

РАЗДЕЛ 3. ЯЗЫК — ПОЛИТИКА — КУЛЬТУРА

УДК 81'23
ББК Ш100.63

ГСНТИ 16.21.27

Код ВАК 10.02.20

В. А. Буряковская
Волгоград, Россия

V. A. Buryakovskaya
Volgograd, Russia

ПРОТИВОСТОИТ ЛИ ЭТНИЧЕСКАЯ
КУЛЬТУРА МАССОВОЙ?

IS AUTHENTIC FOLK CULTURE
OPPOSED TO MASS CULTURE?

Аннотация. Рассматривается вопрос заимствования чужих культурных смыслов и ценностей. Проводится сопоставительный анализ типичных для русской и англосаксонской культур ценностей; рассматривается негативная роль массовой культуры в изменении сложившейся национальной картины мира русского народа.

Abstract. The article is devoted to the question of borrowing alien cultural codes and values. The comparative analysis of the typical Russian and Anglo-Saxon values is carried out; the negative role of mass culture in changing authentic Russian picture of the world is considered.

Ключевые слова: культурные смыслы; ценности; массовая культура; этническая культура; глобализация.

Key words: cultural codes; values; mass culture; ethnic culture / authentic folk culture; globalization.

Сведения об авторе: Буряковская Валерия Анатольевна, кандидат филологических наук, доцент кафедры английской филологии.

About the author: Buryakovskaya Valeria Anatolyevna, Candidate of Philology, Associate Professor of the English Philology Department.

Место работы: Волгоградский государственный социально-педагогический университет.

Place of employment: Volgograd State Social and Pedagogical University.

Контактная информация: 400131, г. Волгоград, пр-т Ленина, д. 27, к. 4-23.
e-mail: vburyakovskaya@yandex.ru.

Многочисленные работы отечественных исследователей по лингвокультурологии, социолингвистике и психолингвистике постулируют неразрывную связь национального языка с культурой говорящего на нем народа, а также закреплённость в языке основных культурных доминант. Будем рассматривать массовую культуру с точки зрения этнопсихолингвистики, поскольку массовая культура носит глобальный характер, она наднациональна, а формы ее проявления могут быть потенциально конфликтны для этнической культуры.

В русской культуре и языке значимость имеют такие концепты, как Справедливость, Правда, Добро, Судьба, Воля, Тоска и Удаля. В ментальности народа эти концепты выражаются следующим образом: **Истина** принадлежит Богу, она отвлеченная и холодная (*познать истину*); **Добро** находится внутри нас, мы судим о добре, исходя из намерений (*делать добро*); **Долг** — внутренний голос, совесть; **Воля** не желает знать границ и не понимает чужих прав; **Душа** — средоточие внутренней жизни человека, самая важная часть человеческого существа (*на душе, в душе, русская душа, душа болит, добродушный, бездушный*); **Судьба** — рок, фатум, фортуна; доля, участь, удел, жребий (*решается судьба, судьбы не миновать, от судьбы не уйдешь*) [Булыгина, Шмелев 1997: 484—490].

Экспликация ценностей русской культуры возможна через анализ сочетаемости этнонима *русский*. Словосочетания *русская душа* и *русская душевность* содержат в своем значении целый ряд ассоциаций: «нечто высокое, нематериальное», «не зависящее от денег», «человек с русской душой в первую очередь заботится о ближнем». В этом примере *русское* на основе дихотомии «свои — чужие» противопоставляется *западному* с его материальными ценностями.

Англичане и американцы, традиционно ассоциирующиеся в массовом сознании с Западом, руководствуются иными ценностными ориентирами. Для англосаксонской культуры принципиально важными являются **Individualism** (physical and emotional self-dependence, a separate identity, freedom of choice, privacy); **Equality** (equality of opportunity, people are not equal in wealth, education, background, etc.); **Self-reliance** (fear of dependence); **Self-assertion** (assert oneself in order to protect one's own rights; God helps those who help themselves; If you don't look up for yourself, no one else will; You have to blow your own horn; active mastery rather than passive acceptance); **Concern for rights and privileges** (think of rights rather than duties); **Success, Achievement; Pragmatism; Anti-intellectualism** [Connor 1977: 56].

Восприятие ценностных доминант чужой культуры осложняется «различной прорабо-

танностью» предметных источников метафор и сравнений: «Смех неприятия чужой культуры возникает в тех случаях, если предметные источники метафор и сравнений „проработаны“ в двух культурах с диаметрально противоположных оценочных позиций, если при тщательной „проработке“ в одной из культур исключительно под знаком положительной оценочной модальности те же самые объекты в другой культуре остаются незамеченными или скорее оцениваются отрицательно. Тем более, что для прямо противоположной оценки одних и тех же объектов в разных культурах существует глубинное, онтологическое объяснение специфики эстетического восприятия» [Толстая 1995: 125].

Естественно предположить, что заимствование чужих культурных доминант может привести к вытеснению родных культурных смыслов и ценностных ориентаций в сознании говорящего коллектива. Свидетелями именно такого процесса мы сейчас и являемся: российское общество активно заимствует не только чужие модели поведения, но и, незаметно для себя самого, перенимает чужие ценности. По нашему мнению, это связано с несколькими объективными причинами, а именно с распадом СССР и крахом коммунистической идеологии, которая на протяжении десятков лет господствовала в массовом сознании; переходом к рыночной экономике и изменением государственного устройства. Кроме того, отказ от своих ценностей связан и с общей мифологизацией Запада как некоего «рая» на земле, ассоциирующегося с материальным благополучием и отсутствием проблем. Резкая официальная критика капиталистического общества, наряду с рассказами о многочисленных «сортах колбасы», только подогревала жгучий интерес советских людей, порождая желание приобщиться к «запретному» образу жизни. Создавался стереотипный образ Запада, в котором превалировали идеализированные представления, полностью расхоdivшиеся с официальной пропагандой. Стереотипы, как известно, обладают устойчивостью. В свете этого неудивительна относительная легкость проникновения и принятия чужих ценностей, а в некоторых случаях — и полный отказ от своих исконных.

Запад для многих является ориентиром, образцом правильного стиля жизни. Мы все время оглядываемся на Запад, сравнивая себя с «ними», причем сравнение часто оказывается не в свою пользу. Нам хочется походить на европейцев, и мы с легкостью отмечаем свою культуру, абсолютно не осознавая ее уникальности. Мы копируем «их»

образ жизни или его элементы, не пытаюсь задуматься, подходит ли это нам. Это как раз тот случай, когда меняются полюса оценки культурологического признака «свое — чужое»: «свое» отменяется в пользу «чужого». Об этом свидетельствуют и стереотипы массового сознания, закрепленные в речевых штампах: *Во всем цивилизованном мире; На Западе; Что мы хотим, у нас все так... Как принято на Западе; У них-то...; Весь мир так живет*. Обратим внимание на кажущуюся размытость и смысловую неопределенность семантики данных речевых штампов: какие конкретно народы и страны мы имеем в виду, когда говорим «Запад», «весь мир» или «весь цивилизованный мир»? Наверняка мы не подразумеваем Бразилию (хотя она находится в западном полушарии) или африканские страны (тоже являются частью мира). Мы имеем в виду так называемые развитые страны — США, Великобританию, Францию, Германию. Эти распространенные высказывания говорят не только о наличии самоуничижения в сознании русскоговорящего коллектива, но и о желании иной идентичности.

Упомянутые выше речевые штампы представляют собой стереотипы, а как справедливо замечает А. Д. Васильев, «навязанный вербально выраженный стереотип представляет собой некий суррогат результата подлинного, непосредственного познания действительности, да и ее самой — тоже» [Васильев 2013: 11]. Рассуждая о мифологии «Запад» на примере внедрения в сознание советско-российского социума двух антонимичных (и при этом комплементарных) импортных метафор *свободный мир* и *тюрьма народов*, исследователь убедительно демонстрирует «реальные последствия взаимной замены компонентов универсальной семиотической оппозиции ‘свое’/‘чужое’ (в других модификациях также ‘хорошее’/‘плохое’, ‘сакральное’/‘профанное’ и т. д.): ‘свое’ стало восприниматься как ‘плохое’ и, напротив, ‘чужое’ — как ‘хорошее’» [Там же: 14].

В связи с этим вспоминается «этнически нагруженная» пословица: *Что русскому — здорово, то немцу — смерть*. Не только народная мудрость применима для описания той ситуации, которая сложилась сегодня в русской лингвокультуре. Глобализация стирает этнические различия. По нашему мнению, правильнее было бы говорить не о глобализации, а о вестернизации многих стран, в том числе и России. Глобализация — удобный нейтральный термин, своего рода эвфемизм, обозначающий мирное навязывание определенных западных ценностей

и общественных практик. С учетом советского прошлого и нового курса на рыночную экономику, некоторые западные ценности достаточно хорошо приживаются, хотя в культурном плане противоречат исконно русским, т. е. этническим. Среди таких ценностей стоит назвать материализм, конкуренцию, ориентацию на достижение успеха и индивидуализм. У тех людей, которые стали больше идентифицировать себя с западным обществом, эти ценности не вызывают внутреннего конфликта. Такие люди руководствуются ими в своей жизни и вряд ли задумываются, насколько подобные идеалы встроены в русский контекст. Однако для определенной части общества обозначенные ценности являются чуждыми и противоречат приобретенным в советском обществе установкам, которое, как ни парадоксально это звучит, больше отвечало этническим ценностям русского народа (примечательно, например, распространение такой ценности, как коллективизм).

Вслед за Н. Г. Хорошкевич мы полагаем, что критический подход к массовой культуре предполагает критику выдвигаемых ей ценностей — материализма и гедонизма, их доминирования над моральными ценностями. Возможные негативные последствия господства массовой культуры для индивида заключаются в невозможности постоянно «соответствовать» нужному стилю жизни и увеличивающемся от этого дискомфорте [Хорошкевич 2011: 113]. Не умаляя роль семьи, которая по-прежнему является первичной группой социализации личности, нельзя не принимать во внимание силу воздействия, оказываемую на человека с помощью СМИ. Массовая культура, транслируемая с их помощью, является одним из источников формирования чуждых для нашей этнической культуры ценностей.

Наибольший негативный эффект популяризации массовой культуры в нашем обществе видится в возможном негативном влиянии на языковое сознание и формирование идей, не соответствующих этническим константам [Бубнова 2011: 68]. Так, И. А. Бубновой был проведен ассоциативный эксперимент, направленный на выявление силы воздействия популярных телешоу на образ мира современных россиян. Один из выводов, который делает автор, звучит так: полученные результаты не просто подтверждают выдвинутые гипотезы, но достаточно ярко демонстрируют, что в последние десятилетия массовая культура вполне успешно манипулирует сознанием людей, «конкурируя» с культурными ценностями этноса, приводя к деструкции личности и неуклонно изменяя тот образ мира народа, который складывался

веками [Там же: 70]. Необходимо отметить моральную деградацию современного российского общества, которая констатируется представителями самых различных наук.

Таким образом, столкновение русских этнических ценностей с теми, которые активно пропагандирует массовая культура, можно выразить следующим образом: **духовность vs. pragmatism; коллективизм vs. individualism; долг vs. success; судьба vs. self-reliance**. Следует также отметить, что в русской культуре **anti-intellectualism** никогда не являлся ценностью, в то время как в англосаксонской культуре это одна из максим. Массовая культура открыто эту идею не пропагандирует, но исподволь насаждает: усредненность, развлекательность, незамысловатость, идейная простота не подразумевают глубоких раздумий. Такая конфликтность может быть объяснима историческими и религиозными причинами — противоположностью православного смирения перед судьбой и протестантской этики, которая учит полагаться на себя.

Еще относительно недавно такие слова, как *карьерера*, *карьерист*, *амбициозный*, *агрессивный* имели в русском языке негативную коннотацию. Сейчас же ситуация изменилась — без должной амбициозности нельзя сделать карьеру, а агрессивное продвижение товаров только приветствуется. А. В. Юревич так рассуждает на эту тему: «Если говорить о России, то специфика нашего менталитета известна из работ наших ученых и философов, классических и современных. Можно упомянуть, в частности, коллективистские тенденции. Для американцев или других носителей западного мышления, основанного на индивидуализме, рыночные отношения — это одно, а для наших коллективистских традиций — совершенно другое <...>. В европейском и американском обществе богатство воспринимается позитивно, а у нас оно никогда не культивировалось, в том числе и благодаря особенностям православия. В результате богатство большинством российского населения воспринимается негативно само по себе — отсюда и наше отношение к богатым людям. Другая наша особенность — стремление к справедливости. Мы считаем, что мир должен быть устроен справедливо, что справедливо должны распределяться собственность, доходы. На этом фоне появление большого числа людей, которые заработали состояния явно несправедливыми способами, действует очень раздражающе» [Юревич 2012].

Преломление западных ценностей в российском обществе имеет катастрофические последствия: достижение успеха под-

крепляется «ненужностью морали», бандиты становятся «респектабельными бизнесменами», свобода и антиинтеллектуальность понимаются буквально (изобилие низкопробной литературной и кинопродукции, «желтой» прессы, отсутствие в бесплатном доступе развивающих ТВ-передач и т. п.).

В общем можно утверждать, что массовая культура сознательно формирует потребности индивида, в основе которых лежит материализм, нацеленность на удовольствие и престижность. Распространение массовой культуры и ряд других объективных процессов привели к сдвигам в сложившейся в советское время системе ценностей, в результате чего сегодня ценности не так гомогенны, как прежде. Сейчас, в условиях полиментальности, сосуществуют разные системы ценностей — и прозападная, и советская, и этнически ориентированная. Внутри современного российского общества каждая из этих систем по-своему конфликтна. Массовая культура, возникшая в западном обществе, тем не менее, имеет наибольший охват аудитории и мощную систему трансляции своих «продуктов», в том числе и нематериального характера, т. е. ценностей и культурных кодов.

ЛИТЕРАТУРА

1. Бубнова И. А. Массовая культура и ее роль в формировании образа мира современной русской молодежи // Вопросы психолингвистики. 2011. № 1 (13). С. 64—71.
2. Булыгина Т. В., Шмелев А. Д. Языковая концептуализация мира. — М. : Языки русской культуры, 1997. — С. 481—490.
3. Васильев А. Д. Заграничные истины: свободный мир vs. тюрьма народов // Политическая лингвистика. 2013. № 3 (45). С. 12—21.
4. Толстая С. М. Стереотип в этнолингвистике // Речевые и ментальные стереотипы в синхронии и диахронии. — М., 1995. — С. 124—127.
5. Хорошкевич Н. Г. Неоднозначность массовой культуры // Социологические исследования. 2011. № 11. С. 111—117.
6. Юревич А. В. Нравственное состояние современного российского общества // Психологос : энцикл. практической психологии. 2012. 23 апр. URL: http://www.psychologos.ru/articles/view/nravstvennoe_sostoyanie_sovremennogo_rossiyskogo_obschestva (дата обращения: 12.10.2013).
7. Connor J. W. Tradition and Change in Three Generations of Japanese Americans. — Chicago, 1977. P. 45—65.

Статью рекомендует к публикации д-р филол. наук, проф. В. И. Карасик