

## Массовая культура как инструмент управления общественным сознанием

Научный руководитель – Бобков Александр Иванович

*Пленкова Анастасия Олеговна*

*Студент (бакалавр)*

Иркутский государственный университет, Институт социальных наук, Кафедра социальной философии и социологии, Иркутск, Россия

*E-mail: anastasia.plenkova10@gmail.com*

Массовая культура - это оружие глобализации, которое стирает культурные коды народов и наций, заменяет их кухню, музыку, танцы, одежду, ценности, традиции и обычаи на космополитические. Появление массовой культуры в стране влечет за собой замену традиционной культуры нации.

Массовая культура унифицирует знание, позволяя представителям элитарной культуры проводить манипулятивные практики. Элитарная культура прописывает социальный порядок, его идеологию, политику. То есть, она искусственно рождает формы и ценности массовой культуры. Элитарная культура подменяет для масс само «знание». Об этом писал еще Жан Бодрийяр в своей работе «Система вещей». Бодрийяр говорил о том, что посредством массовой культуры продвигаются лишь те знания, которые дадут обывателю чувства глубокого просвещения и осведомленности. Индивид самоутверждается за счет таких полученных знаний, начинает считать себя действительно умным, побеждая чувство фрустрации, которое он мог испытывать, осознавая свой реальный уровень образования. Это можно назвать мнимой осведомленностью. Человек берет в себя лишь те знания, которые ему предлагает массовая культура посредством различных манипуляций сознанием. Она лишь создает иллюзию выбора пути к познанию, по итогу навязывая мировоззрение, а не давая свободу самовыражения. Предлагаемые пути познания окружающего мира однообразны и просты для понимания масс, не удовлетворяют базовые когнитивные потребности. Человек в таких условиях лишен сознательного выбора, но он этого не понимает в силу манипулятивных практик, примененных к нему. Индивид сам становится частью массовой культуры, лишаясь оригинальности мышления, при этом считая себя неповторимым и уникальным.

Массовая культура сделала из этого новую моду на знание: каждый, кто потребляет знание, предложенное масскультом, считает себя идущим против филистерских ценностей общества. Это можно сравнить с таким явлением как отрицание моды и моду на «немодность». Тот, кто сознательно отрицает моду, получает связанное с этим действием чувство собственной уникальности, полученное не исходя из собственного интеллектуального капитала, а в связи с отрицанием общепринятых социальных тенденций. Почти то же самое происходит со знанием, которое преподносит масскульт. Индивид, не без помощи манипулятивных практик представителей элитарного сообщества, подвергается влиянию предложенного ими знания, считая себя выше и образованнее людей, которые, по его мнению, таким знанием не обладают. Проблема здесь в том, что интеллектуальный продукт, предлагаемый обществу, весьма унифицирован. Он состоит из иерархизированного набора данных, которые в свою очередь являются результатами таких продуктов массовой культуры, как марки, бренды, компании и так далее. Это создает иллюзию истинного познания, иллюзию культуры. В подтверждение этому можно привести цитату Ж. Бодрийяра: «Лукаво-эйфорические философы «мотивации» хотели бы уверить себя и других, что царство вещей все-таки представляет собой кратчайший путь к свободе. В доказательство они приводят очевидный процесс смешения потребностей и способов их

удовлетворения, избыточное обилие выбора — всю эту ярмарку предложения и спроса, которая своим бурным кипением способна создать иллюзию культуры» [1]. Ведь какими знаниями гордится современный человек? Знаниями о массовой культуре. Знания о продуктах массовой культуры — это то, что навязано нам и модно в данный промежуток времени. С помощью многообразия и форм масскульты, создается иллюзия выбора у потребителя. Можно любить те или иные франшизы, игры и так далее. Бесконечно спорить о том, лучше ли «Звездные войны» чем «Гарри Поттер». Факт остается фактом, продукты массовой культуры продают один и тот же продукт для большинства под разной оболочкой. Знание по теме выбранного продукта массовой культуры ценится индивидом и окружением, разделяющим его интересы, гораздо выше, чем реальные знания об окружающей действительности.

Но и тут не все так просто. Массовая культура «объясняет» специализированное знание обществу. Ввиду того, что уровень грамотности у потенциального потребителя довольно низок, а сила внушения у масскульты велика, то продукты такой деятельности так же будут навязывать обществу те или иные идеи и ценности. Власть всегда контролирует передачу массам специализированного знания. За счет этого, передаются лишь те знания, что выгодны властным структурам. Происходит это с целью укрепления выгодной им идеологии и общественного порядка, выработке ценностных ориентиров, стандартизации мышления. Таким образом, при массовом псевдопросвещении кажущаяся случайность в выборе масскультом познавательных стратегий «оказывается некоторым образом инвентаризована, классифицирована, расчленена...; следовательно, ею становится возможно управлять (в чем и состоит реальная задача системы в социэкономическом и частном плане)» [1].

По итогу можно говорить о том, что массовая культура является инструментом в руках элитарной власти, для внушения обществу каких-либо выгодных для нее идей, ценностных ориентаций, оправдания существующего на данный момент, или же пока только в перспективе экономической, политической реальности, государственного строя. Массовая культура использует манипулятивные практики и проводит унификацию сознания, убивая тем самым способность масс критически мыслить. Этому способствует также информационная перегруженность современного человека, который не может вычленять истинное знание из огромного потока данных, который к нему поступает.

### **Источники и литература**

- 1) Бодрийяр, Ж. Система вещей — М.: Рудомино. 1995. - С.157-160.