

Т. И. Ерохина

Текст – код массовой культуры

Выполнено по гранту Российского научного фонда № 14-18-01833

Осмысление текста как кода массовой культуры представлено в статье в двух ракурсах: анализ дефиниции текста в семиотическом дискурсе, актуализирующем понимание текста как кода культуры; определение онтологической значимости текста в аспекте осмыслений явлений и процессов массовой культуры. Обозначены семиотические конструкции текста как кода культуры, в которых выделяется многосмысловое и многоуровневое понимание текста. Текст определен как базовый концепт, характеризующий коммуникативные потенции культуры, которые позволяют выявить наличие универсальных и специфических знаковых систем в творческих и повседневных практиках личности, в том числе – в контексте массовой культуры. Обозначены функциональные аспекты текста как коммуникативного процесса и коммуникативного кода. Массовая культура представлена как метасемиотическое образование, в котором текст-код обладает специфическими характеристиками: отсутствием текстов-оригиналов, одновременным продуцированием и существованием текста в различных модусах, наличием семантической установки на интерпретацию текста, которая оказывается симуляцией или имитацией интерпретации, специфическим (иллюстративным) заимствованием классических текстов. Обозначена бинарная оппозиция осмысления массовой культуры как текста и контекста современной отечественной культуры.

Ключевые слова: текст, код, массовая культура, элитарная культура, семиотика, подтекст, контекст, коммуникация, интерпретация, имитация.

T. I. Erokhina

Text – the Code of Mass Culture

The interpretation of a text as a code of mass culture is presented in the article in two aspects: the analysis of the definition of the text in semiotic discourse actualized understanding of the text as a cultural code; the definition of the ontological significance of the text in terms of conceptualizations of mass culture phenomena and processes. It marks a semiotic construction of the text as a cultural code, in which it shows many-valued and multi-level understanding of the text. The text is defined as a basic concept characterizing the communicative potency of culture. It can detect the presence of universal and specific sign systems in creative and everyday practices of the person, including the context of mass culture. It marks functional aspects of the text as a communicative process and a communicative code. The popular culture is represented as meta-semiotic formation, where the text code has specific characteristics: absence of text originals, production and the existence of different modes of text at the same time, presence of the semantic aim of the text interpretation, which can be simulation or imitation of interpretation, a specific (illustrative) borrowing of classical texts. The binary opposition of understanding popular culture as text and context of contemporary Russian culture is specified.

Keywords: text, code, mass culture, elite culture, semiotics, subtext, context, communication, interpretation, imitation.

Коды культуры традиционно рассматриваются в гуманитарном знании в семиотическом аспекте как «ключ» к пониманию конкретного типа культуры и как совокупность знаков (символов), смыслов (и их комбинаций), которые заключены в любом предмете материальной и духовной деятельности человека.

В культурологии именно второе из вышеназванных значений кода культуры становится наиболее актуальным и востребованным, поскольку на первый план выдвигается содержание и понимание культурных текстов. Функционирование кода культуры возможно при условии его самодостаточности (для производства, трансляции и сохранения человеческой памяти), откры-

тости, универсальности. Именно благодаря этим характеристикам код культуры становится онтологическим основанием существования «диалога культур».

В семиотической парадигме код культуры, прежде всего, коррелирует с категорией «текст», поскольку семиотическая модель культуры ориентирована на понимание любого культурного объекта или процесса как системы знаков. Принимая во внимание, что восприятие текста обусловлено культурными стереотипами (национальными, идеологическими, гендерными и т. д.), текст становится кодом массовой культуры, которая, в свою очередь, ориентирована на моделирование и тиражирование стереотипов и шаблонов восприятия, поведения, бытования явлений и процессов культуры.

Рассмотрение текста как кода массовой культуры в данной статье предполагает наличие двух векторов.

Первый – анализ дефиниции «текст» в семиотическом дискурсе, предлагающем понимание текста как кода культуры.

Второй – определение онтологической значимости текста как кода в аспекте осмысления массовой культуры.

Кроме того, задачей статьи стало создание определенного «гlossария», в котором внимание сконцентрировано на осмыслении и интерпретации дефиниции «текст» в современных гуманитарных исследованиях.

Обратимся к *первому вектору*. Дефиниция «текст» как концептуальное основание изучения массовой культуры генетически связана с семиотическим подходом, выработанным в культурологии.

Несмотря на обширное поле семиотических исследований, верификация дефиниции «текст» представляется проблематичной. Изучение текста в общем плане (как семиотического дискурса культуры) и локально (как системы и коммуникативного кода) представлено в работах Р. Барта, К. Леви-Стросса, Ю. Лотмана, З. Минц, Г. Моймира, И. Паперного, Ч. Пирса, Г. Почепцова, Ф. де Соссюра, У. Эко и др. Однако анализ категории текста имеет различные интенции в литературоведении и искусствоведении (Р. Барт, Ю. Лотман, З. Минц, Г. Моймир, У. Эко), мифокритике (Р. Барт, К. Леви-Стросс), социологии культуры (П. Бурдьё, М. Мосс), языкознании и теории речевой коммуникации (Ж. Деррида, Ю. Степанов, Ф. де Соссюр, У. Эко). В рамках названных тенденций текст трактуется как арте-

факт (Г. Моймир) и как «генератор смыслов» (Ю. Лотман), содержащихся, в том числе, в невербальных источниках (М. Бахтин, Г. Крейдлин, Ю. Лотман).

Текст в семиотике культуры понимается как многосмысленное образование. Трансформация понятия «текст» определена в работах Ю. М. Лотмана, который выделял

– *первичное понимание текста*: «Подчеркивавшие его единую сигнальную природу, или нерасчленимое единство его функций в некоем культурном контексте, или какие-либо иные качества, имплицитно или эксплицитно подразумевали, что текст есть высказывание на каком-либо одном языке» [13, с. 129–132]

– и *семиотическое понимание текста*, принципиальным отличием которого становилась «двойная кодировка» сообщения: «для того чтобы данное сообщение могло быть определено как “текст”, оно должно быть как минимум дважды закодировано» [13, с. 129–132].

Следующий шаг – появление и интерпретация текстов «второго порядка», которые изначально были ориентированы на наличие подтекста и перекодировки: «Особый структурный смысл получали такие случаи, когда соединялись тексты на принципиально различных языках, например, словесная формула и ритуальный жест. Получающийся в результате текст второго порядка включал расположенные на одном иерархическом уровне подтексты на разных и взаимно не выводимых друг из друга языках. Возникновение текстов типа “ритуал”, “обряд”, “действие” приводило к совмещению принципиально различных типов семиозиса и – в результате – к возникновению сложных проблем перекодировки, эквивалентности, сдвигов в точках зрения, совмещения различных “голосов” в едином текстовом целом» [13, с. 129–132].

В дальнейшем трансформация текста приводит к появлению художественных текстов: «Многоголосый материал получает дополнительное единство, пересказываясь на языке данного искусства. Так, превращение ритуала в балет сопровождается переводом всех разноструктурных подтекстов на язык танца. Языком танца передаются жесты, действия, слова и крики и самые танцы, которые при этом семиотически “удваиваются”. Многоструктурность сохраняется, однако она как бы упакована в моноструктурную оболочку сообщения на языке данного искусства» [13, с. 129–132].

Текст становится базовым концептом, характеризующим коммуникативные потенции культуры, позволяющие выявить наличие универсальных и специфических знаковых систем в творческих и повседневных практиках личности, в том числе в контексте массовой культуры.

Массовая культура (как часть культуры) может быть рассмотрена как *метасемиотическое образование*, включающее не только тексты, но и метатексты («тексты о текстах» [11, с. 13]). Опираясь на методологическую базу семиотики, мы понимаем под текстом не только сообщение, но и «объекты культуры, несущие целостный смысловой комплекс» [14, с. 17], текст предстает как система, «генератор смыслов» [11, с. 189].

Семиотический анализ культуры актуализирует *функциональные аспекты текста*. Обозначим наиболее востребованные функции текста:

– *Коммуникативная функция*, которая изначально заложена в любом тексте, поскольку предполагает наличие адресата.

– *Смыслообразующая, «творческая» функция*. Она не только определяет значение той или иной информации, содержащейся в тексте, но и формирует текст в качестве «генератора смыслов» (Ю. Лотман). Творческая функция текста определяется также «приращением смысла» [11, с. 189], поскольку процесс понимания текста не только связан с необходимостью дешифровки (реконструкции кодов по тексту), но и предполагает овладение новым языком. Таким образом, смысл текста «подвергается в ходе культурного функционирования текста сложным переработкам и трансформациям» [11, с. 189], появляется новая концепция «содержания», «означающее “ищет” свое означаемое» [14, с. 8–9].

– *Функция манифестации языка*. Принимая во внимание, что текст «принципиально гетерогенен и гетероструктурен» [11, с. 190], текст в культуре претендует на создание «нового языка». Диалогичность текста, а также внесение «игровых» отношений между уровнями текста, текстом и автором, текстом и читателем способствует манифестации нескольких языков, созданию «полиглотизма».

– В числе значимых функций текста необходимо обозначить *функцию «восстановления памяти»*, обусловленную тем, что тексты образуют «свернутые мнемотические программы» [11, с. 190].

Ю. Лотман выделяет два подхода к взаимодействию понятий «текст» и «культура»: первый

подход предполагает рассмотрение культуры как совокупности текстов, и в таком случае функция выступает по отношению к текстам как метатекст; второй подход определяет культуру как совокупность функций, обозначая текст как производную от функции и предполагая, таким образом, исследование текста и функции как одноуровневых объектов. Функциональность (и полифункциональность) текста задана наличием инварианта текстов.

Таким образом, обоснованная Ю. Лотманом концепция семиотики культуры, определяющая принципы типологического изучения культуры как системы кодов, метаязыка культурных текстов, культуры и языка в целом, не только расширяет границы понятия текста, но и задает принципиально новый подход к осмыслению явлений культуры в аспекте семиотического механизма культуры.

Необходимо также разграничить понятия «*текст*» и «*знак*», учитывая сложившуюся научную традицию рассмотрения в контексте семиологии сходства этих дефиниций.

Основу нашего разграничения составляют, прежде всего, содержательные параметры. Понятие «знак» в современном гуманитарном знании представлено не только как изображение, обозначение чего-либо или единица языка, но и как феномен культуры, подразумевает, что «все явления культуры *суть* системы знаков» [18, с. 257]. При этом в научной сфере возникает дискуссия, которая условно может быть сведена к двум противоположным точкам зрения. Первая представлена, в частности, в теории Р. Барта, утверждавшего, что знак включает три типа отношений (символическое, парадигматическое и синтагматическое) [1, с. 246–247] и выбор одного типа отношения в качестве доминирующего предполагает определенную идеологию. Исходя из собственных научных предпочтений, Р. Барт определяет структурализм как переход от символического сознания к парадигматическому, подчеркивая «устаревание» слова *символ* и «терминологический сдвиг» в пользу знака.

Вторая точка зрения наиболее последовательно выражена в теории А. Лосева, для которого термины «знак» и «символ» являются «прямыми конкурентами» [10, с. 106], и в этом контексте знак становится «зародышем» символа, «неразвернутым символом».

Рассматривая текст как систему, мы определяем знак элементом этой системы. Создание нового текста как системы происходит за счет

изменения (или исчезновения) традиционного значения знака, то есть во многом благодаря трансформации знака в символ.

Процесс перехода знака в символ осуществляется вследствие нескольких процедур.

Во-первых, происходит наполнение знака новым содержанием (создание новой концепции знака). Эта процедура может быть обозначена как «обновление первичной системы выражения» [14, с. 7]. Смысл художественного произведения не сводится к определенной идее, он связан с процессом коммуникации (как «кодифицированной формой» коммуникации, так и «аффективным инструментом приобщения» [1, с. 248]), поэтому для нового символического знака важнее означаемое, а не означающее (происходит процесс «приращения смысла»). Тексту присуща множественность смыслов, о которой Р. Барт говорил как о множественности не просто допустимой, а «неустрашимой».

Во-вторых, трансформация знака происходит за счет создания «нового языка», который также вписан в бинарную систему «текст/знак» и формирует новый коммуникативный акт, меняя механизмы коммуникации: «слову-объекту стали намеренно приписывать множественные смыслы, умножая их до бесконечности и не останавливаясь ни на одном фиксированном означаемом» [1, с. 248].

Принципиальным становится также разграничение понятий «текст» и «произведение», предложенное Р. Бартом, анализирующим в первую очередь специфику постмодернистского текста. К специфическим чертам текста относятся парадоксальность; принципиальная «разомкнутость» («Произведение замкнуто, сводится к определенному означаемому. <...> В Тексте, напротив, означаемое бесконечно откладывается на будущее» [1, с. 416]); символичность («произведение, понятное, воспринятое и принятое во всей полноте своей символической природы, – это и есть текст» [1, с. 417]); присущая тексту «неустрашимая» (а не допустимая) множественность смыслов («всякий текст есть между-текст по отношению к какому-то другому тексту» [1, с. 418]).

Обращение к семиотической концепции культуры акцентирует внимание на коммуникативной функции текста, в котором информационное значение перестает быть доминирующим.

Коммуникативный акт, создателем и участником которого становится текст, включает сложный процесс кодирования и декодирования сообщения, поскольку, как отмечает Ю. Лотман,

коммуникативный акт представляет «перевод, перекодировку сообщения» [11, с. 64], где даже информация, передающаяся от адресата к адресанту, уже предполагает присвоение текста, то есть перевод на свой «язык».

Процесс перекодирования имеет онтологическое, моделирующее значение в культуре: «культура в своем внутреннем движении постоянно и целенаправленно умножает механизмы, затрудняющие процесс передачи сообщений» [11, с. 64].

Коммуникативность как важнейшее свойство культуры подчеркнута в концепции диалогичности текстов М. Бахтина. Определяя текст как «первичную данность (реальность)», исследователь отмечает, что «событие жизни текста, то есть его подлинная сущность, всегда развивается на рубеже двух сознаний, двух субъектов» [2, с. 285]. Соответственно, понимание текста диалогично и предполагает как минимум овладение определенной знаковой системой. Но текст, по мнению М. Бахтина, никогда не может быть «переведен до конца, ибо нет потенциального единого текста текстов» [2, с. 285]. Принципиальная непереводаемость текстов объясняется не просто диалогичностью, а полифоничностью культуры, в которой звучат «голоса иногда бесконечно далекие, безыменные, почти безличные <...>, почти неуловимые, и голоса близко, одновременно звучащие» [2, с. 303].

Для нас важным становится утверждение исследователя, что диалогичные (полифоничные) отношения, моделирующиеся в культуре, характерны для любого текста, ибо «слово хочет быть услышанным, понятым, ответным и снова отвечать на ответ, и так ad infinitum. Оно вступает в диалог, который не имеет смыслового конца» [2, с. 306].

Очевидно, что культурное пространство, создающееся текстами, предполагает принципиальную бесконечность диалога.

Бесконечность диалога определяется ориентированностью текстов (как и личности) «на Другого» (П. Рикер). Не останавливаясь подробно на онтологическом значении языковых конструкций, которые приводят к символизации языка и языковой личности, отметим лишь, что суть символической функции языковой личности, по П. Рикеру, заключается в ее двойственности: смысл символа отсылает к экзистенциальному опыту, а обращение к Другому сопровождается скрытыми коннотациями. Таким образом, акт высказывания всегда выходит за собственные

пределы, становится метафорой, поиском интерпретаций смыслов [16].

Понимание коммуникации как символической сферы встречаем и у М. Мосса, обозначившего распознавание направленности Другого на Меня, символизацию обмена, «о-значивание» любого проявления моего отношения к Другому [15].

Ю. Лотманом была предложена семиотическая схема коммуникативного акта, в которой продемонстрированы кодирующие и раскодирующие процедуры коммуникации.

Участники диалога (адресант и адресат) пользуются не одним общим, а «двумя различными, но в определенной степени пересекающимися кодами» [11, с. 64]. Структура текста усложняется, поскольку текст «обнаруживает свойства интеллектуального устройства: он не только передает вложенную в него извне информацию, но и трансформирует сообщения и вырабатывает новые» [11, с. 161].

Среди наиболее значимых вариантов процессов коммуникации обозначим следующие:

– *Первый процесс – общение между адресантом и адресатом.* Несмотря на символичность (и сознательную символизацию) текста, он изначально выполняет информационную функцию, связанную с содержательным аспектом текста.

– *Второй процесс коммуникации – функция общения между адресатом и культурной традицией.* В теории Ю. Лотмана данная функция текста осмыслена в аспекте «коллективной культурной памяти» [11, с. 161], где текст обнаруживает способность к пополнению и актуализации (или забыванию) аспектов вложенной в него информации.

– *Третий процесс – общение читателя с самим собой.* Исходя из каноничности текстов, Ю. Лотман обращает внимание на актуализацию определенных сторон личности адресата, где текст становится своего рода медиатором, способствующим «перестройке личности читателя, изменению ее структурной самоориентации и степени ее связи с метакультурными конструкциями» [11, с. 162].

– *Четвертым процессом является общение читателя с текстом:* текст становится «равноправным собеседником, обладающим высокой степенью автономности. И для автора (адресанта), и для читателя (адресата) он может выступать как самостоятельное интеллектуальное образование, играющее активную и независимую роль в диалоге» [11, с. 161]. Текст выходит за

рамки медиативной функции и может сам выступать в качестве адресанта.

– *Пятый процесс определен в теории Ю. Лотмана как общение между текстом и культурным контекстом,* то есть способность текста в новой коммуникативной ситуации актуализировать «скрытые аспекты своей кодирующей системы» [11, с. 161].

Таким образом, дефиниция «текст» является базовым кодом бытования, функционирования и интерпретации культуры.

Второй вектор осмысления текста – выявление семиотического кода массовой культуры.

Онтологическая значимость текста для изучения массовой культуры подчеркивается в работах современных исследователей.

Понимание текста как кода массовой культуры представлено в работах Н. И. Киященко, который обращает внимание на то, что массовая культура может быть рассмотрена как а) комплекс социокультурных ценностей, соответствующих уровню потребностей и вкусу массового потребителя, и б) *тексты художественной культуры,* ставшие доступными массовой аудитории при помощи технологий массового производства, медиатизации и т. д. [8].

Отличительной особенностью текстов популярной культуры является их практически одновременное продуцирование и существование в различных модусах, обусловленных многообразием типов медиации. Так, *текст может существовать* одновременно как роман, фильм, телесериал, комикс, его элементы входят в различные виды видеокультуры, в рекламу, что, в свою очередь, ведет к продуцированию новых текстов и т. д.

«Популярный вкус», по мнению Н. И. Киященко, не имеет ничего общего с представлениями об оригинальности и новизне явлений культуры, напротив, он ориентирован на внутреннюю устойчивость, «узнаваемость» моделей, на отклик «вечных» чувств, страхов и надежд в душе потребителя, на созвучность используемых ими архетипов и мифологем жизненным интересам каждого потенциального читателя/зрителя [8]. Поэтому в массовой культуре практически *утрачивается понятие текста-оригинала.* Это происходит прежде всего потому, что тексты-«оригиналы» массовой культуры не представляют собой «новаторских» или собственно «оригинальных» текстов, характерных для модернизма или «элитарного» искусства. Кроме того, текст, созданный на

основе «первичного» текста (являющегося репродукцией, симуляцией), текст в другом пространстве культуры вовсе не стремится точно воспроизводить «смысл» и даже структуру текста-оригинала, а скорее, берет из него нарративные структуры, которые наиболее подходят для его собственных производящих механизмов. Таким образом, тексты массовой культуры становятся хранилищем потенциальных значений, которые могут меняться в зависимости от их прочтения той или иной группой.

Другой важной особенностью *текстов массовой культуры* является то, что они должны отвечать одновременно вкусам наибольшего числа потребителей, чтобы войти в популярную культуру и иметь коммерческий успех. Таким образом, по мнению Н. И. Киященко, среда потребления продуктов и текстов массовой культуры является весьма разнородной, и для обеспечения успеха эти *тексты должны быть полисемантичны*, дабы соответствовать вкусам и потребностям различных групп и индивидов, придающих им разные смыслы, а также быть релевантными для непосредственного бытия этих групп и индивидов [8].

Е. Кожемякин выделяет бинарные оппозиции анализа текстов массовой культуры: «элитарное»/«массовое» и «уникальное» («творческое»)/«массовое» («шаблонное») [9].

Первая дихотомия «элитарное»/«массовое» вполне традиционна для культурологических теорий и имеет определенное социально-экономическое основание, в соответствии с которым «элитарное» мыслится как принадлежащее к привилегированным социальным группам, разделяющим особую, герметичную систему вкусов, норм и традиций, а «массовое» – как свойственное широким, недифференцированным слоям общественности с «усредненными» вкусами, нормами и традициями.

Вторая дихотомия основана на идее о ценности культурного текста, которая тем выше, чем более «авторским», неповторимым является произведение, и тем ниже, чем более клишированным и серийным оно представляется. Очевидно, эта идея носит оценочный характер и предполагает обращение к личному эстетическому опыту и принятым в конкретном сообществе образцам «высокого искусства» [9].

В дискурсе взаимодействия элитарной и массовой культуры обращается к текстам Т. С. Злотникова, акцентируя внимание на ими-

тационным характере текстов массовой культуры: «Мотивы, коды, мифологемы, пришедшие из русской классики, в масскультовском тексте <...> учитывают опыт и неопытность читателей, части которых автор словно подмигивает: ”Вот мы какие с вами элитарные”, думаем и шутим, печалимся и восхищаемся по одним и тем же поводам» [7, с. 204].

У. Эко, предлагая рассматривать массовую культуру в контексте семиотического подхода, определяет ее не столько как систему знаков, сколько как среду, в которой функционирует «нечто как знак». Он отмечает, что «семиологов в меньшей степени интересуют проблемы сосуществования массового и немассового, эстетической оценки явлений массовой культуры, а скорее – устройство самого коммуникативного поля, в котором нечто функционирует и распознается как текст массовой культуры. Иными словами, массовая культура трактуется здесь как коммуникационная система, условием возможности которой выступают знаковые системы. Это основание позволяет рассматривать тексты массовой культуры не как комплексы уже устоявшихся знаков, при изучении которых исследователю необходимо обнаружить явные и неявные значения закрепленными за ними «объективно», а как процесс семиозиса, в ходе которого реципиент обнаруживает в некоторых объектах знаковые функции и интерпретирует их в соответствии с определенной системой правил – кодом, принятым в системе массовой культуры. С этим связана семиотическая установка на описание правил, по которым объекты массовой культуры интерпретируются широкой аудиторией» [17].

С. Зенкин, определяя массовую культуру как специфическую субкультуру, отмечает, что массовая культура обостряет момент игры в тексте: с позиций другого способа кодирования текст приобретает черты повышенной условности, подчеркивается его игровой характер (иронический, пародийный, театрализованный и т. д. смысл). Одновременно подчеркивается роль границ текста, как внешних, отделяющих его от вне-текста, так и внутренних, разделяющих участки различной кодированности [6].

Игровые дискурсы текстов как кодов массовой культуры представлены в исследованиях Д. Ю. Густяковой, которая, обращаясь к современным постановкам классической оперы, акцентирует внимание на полилингвизме массовой культуры и прямолинейности иллюстративных приемов, «которые позволяют перевести класси-

ческий текст русской художественной культуры на *более понятный универсальный код*» (курсив мой. – Т. Е.) [4, с. 259].

Кроме рассмотренных выше особенностей текста как кода массовой культуры, исследователи отмечают специфику ее *подтекста и контекста*.

Так, И. Дацкевич пишет о *подтексте произведений массовой культуры*, отмечая, впрочем, что подтекст текстов массовой культуры всегда прозрачен: «Идеальный герой боевика или приключенческого фильма – это одновременно и сам зритель, и “духовный наставник” зрителя» [5]. Подтекст иллюзорен, он создается искусственно, подобно тому как симулируется особая интимность, своего рода «подмигивание», выявленное выше: «массовая культура также симулирует и интимный контакт с человеком. Интимные проблемы активно обсуждаются в передачах, в том числе и в тех, что представляют собой некое шоу, интимные проблемы становятся основой сериалов и фильмов, целевой аудиторией которых являются подростки (молодежные сериалы, молодежные комедии), снимаются специальные подростковые телешоу, снимаются порнофильмы, эротика вкрапляется во многие фильмы, сюжетная основа которых любовь, а также подтекстуально присутствует во многих рекламных роликах и на рекламных плакатах. Везде есть симуляция интима, но нет настоящей сакральной интимности» [5]. Подтекст не предполагает психологизма или появления дополнительных, неявных смысловых коннотаций, напротив, подтекст имитирует глубину и сложность смысла, позволяя, таким образом, актуализировать «элитарное» в «массовом».

Особую роль в текстовом дискурсе массовой культуры занимает *дефиниция контекста*, которая может быть рассмотрена как минимум в двух ракурсах:

- тексты культуры, которые становятся контекстом формирования массовой культуры;
- массовая культура, выступающая в качестве контекста, формирующего тексты культуры.

В современных исследованиях наиболее часто встречается вторая трактовка контекста, в которой массовая культура определяется в качестве доминирующего текста, моделирующего последующие тексты культуры.

Подобной точки зрения придерживается, в частности, П. Бычков: «Массовая культура – это не столько культурные тексты, сколько доминирующий компонент современной культуры» [3].

В основе противопоставления массовой культуры текстам находится, по мнению исследователя, переход от *текстовой культуры к культуре экранной*.

«Последствием перехода *от текстовой культуры к экранной стала трансформация абстрактного мышления*, то есть логичного и связного, в оперировании дискретными стереотипными понятиями, символами, которые с трудом обеспечивают целостность хаотичным мозаичным образам. К примеру, если за восприятием текста литературного произведения стоят абстрактные понятия, которые невидимы глазу, как например, художественные значения и смыслы, то звуковые и зрительные образы, предлагаемые экранной культурой, самодостаточны и не нуждаются в дополнительном декодировании, их значение скрыты в них самих. *Образцы и нормы человеческого поведения*, межличностной коммуникации, деятельности и взаимодействия людей с различными компонентами окружающей социокультурной действительности создаются самими людьми. Это становится возможным благодаря процессу коммуникации, *в форме создания и интерпретации текстов – в данной текстовой деятельности. Текст, понимаемый как единица коммуникации*, представляет собой иерархическую структуру коммуникативно-познавательных программ, закладываемых в индивидуальное сознание посредством общей концепции или замысла (коммуникативной интенции) общества, социальной группы или общности, а текстовая деятельность становится ключевым механизмом социокультурного регулирования, обеспечивающего (через включение в диалог «субъектности», то есть сознания и интеллекта, воли и эмоций, а также интенции субъекта общения) возможность обмена между людьми самой деятельностью и ее продуктами» [3].

Таким образом, можно утверждать, что в культурологическом знании сложились определенные традиции осмысления текста как кода массовой культуры. Опираясь на семиотические конструкции текста как кода культуры, в которых выделяется многосмысленное и многоуровневое понимание текста, определение коммуникативных функций текста как коммуникативного процесса и коммуникативного кода, современные исследователи акцентируют внимание на осмыслении массовой культуры как текста и текста как кода массовой культуры. К специфическим характеристикам «текста-кода» массовой культуры относятся отсутствие текстов-

оригиналов, одновременное продуцирование и существование текста в различных модусах, наличие семантической установки на интерпретацию текста, которая оказывается симуляцией или имитацией интерпретации, специфическое (иллюстративное) заимствование классических текстов, а также наличие бинарной оппозиции осмысления массовой культуры как текста и контекста современной отечественной культуры.

Библиографический список

1. Барт, Р. Избранные работы: Семиотика. Поэтика [Текст] / Р. Барт. – М.: Изд. группа «Прогресс», «Универс», 1994. – 616 с.

2. Бахтин, М. М. Эстетика словесного творчества [Текст] / М. М. Бахтин. – М.: Искусство, 1979. – 424 с.

3. Бычков, П. Г. Социально-интеграционный потенциал массовой культуры постиндустриального общества [Текст] / П. Г. Бычков // Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата культурологии : спец. 24.00.01 «Теория и история культуры». – СПб., 2014. – 25 с.

4. Густякова, Д. Ю. Письмо как текст и «письмо» как деятельность: Татьяна и Онегин в современных постановках классической оперы [Текст] / Д. Ю. Густякова // Филология и культура. Philology And Culture. – 2014. – № 4 (38). – С. 255–260.

5. Дацкевич, И. Феномен массовой культуры [Электронный ресурс] / И. Дацкевич. – Режим доступа: <http://polutona.ru/books/datskevich-fenomen-p1.pdf>

6. Зенкин, С. Массовая культура – материал для художественного творчества: к проблеме текста в тексте [Электронный ресурс] / С. Зенкин. – Режим доступа: <http://viperson.ru/wind.php?ID=597536&soch=1>

7. Злотникова, Т. С. Имитация «документального» и симуляция «художественного» в современной массовой культуре [Текст] / Т. С. Злотникова // Филология и культура. Philology And Culture. – 2014. – № 3 (37). – С. 201–206.

8. Киященко, Н. И. Современные концепции эстетического воспитания [Электронный ресурс] / Н. И. Киященко. – Режим доступа: http://sbiblio.com/BIBLIO/archive/kijashenko_sovremennie/02.aspx

9. Кожемякин, Е. Семиозис массовой культуры: общая модель и частные дескрипции [Электронный ресурс] / Е. Кожемякин //

Современный дискурс-анализ. Семиозис в массовой культуре – Электронный журнал. – 2013. – Выпуск 7. – Режим доступа: www.discourseanalysis.org.ili.

10. Лосев, А. Ф. Проблема символа и реалистическое искусство [Текст] / А. Ф. Лосев. – М.: Искусство, 1995. – 320 с.

11. Лотман, Ю. М. История и типология русской культуры [Текст] / Ю. М. Лотман. – СПб.: Искусство-СПб, 2002. – 768 с.

12. Лотман, Ю. М. Семиосфера [Текст] / Ю. М. Лотман. – СПб.: Искусство-СПб, 2000. – 704 с.

13. Лотман, Ю. М. Семиотика культуры и понятие текста [Текст] / Ю. М. Лотман // Избранные статьи : в 3-х тт. Т. 1. – Таллинн: Александрия, 1992. – С. 129–132.

14. Моймир, Г. Знакотворчество: Семиотика русского авангарда [Текст] / Г. Моймир. – СПб.: Академический проект, Изд-во ДНК, 2007. – 519 с.

15. Мосс, М. Общества. Обмен. Личность: труды по социальной антропологии [Текст] / М. Мосс. – М.: ИФ «Восточной литературы» РАН, 1996. – 359 с.

16. Рикер, П. Я-сам как другой [Текст] / П. Я. Рикер. – М.: Изд-во гуманитарной литературы, 2008. – 419 с.

17. Эко, У. Инновация и повторение. Между эстетикой модерна и постмодерна [Электронный ресурс] / У. Эко. – Режим доступа: http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Culture/Eko/Inn_Povt.php

18. Эко, У. Отсутствующая структура. Введение в семиологию [Текст] / У. Эко. – СПб.: Симпозиум, 2006. – 544 с.

Bibliograficheskij spisok

1. Bart, R. Izbrannye raboty: Semiotika. Pojetika [Tekst] / R. Bart. – M.: Izd. gruppya «Progress», «Univers», 1994. – 616 s.

2. Bahtin, M. M. Jestetika slovesnogo tvorchestva [Tekst] / M. M. Bahtin. – M.: Iskusstvo, 1979. – 424 s.

3. Bychkov, P. G. Social'no-integracionnyj potencial massovoj kul'tury postindustrial'nogo obshhestva [Tekst] / P. G. Bychkov // Avtoreferat dissertacii na soiskanie uchenoj stepeni kandidata kul'turologii : spec. 24.00.01 «Teorija i istorija kul'tury». – SPb., 2014. – 25 s.

4. Gustjakova, D. Ju. Pis'mo kak tekst i «pis'mo» kak dejatel'nost': Tat'jana i Onegin v sovremennyh postanovkah klassicheskoj opery [Tekst] /

Т. И. Ерохина

- D. Ju. Gustjakova // Filologija i kul'tura. Philology And Culture. – 2014. – № 4 (38). – S. 255–260.
5. Dackevich, I. Fenomen massovoj kul'tury [Jelektronnyj resurs] / I. Dackevich. – Rezhim dostupa: <http://polutona.ru/books/datskevich-fenomen-p1.pdf>
6. Zenkin, S. Massovaja kul'tura – material dlja hudozhestvennogo tvorcestva: k probleme teksta v tekste [Jelektronnyj resurs] / S. Zenkin. – Rezhim dostupa: <http://viperson.ru/wind.php?ID=597536&soch=1>
7. Zlotnikova, T. S. Imitacija «dokumental'nogo» i simuljacija «hudozhestvennogo» v sovremennoj massovoj kul'ture [Tekst] / T. S. Zlotnikova // Filologija i kul'tura. Philology And Culture. – 2014. – № 3 (37). – S. 201–206.
8. Kijashhenko, N. I. Sovremennye koncepcii jesteticheskogo vospitanija [Jelektronnyj resurs] / N. I. Kijashhenko. – Rezhim dostupa: http://sbiblio.com/BIBLIO/archive/kijashenko_sovremennie/02.aspx
9. Kozhemjakin, E. Semiozis massovoj kul'tury: obshhaja model' i chastnye deskripcii [Jelektronnyj resurs] / E. Kozhemjakin // Sovremennyj diskurs-analiz. Semiozis v massovoj kul'ture – Jelektronnyj zhurnal. – 2013. – Vypusk 7. – Rezhim dostupa: www.discourseanalysis.org.ili.
10. Losev, A. F. Problema simvola i realisticheskoe iskusstvo [Tekst] / A. F. Losev. – M.: Iskusstvo, 1995. – 320 s.
11. Lotman, Ju. M. Istorija i tipologija ruskoj kul'tury [Tekst] / Ju. M. Lotman. – SPb.: Iskusstvo-SPB, 2002. – 768 s.
12. Lotman, Ju. M. Semiosfera [Tekst] / Ju. M. Lotman. – SPb.: Iskusstvo-SPB, 2000. – 704 s.
13. Lotman, Ju. M. Semiotika kul'tury i ponjatie teksta [Tekst] / Ju. M. Lotman // Izbrannye stat'i : v 3-h tt. T. 1. – Tallinn: Aleksandrija, 1992. – S. 129–132.
14. Mojmir, G. Znakotvorcestvo: Semiotika russkogo avangarda [Tekst] / G. Mojmir. – SPb.: Akademicheskij proekt, Izd-vo DNK, 2007. – 519 s.
15. Moss, M. Obshhestva. Obmen. Lichnost': trudy po social'noj antropologii [Tekst] / M. Moss. – M.: IF «Vostochnoj literatury» RAN, 1996. – 359 s.
16. Riker, P. Ja-sam kak drugoj [Tekst] / P. Ja. Riker. – M.: Izd-vo gumanitarnej literatury, 2008. – 419 s.
17. Jeko, U. Innovacija i povtorenie. Mezhdju jestetikoj moderna i postmoderna [Jelektronnyj resurs] / U. Jeko. – Rezhim dostupa: http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Culture/Eko/Inn_Povt.php
18. Jeko, U. Otsutstvujushhaja struktura. Vvedenie v semiologiju [Tekst] / U. Jeko. – SPb.: Simpozium, 2006. – 544 s.