

*Л. К. Кухто,
кандидат культурологии, доцент*

ФЕНОМЕН МАССОВИЗАЦИИ ОБЩЕСТВЕННОЙ ЖИЗНИ БЕЛАРУСИ В XIX–XX ВВ.

Массовая культура – важнейший социальный феномен современного общества. Ее продукты вошли в повседневную жизнь человека, начиная от серийно изготовленных вещей и предоставляемых услуг и заканчивая шлягерами, бестселлерами и блокбастерами. Современная социокультурная ситуация в нашей стране характеризуется интенсификацией влияния массовой культуры на общественное сознание, а также на состояние и функционирование всего общества. Кроме того, трансформационные процессы в постсоветском пространстве привели к смещению духовных ценностей, норм и необходимости построения, трансляции и стимуляции потребления новых культурных образцов, стилей жизни.

Начало процесса массовизации относят к рубежу XIX–XX вв. В это время в мире произошли фундаментальные социальные изменения. Войдя в XIX в. с цеховой организацией производства, Европа вышла из него с новыми системами правления во многих странах, с законами о социальном обеспечении, системой свободного предпринимательства и свободной торговли. Материальной основой этих успехов стал переход к машинному производству, резко увеличившему производство товаров и услуг.

Динамика культуры в Беларуси имеет свои особенности развития, которые повлияли на возникновение и становление белорусского варианта массовой культуры. Появление в Беларуси массовой культуры было обусловлено, с одной стороны, изменением общественно-политического строя, с другой – развитием промышленности и формированием промышленной элиты и рабочего класса. В результате промышленной революции произошли коренные изменения в технике и организации производства, совершен определен скачок в росте производительности труда. Характерной чертой промышленного развития Беларуси в пореформенный период было то, что вместе с относительно быстрым ростом фабрично-заводского производства продолжалось развитие ремесла и мануфактура, основанные на ручном труде, высоким оставался длительное время удельный вес

мелких фабрично-заводских предприятий. «Основная масса ремесленников концентрировалась уже в городах – 37% и местечках – 63%. Количество ремесленных предприятий в белорусских губерниях с 1860 по 1890 год увеличилось (с 20, 2 до 58,1 тысячи)» [2, с. 155]. Развитие промышленности и торговли содействовало увеличению численности городского населения. В 1800 г. доля горожан составляла 5,1%, в 1850 г. – 6,3%, в 1900 г. – 13,3%. К концу XIX в. в Беларуси сложились местные (областные) рынки, которые были тесно связаны между собой и с рынками других стран. Центрами областных рынков стали наиболее крупные города: Минск, Витебск, Могилев, Гомель, Гродно, Брест, Пинск. Главным торгово-промышленным центром Беларуси в это время стал город Минск. На рынке товаров стало больше, расширился их ассортимент. Именно в XIX в. в быт вошли керосин, электрические лампочки, автомобили, искусственные красители, цветная печать, канализация, фотоаппарат, кино, велосипед, телеграф и множество столь привычных сегодня вещей.

Динамичное формирование товарно-денежных отношений поднимало еще один главный вопрос, от которого зависели успех и перспектива развития культуры Беларуси. Это народное образование. В середине XIX в. оно находилось на низком уровне. «На территории Беларуси действовало только 576 учебных заведений всех типов: 12 средних, 45 неполных средних школ (гимназий и прогимназий), 45 частных и государственных женских училищ, 21 духовное училище и 453 начальные школы» [2, с. 176]. По причине интенсивного развития товарно-денежных отношений уже в 1881 г. в пяти белорусских губерниях насчитывалось 2185 различных учебных заведений. В начале XX в. в Беларуси постепенно расширялась система народного образования. «С 1900 по 1914 год количество начальных и средних общеобразовательных школ всех типов выросло с 6297 по 7682» [2, с. 249]. С повышением образовательного уровня людей вырос уровень их притязаний, изменились представления о достойной жизни, характере отношений между супругами, воспитании детей. В результате дала трещину семья патриархального типа. Этот процесс, а также переход большинства населения к городской жизни вели к ослаблению системы социального контроля. Возник парадокс – люди стали жить ближе (плотность населения в городе выше, чем в сельской местности) и в то же время дальше друг от друга (не зная подчас даже ближайших соседей). Человек обособился, «атоми-

зировался», стал «человеком массы». Обозначилась еще одна черта массового общества – отчуждение, ослабление традиционных родственных и общинных связей, личных контактов между людьми. Этот вакуум заполнили средства массовой коммуникации, способные быстро транслировать сообщения на большую, не находящуюся физически в одном месте, аудиторию. Массовая коммуникация становится важнейшим механизмом интеграции общества.

Но индустриальное машинное производство предполагает стандартизацию не только оборудования, сырья, технической документации, а и умений, навыков работников, распорядка рабочего дня, рабочей одежды и т. д. Стандартизация производства привела к стандартизации товаров: на рынке появились предметы потребления, изготовленные разными производителями, но похожие друг на друга. Люди стали носить одинаковую одежду, жить в стандартных домах и т. д. Более глубоким, чем в традиционном обществе, стало разделение между двумя сферами жизни человека: работой и досугом. На рубеже XIX–XX вв. впервые в истории у массы простых людей вследствие роста производительности труда, социальных реформ появились денежные средства, которые можно было потратить не только на предметы первой необходимости, но и на развлечения. В то же время сократилось рабочее время. В результате у работающих людей появился досуг – социально значимое свободное время, а также возник платежеспособный спрос на товары и услуги, которые помогают его провести. Рынок на этот спрос ответил соответствующим предложением типового культурного продукта: книгами, фильмами, грампластинками и т. д. Они были предназначены для того, чтобы помочь людям интересно провести свободное время, отдохнуть от монотонного, «стандартного» труда.

В это время оформляются основные жанры и направления массовой культуры: беллетристика, комиксы, бульварная пресса. Технические достижения XIX в. способствовали появлению кинематографа. Распространилась фотография, была изобретена грампластинка, что открыло дорогу такому направлению массовой культуры, как легкая музыка. В середине XX в. технические возможности массовой культуры стали более значительными благодаря развитию радио и телевидения. Последнее десятилетие XX в. ознаменовалось созданием и бурным развитием всемирной компьютерной сети – Интернета. Таким образом,

появление массовой культуры, как и формирование массового общества, связано с глобальными социокультурными сдвигами, а не с внезапной порчей вкуса большого числа людей.

Однако не только техника и процессы урбанизации, но политические и социокультурные условия стали причиной распространения и потребления массовой культуры. Известно, что культура во многом зависит от общественно-политической жизни общества. Советская массовая культура во многом формировалась на традиционных ценностях, впоследствии тесно слившихся с партийными идеалами – коллективизмом, аскетизмом и отрицанием достатка, индивидуального успеха, комфорта. «Советская массовая культура существенно отличалась от западной массовой культуры – и, прежде всего, своим некоммерческим характером. Это был, по сути, инструмент социальной технологии, основная задача которого сводилась к формированию определенного типа сознания» [1, с. 3]. В середине XX в. в Беларуси зарождается социальная технология управления массами. Наряду с устной агитацией политическая пропаганда осуществлялась через периодическую печать. Важной задачей социокультурных преобразований была массовая культурная работа. Центрами ее были клубы, создаваемые на предприятиях, в городах, крупных поселках, совхозах. Появляется новая профессия – массовик-затейник, который брал под контроль не только развлечения, но и всю повседневную жизнь. В советском обществе происходило формирование массы и ее культуры, которая отвечала интересам партии.

Таким образом, к основным факторам появления массовой культуры Беларуси можно отнести интенсивное развитие промышленности, урбанизацию, развитие торговых связей и системы народного образования. Белорусская советская массовая культура носила некоммерческий характер. Практически до 90-х гг. данный тип культуры был локализован в рамках идеологии власти. Возможность для самостоятельного развития появляется после провозглашения независимости нашей страны. С этого времени Беларусь начала новый этап развития не только страны в целом, но и культуры в частности. Массовое производство товаров и услуг разного качества и назначения, зачастую агрессивно внедряемых в повседневное окружение человека, заставило ученых изменить угол зрения на проблему массового производства и потребления и

выделить данный феномен в качестве области культурологических исследований.

1. *Ильина, Т. В.* История искусств. Отечественное искусство : учебник / Т. В. Ильина. – 3-е изд., перераб. и доп. – М. : Высш. шк., 2000. – 407 с.

2. *Ковкель, И. И.* История Беларуси : с древнейших времен до нашего времени / И. И. Ковкель, Э. С. Ярмусик. – 4-е изд. – Минск : Аверсэв, 2004. – 605 с.

РЕПОЗИТОРИЙ БГУКИ