

Литература

1. Буланов, В. В. Ф. Ницше и русская экзистенциальная философия культуры: автореф. дис... канд. философ. наук / В. В. Буланов. – Тверь, 2004. – 20 с.
2. Бауман, З. Индивидуализированное общество: Идентичность в глобализирующемся мире / З. Бауман [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [basis/ 4993/ 5006](http://basis/4993/5006).
3. Кьеркегор, С. О. О писателе / С. О. Кьеркегор [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https:// www.livelib.ru/author/179516-sjoren-kerkegor](http://www.livelib.ru/author/179516-sjoren-kerkegor).
4. Малинкин, А. Н. Учение Макса Шелера о ressentimentе и его значение для социологии / А. И. Малинкин // Социологический журнал, 1997. – С. 117–121.
5. Мережковский, Д. С. В тихом омуте: Статьи и исследования разных лет / Д. С. Мережковский. – М., Советский писатель, 1991. – 345 с.
6. Ницше, Ф. Генеалогия морали / Ф. Ницше. – Сочинения в 2 томах. – Том 2. – М.: «Мысль», 1990. – 235 с.
7. Философия истории: учеб. пособие / Под ред. проф. А. С. Панарина [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.gumer.info/bogoslov_Buks/Philos/Panarin.
8. Философский энциклопедический словарь. – М.: Инфра-М, 1997. – С. 403.
9. Цзяньлун, Ян. Критика культуры и культурная идентичность / Ян Цзяньлун. – Шанхай, 2008. – 216 с.
10. Шугаев, А. В. Понятие «идентичность» в китайском гуманитарном знании / А. В. Шугаев // Вестник Читинского гос. ун-та. – №2 (69), 2011. – С. 16–20.

*Е. Е. Никитюк
Белорусский национальный технический университет
Институт Конфуция по науке и технике
(г. Минск, Республика Беларусь)*

НЕКОТОРЫЕ АСПЕКТЫ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ МАССОВОЙ, ЭЛИТАРНОЙ И ОФИЦИАЛЬНОЙ КУЛЬТУР В КИТАЕ

В исследованиях массовой культуры, феномен которой связан с развитием индустриального общества, при определении специфики традиционно основываются на противопоставлении культуры массовой – культуре элитарной. Эта оппозиция является ключевой и встречается в классических работах западных авторов XX века – Х. Ортега-и-Гассета [3, с. 19, 51, 58, 61, 63, 68, 148], Д. Макдональда [2], посвященных теории массового общества и массовой культуры, у современных рос-

сийских [1, с. 184] и китайских исследователей [5, с. 23, 28–30]. В то же время для понимания сущности явления массовой культуры невозможно обойтись без рассмотрения ее взаимодействия и взаимосвязей с другими видами культуры. В китайских источниках [4, с. 200, 5; с. 15–16] выделяются такие виды культуры, как элитарная, массовая, традиционная, народная (фольклор), официальная (господствующая). Основываясь на исследованиях китайских авторов, рассмотрим некоторые аспекты взаимодействия официальной и массовой, элитарной и официальной видов культуры в Китае, которые помогают раскрыть сущность и специфику китайской массовой культуры, а также роль и место, которое занимает каждый из трех видов культуры в китайском обществе.

1. Взаимодействие официальной и массовой культур (主导文化与大众文化之间的关系).

Вид культуры, который в китайских источниках обозначается как 主导文化, может быть переведен как «ведущая» или «господствующая культура», однако в данной работе мы будем использовать термин «официальная культура», так как, на наш взгляд, он наиболее точно отражает ее специфику, поскольку основная функция официальной культуры в Китае – укрепление политической власти и распространение государственной идеологии. Ввиду важности роли, которую играет в китайском обществе официальная культура, ее произведения китайскими авторами именуются как «большой нарратив» (大叙事) [5, с. 24]. Официальная культура использует административный ресурс для создания и распространения культурной продукции и не преследует коммерческих целей. При этом в содержании ее произведений всегда присутствует политическая составляющая.

В противоположность «большому нарративу» официальной культуры произведения массовой культуры (大众文化) китайскими авторами определяются как «малый нарратив» (小叙事) [5, с. 24], поскольку, как отмечается, ее содержание ограничивается проблемами повседневной жизни простых обывателей, она апеллирует к их эмоциональной сфере и массовому сознанию, кроме того, массовый культурный продукт предназначен для продажи потребителям, то есть создается в коммерческих целях.

Среди аспектов взаимодействия официальной и массовой культур авторы «Введения в теорию массовой культуры» Янь Юйган и Лю Цзыюн выделяют:

1) Официальная культура является нормативной для массовой культуры (主导文化规范大众文化) [5, с. 24]. Ввиду того, что государственная идеология занимает доминирующее положение в китайском обще-

стве, она посредством государственного механизма пропагандирует свои моральные нормы и эстетические ценности и таким образом оказывает влияние на простых людей; она определяет политику в сфере культуры и руководит, и направляет развитие массовой культуры; используя административные методы управления и экономические рычаги, она осуществляет прямое вмешательство в процессы производства и потребления массовой культуры; пользуясь исключительными правами, официальная культура проводит оценку массовой культуры и заключает с ней соглашения и договоренности. Любое произведение массовой культуры в настоящее время в Китае на этапе создания проходит через государственную систему утверждения (审批制) [5, с. 24], будь то кинопродукция или телесериалы, каждое произведение подвергается рассмотрению и утверждению, регистрации и учету, таким образом, система гарантирует качество содержания продукта массовой культуры в пределах допустимых рамок.

2) Взаимодействие массовой и официальной культуры – аспект, который китайскими исследователями определяется как «массовая культура на службе официальной культуры» (主导文化征用大众文化) [5, с. 24], где важную роль играет экономическая составляющая. Официальная культура заимствует методы и формы массовой культуры, и с этой точки зрения, в зоне пересечения этих двух видов культуры возникают явления, которые трудно отнести к сфере массовой либо официальной культуры. Официальная культура может привлекать массовую культуру для упрочения культурной идентичности. Существующий внутри китайской массовой культуры семейный, государственный, эмоциональный нарратив в равной мере следует ценностям официальной культуры, независимо от произведения – их содержание обращается к исторической памяти, вопросам семьи и государства и может играть роль сближения культур и их взаимопроникновения. Кроме того, рынок культурной индустрии является растущим сектором экономики и ее важной составляющей, а идеология потребления – движущей силой экономического роста. Китайскими авторами приводится формула «культура строит подмости, экономика играет на сцене, вместе они стимулируют внутренний спрос» (“文化搭台、经济唱戏» «拉动内需») [5, с. 25] и отмечается, что она стала для руководящего класса общества важным методом стимуляции потребления и развития экономики.

3) Массовая культура оказывает важное влияние на официальную культуру (大众文化对主导文化有着重要影响). В китайском обществе руководящая элита прошла путь от полного неприятия массовой культуры до восприятия ее как явления обыденного и привычного. Статус мас-

совой культуры в глазах представителей руководящих слоев с каждым днем повышается, они больше не рассматривают массовую культуру как отрасль, полную риска, но как индустрию, нуждающуюся в правильном управлении и поощрении. Официальная культура начала осваивать технологии и механизмы масскульта, в целях своей рекламы она использует современные СМИ и культурную индустрию для демонстрации собственной привлекательности [5, с. 25].

4) Нейтрализация массовой культуры культурой официальной (大众文化对主导文化的消解). Массовая и официальная культуры в некоторых аспектах демонстрируют гармоничное взаимодействие, в то же время существует вероятность, что массовая культура, будучи поставленной на службу официальной культуре, будет поглощаться официальной культурой, несмотря на то, что механизмы их производства и потребления несколько отличаются.

2. Взаимодействие официальной и элитарной культур (主导文化与精英文化的关系).

Основные аспекты взаимодействия официальной и элитарной культур, согласно Янь Юйгану и Лю Цзысюну, могут быть представлены следующим образом: 1) элитарная культура разделяет нормы официальной культуры (精英文化接受主导文化的规范); 2) официальная культура активно поглощает элитарную культуру (主导文化积极吸纳精英文化); 3) элитарная культура влияет и способствует созданию и развитию официальной культуры (精英文化影响、推动主导文化的建构); 4) элитарная и официальная культура сохраняют определенную дистанцию (精英文化与主导文化保持适度的距离) [5, с. 23].

Как отмечают китайские авторы, дискурс официальной культуры строится в соответствии с современной государственной идеологической концепцией, под руководством КПК и осуществляется в соответствии с учением марксизма, маоизма, теорией Дэн Сяопина и идеей «тройного представительства» (三个代表), сформулированной Цзян Цзэминем в 2002 году, согласно которой партия должна представлять интересы развития передовых производительных сил, передовой китайской культуры, коренные интересы широких слоев китайского населения [7]. Работа в культурной сфере является системной, она направлена на укрепление власти и повышение национального самосознания. Культура является важнейшим субъектом партийной пропаганды, а такой вид СМИ, как партийные газеты, партийные печатные издания, составляют главную плат-

форму пропаганды и ее систему, целью которой является демонстрация достижений, руководство работой деятелей искусств, контроль соответствия их произведений политическому курсу. «Восемь тезисов о славе и позоре» (八荣八耻) [6], сформулированные в 2006 году Председателем КНР Ху Цзиньтао, представляют собой свод моральных норм, среди которых «восемь почитаемых и восемь презираемых». Целью тезисов является формирование у широких масс, особенно у молодежи, социалистических взглядов на славу и позор, согласно которым «необходимо рассматривать любовь к Отчизне как славу, а нанесение ей вреда как позор; рассматривать служение народу как славу, а отчуждение от него как позор; рассматривать уважение научных знаний как славу, а невежество как позор; рассматривать трудолюбие как славу, а праздный образ жизни и презрение к труду как позор; рассматривать солидарность и взаимопомощь как славу, а обеспечение своих интересов за чужой счет как позор; рассматривать честность и верность слову как славу, а утрату элементарного чувства долга при виде выгоды как позор; рассматривать соблюдение законов и дисциплины как славу, а беззаконие как позор; рассматривать самоотверженную борьбу как славу, а роскошную и праздную жизнь как позор» [6]. Особый статус интеллигенции позволяет ей сохранять определенную независимость по отношению к основной идеологической линии, вопросы, которые беспокоят интеллигенцию, не совпадают с теми проблемами, которым уделяет внимание правящая элита. Представители интеллектуальной элиты являются преемниками традиционной китайской интеллигенции в вопросах критики современной ситуации в обществе, пользуются правом голоса и в качестве платформы для выражения своих убеждений и позиций используют научные, периодические и другие издания и СМИ.

Таким образом, у каждого из трех видов культуры – массовой, официальной и элитарной, – играющих значительную роль в современном китайском обществе, с одной стороны, свои функции и цели, потребитель и аудитория, принципы, способы производства и художественный инструментарий; с другой стороны, все три вида культуры находятся в тесной взаимосвязи друг с другом. Особое место в современном Китае занимает официальная культура, отвечающая за идеологическую составляющую произведений массового и элитарного искусства, проходящих систему оценки и одобрения (审批制), и выполняющая нормативную и регулирующие функции по отношению к другим видам культуры. Ос-

новой функцией элитарной культуры является создание произведений искусства, характеризующихся высокой художественной ценностью, в то же время, к сфере ее взаимодействия с массовой культурой можно отнести просветительскую деятельность. Коммерческий характер массовой культуры определяет не только специфику ее продукции, но и масштабы ее взаимодействия с другими видами культуры, когда возможности массового производства культурной продукции могут быть заимствованы для транслирования эстетических ценностей высокой культуры, а также использоваться в целях пропаганды официальной культуры.

Литература

1. Вечканов, В. Э. Культурология / В. Э. Вечканов. – М.: Т8RUGRAM / Научная книга, 2017. – 382 с.
2. Макдональд, Д. Масскульт и мидкульт [Электронный ресурс] / Д. Макдональд // Режим доступа: <http://tehne.com/event/arhivsyachina/duayt-makdonald-masskult-i-midkult-1960>. – Дата доступа: 12.11.2019.
3. Ортега-и-Гассет, Х. Восстание масс / Хосе Ортега-и-Гассет. – М.: АСТ, 2002. – 509 с.
4. 金民卿. 文化全球化与中国大众文化 / 金民卿. – 北京: 人民出版社, 2004. – 475页. = Цзинь Миньцин. Глобализация и массовая культура Китая / Цзинь Миньцин. – Пекин: Народное Издательство, 2004. – 475 с.
5. 闫玉刚. 大众文化通论 / 闫玉刚, 刘自雄. – 3版. – 北京: 中国广播影视出版社, 2017.11. – 286页. = Янь Юйган. Введение в теорию массовой культуры / Янь Юйган, Лю Цзысюн. – 3 изд. – Пекин: Издательство телерадиокомпаний Китая, 2017. – 286 с.
6. 胡锦涛. 八荣八耻. = Ху Цзиньтао. Восемь тезисов о славе и позоре [Электронный ресурс] / Ху Цзиньтао // Режим доступа: <https://baike.baidu.com/item/%E7%A4%BE%E4%BC%9A%E4%B8%BB%E4%B9%89%E8%8D%A3%E8%BE%B1%E8%A7%82/169758?fromtitle=%E5%85%AB%E8%8D%A3%E5%85%AB%E8%80%BB&fromid=105939>. – Дата доступа: 15.11.2019.
7. 江泽民. 三个代表. = Цзян Цзэминь. Тройное представительство [Электронный ресурс] / Цзян Цзэминь // Режим доступа: <https://baike.baidu.com/item/%E2%80%9C%E4%B8%89%E4%B8%AA%E4%BB%A3%E8%A1%A8%E2%80%9D%E9%87%8D%E8%A6%81%E6%80%9D%E6%83%B3/2523227?fromtitle=%E4%B8%89%E4%B8%AA%E4%BB%A3%E8%A1%A8&fromid=104156>. – Дата доступа: 16.11.2019.