

---

---

## РЕЦЕНЗИИ

И. А. ГОБОЗОВ

### ПОСТМОДЕРНИСТСКИЕ КУМИРЫ

**Гринин, Л. Е. Звезды без грима. О кумирах шоу-бизнеса, кино и спорта. – М., 2006.**

Характерная черта нашей, постмодернистской, эпохи – переоценка всех прежних ценностей, гедонизм и цинизм, тиражируемые мощнейшими информационными технологиями. Если в прошлом люди добивались известности благодаря своему таланту и упорному труду, то в настоящее время талант никого не интересует. Сегодня можно раскрутить любого человека, сделать его популярным артистом, спортсменом, политиком, бизнесменом и т. д. Поскольку думающая публика, по существу, была заменена праздной публикой, мало кто интересуется тем, каким образом еще вчера никому неизвестные люди сегодня превратились в «звезд» кино, спорта и т. д.

Кумирам сегодняшней жизни посвятил свою книгу Л. Е. Гринин. Леонид Ефимович – известный философ, он написал немало работ, посвященных разным аспектам философии и теории истории. Но рецензируемая книга – это особый жанр. Здесь публицистический талант автора прекрасно сочетается с научным. Автор в увлекательной форме рассуждает о вещах, имеющих экзистенциальный и моральный характер. Однако книга является не только философским, но и оригинальным социологическим исследованием, предметом которого стал новый влиятельный социальный слой в России и в мире.

Исследование ведется на широком фоне технологических, информационных и социальных изменений современного общества. Когда новые технологии и средства коммуникации становятся массовыми и ведущими, социальная структура существенно транс-

формируется под их воздействием. Информационные технологии также вызвали сильные перемены в социальной структуре современного общества. В книге Л. Е. Гринина дан социологический анализ одного из таких важных изменений – показано, как все более заметным и влиятельным становится социальный слой, названный автором книги «люди известности». Люди известности, согласно характеристике Л. Е. Гринина, представляют собой весьма разношерстную публику, которая включает в себя работников телевидения, газет и других средств массовой информации; деятелей искусства, театра, литературы, кино; представителей шоу-бизнеса и моды; спортсменов; а также и просто по разным причинам известных и узнаваемых людей. Все эти группы знаменитостей имеют общим то, что эксплуатируют свою популярность, конвертируя ее в должности, деньги, связи и разные блага, даже порой передавая ее по наследству.

Люди известности имеют очень большие доходы. Сегодня многие спортсмены, артисты, певцы, шоумены, топ-модели по уровням личного дохода начинают обгонять даже солидных предпринимателей. Уже есть целая группа спортсменов, актеров и певцов, которые получают в год десятки миллионов долларов. В целом доходы этих людей напрямую связаны с уровнем их известности. Если ранее знатность, место в государственной иерархии, образование и квалификация как бы по праву «притягивали» к себе деньги и собственность, то теперь и известность достаточно легко конвертируется в деньги и другие блага. Ведь известный человек может получить большой гонорар просто за рекламу.

Автор рецензируемой книги делает анализ изменения значимости феномена личной известности в течение истории (гл. 1, 4). Он подчеркивает, что личная известность – это благо, которое появилось в обществе задолго до богатства. Однако все же в доиндустриальную эпоху число тех, кто с ее помощью получал основные средства к существованию или мог их резко увеличить, было незначительно. С появлением газет число людей, зависящих от своей известности, увеличилось. И оно возрастало по мере внедрения новых технических средств, таких как радио, кино и особенно телевидение, а с подъемом информационных технологий значение известности и слоя людей известности увеличилось еще больше.

Росту значения такого слоя в информационном обществе способствует информационная прозрачность границ, а также «империализм средств массовой информации», то есть их экспансия из развитых стран, особенно из США, в другие страны.

Важным выводом книги Л. Е. Гринина является то, что в современном мире личная известность стала наряду с властью и богатством одним из самых важных социальных ресурсов. При этом значение известности как социального феномена возрастает, а стремление к ней формирует ценностные установки все большего числа людей. Это также объясняет, почему слава стала результатом умелой раскрутки и часто приходит к людям, не имеющим таланта.

Люди известности оказывают огромное влияние на мировоззрение и поведение всего общества, особенно благодаря тому феномену, который автор называет «гипнозом известности». Однако, к сожалению, это влияние все заметнее оказывается негативным, разрушительным и даже опасным для общества.

Л. Е. Гринин начинает свое исследование с того, что во все времена люди стремились к тому, чтобы прославиться, обессмертить свое имя. Но это желание они осуществляли по-разному. Одни – упорным трудом, а другие – аморальными средствами. В этой связи он ссылается на «славу Герострата», сжегшего в 356 г. до н. э. одно из чудес света – храм Артемиды в Эфесе. Поступок Герострата, конечно, не подвиг, а преступление. Автор рецензируемой книги правильно пишет, что нельзя любой ценой стремиться к известности. Историческая практика показывает, что только те личности заслуживают бессмертия, чья деятельность носила не деструктивный, а конструктивный характер. «...Слава – это естественный результат заслуг и благородных поступков, как бы их отражение, тень; слава и известность не могут появиться без реальных заслуг» (с. 28). При этом бывает так, что ко многим заслуженным людям слава приходит лишь после смерти или изменений политической ситуации. Но эти люди думают не о славе, а о достижении своих целей и реализации своих талантов. Поэтому они готовы жертвовать своими жизненными благами, своим здоровьем, даже своей жизнью.

Однако в современную, постмодернистскую, эпоху крайне редко встречаются люди, которые готовы идти на определенные жерт-

вы во имя осуществления каких-то благородных проектов. К тому же нынешняя публика их просто-напросто не поймет. Сегодня нужны деньги, а не талант; аморальность, а не соблюдение моральных норм и принципов; агрессивность, а не скромность. «Из-за того, что к известности все чаще приходят аморальные люди, а дорога к ней все сильнее требует нравственного бесчестия, из-за того, что благодаря современным информационным технологиям звездами сплошь и рядом становятся бесталанные и заурядные люди, происходит девальвация присутствия в известности заслуженности» (с. 31). Деньги, деньги и еще раз деньги, а также связи и информационные возможности явных и тайных продюсеров, а не талант и труд делают эстрадных артистов звездами. И этот процесс носит универсальный характер. Но особенно интенсивно он проявляется в России. Сегодня на российской эстраде звезд не меньше, чем на небе. Профессиональная, сделанная по определенной технологии раскрутка через СМИ, особенно через телевидение, – и абсолютно бесталанный певец превращается в звезду.

Но известными, благодаря финансам, делаются не только в сфере искусства, но и в сфере политики. Л. Е. Гринин довольно интересно и увлекательно рисует современную политическую картину власти и денег. Конечно, как отмечает автор, власть сильнее денег. Недаром французы говорят: «*Qui a le pouvoir il a raison*». Можно перевести так: «У кого власть (сила), тот прав». Всем людям свойственно стремление к власти. Но у всех оно проявляется по-разному в зависимости от объективных условий и субъективных устремлений. В современную эпоху власть непосредственно связана с финансовыми возможностями.

Л. Е. Гринин напоминает (с. 171), что еще 50 лет назад выдающийся американский социолог Райт Миллс в книге «Властвующая элита» указывал, что в Америке профессиональные знаменитости встали в ряд с людьми из «четырехсот семейств» центральных городов, то есть самых богатых семейств Америки<sup>1</sup>. Теперь похожие явления стали характерными для многих других стран. Какую же роль играют известные люди в нашу эпоху? Автор рецензируемой книги пишет, что они представляют современную элиту, оказыва-

---

<sup>1</sup> Миллс, Р. Властвующая элита / пер. с англ. – М.: ИЛ, 1959. – С. 115.

ующую довольно сильное влияние на общество и на устроения людей. Но, как подробно показывает Гринин, элита вовсе не всегда означает слово в его первоначальном смысле, то есть «лучшие». Элита – это, прежде всего, привилегированные и имеющие больший доступ к определенным ресурсам слою общества. Это, в частности, подтверждается и мыслью Р. Миллса, который прямо указывал, каким образом создается такая элита: «Чтобы быть знаменитым, богатым, властью имущим – для этого требуется доступ к главенствующим центрам и силам общества»<sup>2</sup>.

Поэтому элита известных людей очень дифференцирована. Одни ее представители действительно являются элитой, так как они талантливы, трудолюбивы и оригинальны. Другие попадают в элитную среду благодаря своим финансовым и иным возможностям. Чтобы их не забыли, они любят скандалы, шум. Бульварная пресса постоянно освещает все детали их поведения. Праздная публика, давно отвыкшая самостоятельно думать, постоянно ссылается на скандальное поведение этой элиты. Л. Е. Гринин приводит высказывание певца Владимира Преснякова: «Культ телевидения перевернул все с ног на голову, и теперь, если месяц не показывают кого-то, все говорят: “Куда он исчез?”. А чтобы не говорили, что ты пропал, нужно постоянно мелькать по “ящику”» (с. 55). Сказано точно! Сегодня СМИ, особенно телевидение, по существу, формируют мировоззрение людей, кодекс их поведения, их материальные и духовные потребности.

Давно известно, что СМИ представляют четвертую власть, что от них зависит очень многое в политике. Это понимал еще Наполеон, когда из 73 газет, издававшихся в Париже, было закрыто вначале 60, потом еще 9. Но особенно важна роль СМИ в наше время, когда благодаря научно-технической революции они получили огромные возможности формировать общественное мнение и оказывать решающее влияние на духовную жизнь людей. Сегодня можно смело сказать, что тот, кто контролирует СМИ, контролирует все общество, контролирует воззрения людей, их поведение и поступки.

---

<sup>2</sup> Миллс, Р. Указ. соч. – С. 34.

В эпоху постмодернизма благодаря СМИ **Homo sapiens** (человек разумный) был превращен в **Homo suggestif** (человек внушаемый), которому легко можно внушить все что угодно. А народ превращен в толпу, или массу. Ж. Бодрийар пишет, что в современном мире все крутится вокруг массы. Она представляет собой некое молчаливое большинство, которое время от времени проявляет свою активность и которое используется в политических целях. Политики постоянно говорят о необходимости просвещения массы, ее информирования, для чего используются СМИ. «В этих призывах, – справедливо замечает Бодрийар, – однако, нет никакого толка – рациональная коммуникация и массы несовместимы. Массам преподносится смысл, а они жаждут зрелища. Убедить их в необходимости серьезного подхода к содержанию или хотя бы к коду сообщения не удалось никакими усилиями. Массам вручают послания, а они интересуются лишь знаковостью. Массы – это те, кто ослеплен игрой символов и поработен стереотипами, это те, кто воспримет все что угодно, лишь бы это оказалось зрелищным»<sup>3</sup>. Массы, продолжает Бодрийар, больше интересуются, скажем, победой национальной сборной по футболу на чемпионате мира, чем каким-нибудь событием, имеющим непосредственное значение для будущего человечества.

В книге Л. Е. Гринина блестяще изложена манипуляция общественным сознанием во всех сферах жизни людей. Автор показывает, как так называемые звезды формируют вкусы людей, моду, одежду, прическу, даже походку. Большинство телевизионных передач формирует у людей агрессивность, цинизм, антигуманизм и другие антиценности, которые еще недавно осуждались обществом.

СМИ всегда оказывали влияние на общество. Но особенно мощное воздействие они оказывают на современный социум благодаря новейшим информационным технологиям. Как пишет автор рецензируемой книги, информация способствует быстрому распространению роли известных людей в мире. Так, в считанные секунды можно стать звездой благодаря видео и звуковой информации. При этом «герои-звезды» постоянно занимаются саморекламой.

---

<sup>3</sup> Бодрийар, Ж. В тени молчаливого большинства. – Екатеринбург, 2000. – С. 14–15.

Здесь удивляться не приходится. «Такова сила современных СМИ и шоу-бизнеса, что они могут сделать звездой из почти любого» (с. 73–74). Очень здорово сказано: «Вместе с массовым производством товаров наладилось и производство звезд» (Там же).

Эпоха постмодернизма – это эпоха стандартизации и унификации. Стандартизованы товары, стандартизованы вкусы, стандартизованы слова, песни, танцы. Все буквально стандартизовано и унифицировано. Люди настолько привыкли к стандартизации, что оригинально мыслящий человек и вообще самобытный человек обществом отвергается. Проблеме стандартизации в книге Л. Е. Гринина посвящено немало интересных и содержательных страниц. Нельзя не согласиться с автором в том, что массовое потребление немислимо без стандартизации и унификации не только товаров, но и жизненных условий. Причем стандартизации особенно способствует реклама, прежде всего телевизионная. Собственно говоря, она формирует и вкусы, и потребности, и даже кодекс поведения. При этом она разрушает психику человека, но в эпоху постмодернизма это мало кого волнует. Вообще не только телереклама, но в целом телепередачи лишают человека нормальной социальной ориентации.

Средства массовой информации, вместо того чтобы способствовать интеллектуализации общества, деинтеллектуализируют его. Они породили такую страшную болезнь, как *социальный идиотизм*. Обычно под идиотизмом подразумевают врожденное слабоумие. Его изучением занимается психология. Но под социальным идиотизмом следует подразумевать общество, когда оно не может адекватно отражать окружающую социальную действительность.

Социальный идиотизм близок к иррационализму, но не тождествен ему. Дело в том, что иррационализм связан с бессознательными действиями человека, с чувственной формой познания. Особенно в этом преуспевает телевидение. Телевизор может оболванить любого нормального человека. Вообразим себе такую картину: всегда с вами находится человек (ведущий телепередачу), которого вы, быть может, в жизни никогда не видели. Но он вам близок, потому что всегда находится с вами. Он вам не дает думать, да и вам в этом нет необходимости. Он за вас все делает, а вы

должны слушать и смотреть на него. Вы представляете ситуацию в обществе, вы знаете, что стоимость жизни растет, а он вам говорит, что это временные трудности, что рейтинг руководителей постоянно повышается. А вы этому верите и не можете не верить, потому что другие мнения до вас не допускаются. Таким образом, телеведущий в прямом смысле вводит вас в заблуждение, но вы готовы слушать его и наслаждаться его телодвижениями. Современное телевидение «героями» делает наркоманов, преступников, насильников, воров, но не людей труда в высоком смысле этого слова. Оно все превратило в Шоу. Нет серьезных передач, посвященных актуальным проблемам современности. Нет места для научных дискуссий, для классической музыки. Телевидение рассчитано на массового, усредненного человека, не желающего обогащать свой внутренний мир подлинными духовными ценностями. Поэтому на телепередачи в основном приглашают не действительных создателей духовных ценностей, а псевдотворцов. И прав Л. Е. Гринин, когда пишет, что *«звезды фактически стали частью огромной индустрии развлечений, с доходами в сотни миллиардов долларов»* (с. 100).

Об отношении общества к звездам в книге Л. Е. Гринина немало интересных рассуждений. Каждая эпоха порождает своих кумиров. В советскую эпоху кумирами считались известные артисты, писатели, спортсмены, космонавты, герои Великой Отечественной войны и др. Молодое поколение им подражало, с них брало пример. Сейчас другие кумиры. Ими могут быть в первую очередь эстрадные артисты, бизнесмены, вообще преуспевающие люди. Особенно сильно влияние эстрадных звезд. Молодые люди с них во всем берут пример. Но эстрадные артисты, к сожалению, дают плохой пример. Автор рецензируемой книги справедливо задается вопросом: «Но какой стиль жизни, какую модель поведения могут задать звезды, если многие из них открыто признают, а часто даже хвастаются тем, что они пьяницы или наркоманы, распутники или люди, не уважающие узы брака, если они считают, что позировать в обнаженном виде – это доблесть, скандалы – полезная вещь, публичное копанье в грязи – норма и т. п.? И самое опасное, что все эти постыдные, позорные вещи СМИ и сами звезды обмусоливают, многократно повторяют и представляют как нечто достойное вни-

мания и подражания. Но ведь давно известно, что “дурное дело – нехитрое”, а “дурной пример заразителен”. Поэтому разве не вправе мы требовать от них, чтобы пример их жизни был и достойным, и полезным для общества?» (с. 116). Мы вправе требовать, но, к сожалению, нас никто слушать не станет.

Известный человек всегда привлекал внимание. С ним искали дружбы, с ним хотели поговорить, гордились встречей с ним. Я читаю, например, книгу «Пушкин в воспоминаниях современников». Все гордятся тем, что знали великого поэта, разговаривали с ним, слушали его стихи. Вот что пишет один из его знакомых – поэт А. Н. Муравьев: «Слава Пушкина гремела повсюду, и он, можно сказать, был идолом народным; стихи его продавались на вес золота, едва ли не по червонцу за стих; “Кавказский пленник”, “Бахчисарайский фонтан”, “Цыгане” читались во всех гостиных; уже появились первые песни “Евгения Онегина”, в которых так поэтически описывал он свою и общественную жизнь, и этой поэме не предвиделось конца, как байроновскому “Дон-Жуану”»<sup>4</sup>.

Слава Пушкина – это заслуженная слава, это слава гениального человека, создателя русского литературного языка, это слава величайшего поэта России, это слава «солнца русской поэзии». Но эта слава не есть профессия. Тогда как слава или известность современных звезд – это уже профессия, приносящая немалые доходы. И прав автор рецензируемой книги: «быть известным» становится своего рода профессией или, точнее, родом деятельности, как в прежние времена родом деятельности являлось «быть джентльменом» (с. 143). Вот почему многие стремятся любой ценой стать известными. Кстати, я сомневаюсь в том, что многие великие люди, в том числе А. С. Пушкин, стали бы известными в современных условиях. Во-первых, они были порядочными людьми с чувством чести и не позволили бы себе использовать все мыслимые и немыслимые средства для того, чтобы оказаться в центре внимания СМИ. Во-вторых, у них не было достаточно финансовых средств для оплаты своей известности.

Почему люди стремятся к известности? Во все времена люди хотели быть известными. Это нормальное, естественное явление.

---

<sup>4</sup> Пушкин в воспоминаниях современников. – М., 2005. – С. 431.

Физическое бытие человека недолговечно. Поэтому человеку хочется увековечить себя, обессмертить свое имя. Юлий Цезарь однажды заявил, что ему 23 года, а он ничего не сделал для бессмертия. Но обессмертить свое имя можно своей конструктивной деятельностью, своими творениями, оказывающими влияние на развитие культуры и искусства, на общественный прогресс. Современные известные люди, особенно эстрадные звезды, никакого позитивного вклада не вносят в мировую культуру. Впрочем, они об этом и не думают. Их главная цель – побольше заработать, побольше потреблять и побольше наслаждаться. Их волнует не будущее, а настоящее. В книге приводятся интересные данные о заработках кинозвезд, спортсменов, эстрадных и других звезд. Это миллионы и миллионы долларов, в то время как лауреаты Нобелевских премий в сотни раз меньше получают. Вообще ученые, вносящие колоссальный вклад в развитие мировой цивилизации, очень скромно живут, многие из них еле-еле сводят концы с концами. Мы действительно живем в постмодернистском мире, где все поставлено с ног на голову.

В книге Л. Е. Гринина много интересных и замечательных страниц. Автор болеет душой за то, что происходит в нашем сложном и противоречивом мире, напоминающем кривое зеркало. Он правильно предлагает относиться к современным известным людям более критично, «потому что наличие известности вовсе не означает обладание талантом, культурой, нравственностью, умом» (с. 375).

В заключение хочу поздравить Леонида Ефимовича с выходом очень интересной и увлекательной книги. В ней многие социально-философские проблемы изложены популярным, живым и оригинальным языком. Я не сомневаюсь в том, что она интересна не только для представителей художественной интеллигенции и журналистов, но и для обществоведов, в первую очередь для социальных философов, социологов, политологов и др.