огромным не растроченным любовным потенциалом, герой песен «Ляписа» немного обижен невниманием девушек, однако особенно по данному поводу не рефлектирует. Для него главное – простые жизненные ценности: вера и надежда на лучшее будущее («Как дела? – Лучше, чем в Париже!»). Отражением этой веры можно назвать песню «Ласточки»: «...Ласточки кружатся, клоуны смеются; Дети подрастают, гопники дерутся; Жизнь прекрасна – Очень Хорошо! Все нормально, подожди еще, Подожди еще! Все будет хорошо! Будет удача, небо в алмазах; клубника на даче. Ветер теплеет. И нам уже легче. О-хо-хо, можно не пить!».

Национальный компонент в рекламе. В процессе формирования новой идентичности особый интерес представляет и белорусский рекламный продукт. Не только социальная реклама («Мы – беларусы!», «За Беларусь!»), но и реклама коммерческого характера стимулировала патриотические чувства белорусов и способствовала формированию новых ценностных ориентаций.

Так, например, активно стимулировала чувство патриотизма реклама белорусского пива: через антиномию «не наше» / «наше – лучше!» (пиво «Лидское»); в рекламе пивных брендов «Князь Гедемин» и «Оливария», «Граф Чапский» – упор делался на преемственность традиций, а в рекламе «пиво Бобров» – на мужественность и силу. Не отстает и рекламная продукция других продуктов питания (например, молочные продукты под брендом «Брест-Литовск» или мясные – «Белорусская традиция»).

Рекламный слоган «Купляйце беларускае!» характерен не только для товаров повседневного спроса и потребления. Он распространяется и на СМИ: по постановлению Совмина до 75% вещания на радио и ТВ должна составлять белорусская продукция. Хотя сегодня в сложившейся ситуации эта цифра достаточно условна, но это позволило многим белорусским коллективам найти дорогу к массовому зрителю.

Заключение. В гражданском обществе наблюдается сокращение влияния этнокультурных предпосылок на процессы развития национально-культурных ценностей. Активно воздействуют на формирование и изменение национально-культурных ценностей массовые формы национальной культуры, становясь реальным фактором обеспечения социальной стабильности и обновления социокультурного пространства.

Если на начальных этапах становления независимого белорусского государства преобладала союзная философия и практика,

базирующаяся на использовании ностальгического компонента «бегства в общее прошлое», то в середине первого десятилетия XXI века проявилась иная тенденция: был усилен национальный компонент, подчеркивающий специфику и колорит национальной культуры. Поэтому ностальгический компонент постепенно уступает место осознанию национальной гордости с опорой на историческое прошлое и героическое настоящее. Государство, располагая образовательными и информационными институтами, обеспечивает идейную трансформацию форм массовой культуры через наполнение ее новым содержанием. Большое внимание уделяется созданию привлекательного образа современного белоруса, нации и государства. Таким образом, использование массовых форм в репрезентации достижений национально-культурного строительства содействует развитию белорусской модели национальной культуры, а формы и средства массовой культуры становятся одним из инструментальных механизмов решения проблемы национальной идентичности.

ЛИТЕРАТУРА

1. Тишков, В.А. Забыть о нации (пост-националистическое понимание национализма) / В.А. Тишков // Вопросы философии. – 1998. – № 9. – С. 3–26.
2. Гонцов, А.С. Массовая культура – прогресс или регресс в жизни современного общества? / А.С. Гонцов // Наукова електронна бібліотека періодичних видань НАН України. – Режим доступа: <http://dspace.nbuv.gov.ua/>. – Дата доступа 08.08.2019.
3. Карцева, Е.Н. Идеино-эстетические основы «массовой культуры» / Е.Н. Карцева. – М.: Знание, 1976. – 112 с.
4. Ионесов, В.И. Феноменология наследия: императивы традиций и инноваций в меняющейся культуре / В.И. Ионесов // Культурогенез и культурное наследие: сб. ст. / науч. ред. и сост. А.В. Бондарев. – М.; СПб.: Центр гуманитарных инициатив, 2014. – С. 545–561.
5. Флиер, А.Я. Социальные основы массовой культуры / А.Я. Флиер // Культурология для культурологов. – М., 2000. – С. 370–391.
6. Костина, А.В. Массовая культура: аспекты понимания / А.В. Костина // Знание. Понимание. Умение. – 2006. – № 1. – С. 28–35.
7. Пронькина, А.В. Культурологический анализ национальных моделей массовой культуры США и России: автореф. дис. ... канд. культурологии: 24.00.01 / А.В. Пронькина // Электронная библиотека диссертаций. – Режим доступа: <https://www.dissercat.com/>. – Дата доступа: 01.08.2019.
8. Астафьева, О.Н. Коммуникативные стратегии культурной политики: «креативное» управление как маркер модернизации / О.Н. Астафьева // Современная культурная политика как креативная деятельность: управление и инновации: коллективная монография: в 2 ч. / под общ. ред. О.Н. Астафьевой. – СПб.: Эйдос, 2014. – С. 14–34.
9. Шабурова, О. Мужик не суетиться, или пиво с характером / О. Шабурова // О мужественности / под ред. С. Ушакина. – М.: Новое литературное обозрение, 2002. – С. 532–555.
10. Сацыяльна-бытавыя казкі / Акадэмія навук Беларускай ССР, Інстытут мастацтвазнаўства, этнаграфіі і фальклору. – Мінск: Навука і тэхніка, 1976. – 519 с.
11. Цьвікевіч, А. «Западно-руссизм». Нарысы з гісторыі грамадзкай мыслі на Беларусі ў XIX і пачатку XX в. / А. Цьвікевіч. – Менск: Навука і тэхніка, 1993.
12. Нарынкевіч, Н.В. Нацыянальная ідэя ў публіцыстыцы Уладзіміра Караткевіча / Н.В. Нарынкевіч // Весн. БДУ. – Сер. 4. Філалогія. – 2006. – № 2. – С. 107–112.

Поступила в редакцию 02.09.2019