

---

## ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ИЗУЧЕНИЯ КУЛЬТУРНЫХ ПРОЦЕССОВ

---

УДК 008:001.8

**Т. С. Злотникова, Л. П. Киященко**

### **Диалог о методологии социокультурного исследования массовой культуры в России**

(Выполнено по гранту РФФИ 14-18-01833)

Статья является своего рода рубежом в исследовании российского дискурса массовой культуры. Она написана по проекту Российского научного фонда (тема проекта «Текст и контекст массовой культуры: российский дискурс»). В статье использованы данные, полученные на предшествующем этапе работы по гранту, прежде всего – опыт изучения кодов массовой культуры: текст, контекст, миф, имидж, образование, рубеж. В статье обозначена также необходимость социокультурного исследования и проведенного параллельно с ним интервьюирования с ведущими представителями отечественной культуры и рядовыми жителями страны. Основная задача диалога, проведенного руководителем и одним из участников проекта, заключается в выявлении новых методологических оснований социокультурного исследования массовой культуры. Использовано предложенное социологом Ж. Тощенко понятие «кентавр-проблема», в связи с чем обозначена двойственная природа массовой культуры – агрессивной и умиротворяющей, доступной и таинственной. Обоснована необходимость изучения массовой культуры без предубеждения и упрощенчества, с применением многоаспектного анализа, с учетом синергического эффекта ее воздействия и сложных личных и социальных оппозиций.

Ключевые слова: массовая культура, Россия, социокультурное исследование, методология, личность, элита, кентавр, оппозиция, критика, примитив, синергия, код.

---

## THEORETICAL ASPECTS TO STUDY CULTURAL PROCESSES

---

**T. S. Zlotnikova, L. P. Kiyashchenko**

### **Dialogue about Methodology of Sociocultural Research of Mass Culture in Russia**

The article is a milestone in the research of Russian discourse of popular culture. It was written due to the Russian science Foundation (a project title «Text and Context of Popular Culture: the Russian Discourse»). This article uses data obtained at the previous stage of work under the grant, primarily the experience of studying codes of mass culture: text, context, myth, image, education, border. The article also indicated the need in the socio-cultural research and in parallel with it conducted interviewing with leading representatives of the Russian culture and ordinary citizens of the country. The main task of the dialogue, done by the chief and one of the participants of the project, is to identify new methodological foundations of social and cultural studies of mass culture. The concept «a centaur – a problem» was used, which was proposed by sociologist J. Toshchenko, and it indicated the dual nature of popular culture – aggressive and peaceful, accessible and mysterious. Here is indicated the need to examine popular culture without prejudice and simplicity, with the use of the multidimensional analysis, taking into account the synergetic effect of its impact and complex personal and social oppositions.

Keywords: popular culture, Russia, a socio-cultural research, methodology, a person, elite, a centaur, opposition, criticism, primitive, synergy, code.

#### **Предварительные замечания**

Изучение процессов, характерных для массовой культуры в ее специфическом, российском, воплощении, проводимое авторским коллективом ЯГПУ им. К. Д. Ушинского в рамках гранта Российского научного фонда (тема гранта «Текст и контекст массовой культуры: российский дискурс») вышло на очередной уровень. Отметим, что авторская идея коллектива исследователей,

положенная как в основание изучения проблемы в целом, так и в основание проведенного в 2015 г. эмпирического социокультурного исследования, базируется на представлении о противоречивости/парадоксальности массовой культуры, сочетающей интенции агрессии и конформности, дидактичности и гедонистичности, решительной унификации личностного начала и робких попыток индивидуализации творческих опытов. Учи-

тывается то, что массовая культура как феномен российской действительности, связанной, помимо прочего, с глобализационными процессами, почти не изучалась прежде и не изучается ныне, становясь предметом либо апологетики (особенно в условиях рыночной экономики), либо отрицания (в условиях идеологического и нравственного противостояния социально-демографических групп).

В настоящее время, после установления основных кодов массовой культуры, включая не только универсальные, но и специфические<sup>1</sup>, и выявления значительного корпуса эмпирического материала, который уже подвергся детальному анализу<sup>2</sup>, наступил черед эмпирического социокультурного исследования, которое проведено в течение весны 2015 г. (некоторые его особенности назовем ниже). Параллельно с социокультурным опросом и интервьюированием участники проекта углубились в детализацию методологических подходов к изучению массовой культуры. Диалог, представленный ниже, не является столкновением разных позиций, авторы сознают взаимодополняющий характер своих суждений. Тем не менее, именно диалог позволяет представить более объемно, чем традиционный научный нарратив, те грани, тот подчас противоречивый круг проблем, которые выявляются и актуализируются в ходе теоретических и эмпирических исследований отечественного опыта массовой культуры.

Прежде чем привести собственно диалог, имеющий методологический характер, кратко обозначим две позиции: 1) особенности эмпирического исследования, обобщение результатов которого должно последовать за данной публикацией; 2) новый методологический поворот, который прежде еще не был применен в нашем исследовании.

Итак, *особенности эмпирического исследования*, результаты которого будут опубликованы чуть позднее, определяются необходимостью (а) презентации опыта разработки анкеты и вопросов для интервьюирования жителей России, имеющих сложившиеся ранее социокультурные установки и при этом обдумывающих новое понимание влиятельного культурного явления – массовой культуры – по мере ответов на заданные вопросы (среди которых затронуты проблемы отношения к современным информационным технологиям, понимание категорий «имидж» и «элиты» в применении к личному опыту, жизненных приоритетов и эстетических феноменов, актуализация вечных моральных и художественных ценностей). При этом собственно понятие «массовая

культура» в анкете принципиально не обсуждается, в силу чего выявляются имплицитно присутствующие в массовом сознании представления, страсти, реакции, которые, собственно, спонтанно и естественно наводят на смысл этого понятия. Последнее, по большому счету, и определяет ход самого исследования.

(б) Сопоставлением представлений, характерных для массового сознания и для индивидуального сознания репрезентативных персон современной отечественной культуры, обусловлено обобщение и систематизация материалов аналитической работы по эмпирическому изучению массового и индивидуального восприятия массовой культуры как несомненно сложившейся среды жизни человека в России.

Сегодня мы можем констатировать, что получены количественные итоги и проделан контент-анализ социокультурного анкетирования (N=200), проведенного в городах России: Ярославле, Вологде, Новосибирске, Екатеринбурге, Самаре, Ульяновске, а также через интернет. Социально-демографические (в том числе гендерные) и социально-профессиональные характеристики выборки соответствуют особенностям культурной среды региональных центров, расположенных в разных частях России, и в значительной степени отражают духовно-нравственные и культурные проблемы жизни современной российской провинции. Особое внимание уделено привлечению к опросу представителей среднего и старшего поколений, а priori негативно относящимся к массовой культуре. Подсчеты произведены «вручную», с учетом множества индивидуальных нюансов, характерных для заполнения анкет (почерк, пунктуация, грамматические особенности, «дыхание жизни»). Материалы интервьюирования охватили 10 персон: 6 ведущих деятелей отечественного искусства (директора 2 театров федерального подчинения (Ярославского им. Ф. Волкова и Новосибирского оперного) и художественный руководитель провинциального молодежного театра в Вологде – Ю. К. Итин, Б. М. Мездрич, Б. А. Гранатов; ректоры 2 театральных вузов, являющиеся в то же время активно работающими артистами (Школы студии МХАТ и Ярославского театрального), – И. Я. Золотовицкий, С. Ф. Куценко; кинорежиссер и продюсер Н. С. Михалков) и 4 «рядовых» жителей России (воспитатель детского сада, врач-стоматолог, пенсионер, специалист PR).

Кроме того, *новый методологический поворот* (социокультурное исследование) проблемы массовой культуры в России осуществился на фоне уже

актуализированной ранее социокультурной, культурологической и социопсихологической традиции понимания массовой культуры и ее зеркальных рефлексов в отношении массового сознания (европейский вектор – Г. Лебон, Ф. Ницше, Г. Честертон, З. Фрейд, К.-Г. Юнг, Р. Барт, российский вектор – Н. Бердяев, В. Розанов, В. Вейдле, современные теоретики – П. Гуревич, Л. Ионин, К. Разлогов, А. Костина, Е. Шапинская etc.). Поиск новых подходов является неизбежным в случае изучения сложных, противоречивых и продолжающих непрогнозируемо развиваться явлений, каким, несомненно, следует считать массовую культуру в ее российском дискурсе, представленном в данном проекте через неоднозначную динамику отношений текста и контекста. Последняя порождает множество неожиданных конфигураций, которые поражают необычностью по сравнению с традиционными культурными ценностями.

В силу малой изученности (применительно к России) конкретных явлений, персональных проявлений творцов и представителей публики в качестве важного механизма понимания и анализа текста и контекста массовой культуры в России авторы привлекают предложенную Ж. Т. Тощенко теорию кентавр-проблемы, представленную в ряде отдельных публикаций и монографии<sup>3</sup>. Важным для нашего социокультурного исследования массовой культуры стало обращение к следующему тезису ученого: «Среди нового видения проблем общественного развития следует особо остановиться на феномене кентавр-проблем, которые заняли значительное место как в официальной политике, так и в реальной жизни современного российского общества». Кентавр-проблема «позволяет объединить (охватить) единым понятием разнообразный класс процессов и явлений, встречающихся как в познавательной, так и в преобразующейся деятельности человека<sup>4</sup>. В силу направленности нашего исследования продуктивной становится опора на мысль ученого о том, что «кентавр-проблемы проявляют себя в самом разнообразном обличье, то есть назрела необходимость рассмотреть их в виде кентавр-идей, кентавр-явлений, кентавр-процессов, кентавр-образов, кентавр-личностей»<sup>5</sup>. Двойственность и противоречивость указанных явлений, можно сказать, «прошивают» все исследовательское поле проекта, выстраивая свои иерархии, расставляя акценты и приоритеты.

Опираясь на данную теорию, с одной стороны, и на результаты социокультурного опроса и ин-

тервьюирования, с другой – мы предлагаем рассматривать контекст российской массовой культуры как кентавр-явление, в составе которого очевидны своего рода персональные модули – кентавр-личности со своими персональными текстами (дискурсами). С названной идеей кентавр-проблемы отчетливо корреспондируют и ставшие ключевыми в анкетировании и интервьюировании коды массовой культуры, выраженные в характерном для нее языке: имидж (соотносимый с причисляемым ученым к псевдокультуре гламуром), игра (соотносимая с адресуемыми «аудитории потребления» шоу), миф (в соотношении с тем, как ученый видит в мифотворчестве «метод действия превращенных форм культуры»).

Ниже переходим собственно к **диалогу**, в котором актуализированы философские, культурологические, социологические детерминанты социокультурного исследования, направленного на эмпирическое выявление и обобщение российского дискурса массовой культуры.

#### Диалог

*Л. К.* ...Когда мы обсуждаем дополнительность к статистически обработанным материалам качественных (адаптационных) сюжетов, очень важно осознанно говорить об оппозициях, о сопоставлениях, о конфликтах – как важном эвристически продуктивном моменте. Важном и для методологии исследования, и для понимания предмета исследования. Это, действительно, очень важно, потому что в этом месте – точке конфликта, – я употребляю слово «интервал», то есть, когда одна позиция отличается от другой и между ними образуется пространство возникновения смысла.

Так вот: когда мы фиксируем некую точку напряжения, то предполагаем, помимо общих принципов исследования, некую конкретику, которая может быть выражена в некоторых единицах измерения, они измеряют (извините за повтор) качественное своеобразие интерпретации, предмета, состояния, деятельности. То есть эта качественная составляющая нуждается в определенной репрезентанте, если угодно, визуальном образе, который может дать единицу измерения – меру происходящему. Как например, «человекомерность», «человекоразмерность» того или иного явления, поступка, события в культурологическом поле исследования.

То, что возникает посередине, выделенными оппозициями: статистическими данными обработанных анкет и их толкованиями в тексте интерпретатора, имеет непосредственное отношение к

контексту, в котором исследование разворачивается. Это среда инициации, которая порождает спонтанности, обуславливающие особый привкус, тон, стиль всей вообще гуманитарной проблематике. Именно там человек, изучающий проблему, или те люди, которые вступают в конфликт, могут сказать больше того, что он (они) говорил раньше. И переступить через то, что уже тускло и нудно повторяется (а иногда мы повторяем что-то, например, когда читаем лекции студентам, нам нужно отрабатывать то, что уже было ранее установлено), – это важно. Когда мы говорим об исследовательской работе, здесь как раз и возникает эта ситуация порождающего начала, которое в оппозиции может быть проявлено, так же как и в бинаризме, и указать собственно на точку порождения.

Так, книга Ж. Т. Тощенко о кентавристике перекликается с тем, о чем я только что сказала. В ситуациях порождающего начала есть нечто новое, оно работает, функционирует, речь идет о вновь образованных понятиях, которые имеют характер кентавра, сочетают несочетаемое, причем его основу предлагает интерпретатор. Смысл – в этом сопряжении. Эти гибриды работают так, что не только указывают на некую вещь, но имеют еще и функциональную принадлежность к тому или иному средству понимания. Важно изучить с помощью этого понятия, имеющего такое странное сочетание; мысль направлена на прояснение того, что мы подсматриваем, угадываем, что неявно, имплицитно, контекстно обозначается, а вот именно эти гибриды фокусируют внимание на этом самом новом.

В материале, который уже есть в нашем исследовании массовой культуры, отчасти намечается оппозиционность: элитарность VIP, которая вами обозначена, и той массовой культуры, которая воплощается в застигнутом врасплох ее представителе (участвующем в опросе), а он активизирует свои способности, если они у него есть, а они, скорее всего, есть. Потому что вопросы, которые вы задаете в анкете, интересные, – они останавливают взгляд и внимание. Это самое главное достоинство анкет: человек готов на них отвечать, а вопросы генерируют в нем этот импульс мыслить, он просыпается от повседневной монотонности...

Т. З. Иногда они раздражают, но это тоже очень важно...

Л. К. ...Так или иначе. Эта инициатива может иметь разные конкретные мотивы, но все они действуют. Важно, что в анкетах предполагается инициация мотивации себя выговорить. В любом случае, анкета явно неформальна.

Т. З. Обычно, когда люди заполняют анкету, если их что-то заинтересовало, а у нас последним, двадцатым вопросом идет упоминание о любимом мультфильме, – реагируют очень живо. Казалось бы, взрослые люди, при чем здесь мультфильмы? Но оказывается, что в рамках массовой культуры упоминаются лучшие из существующих мультфильмов, в основном советские, российские, никакие не «Том и Джерри», даже молодежь чаще всего говорит, скажем, о «Винни Пухе», а старшее поколение – тем более называет отечественную классику. Спрашиваем о политических деятелях, о восприятии современных культурных реалий, и вдруг последний вопрос – казалось бы, наивный, но, в то же время, провокативный: всего-навсего про мультфильмы. Респонденты расслабляются и откровенничают. Это действует замечательно. Здесь есть те самые *кентавры*, о которых вы сказали. Один *кентавр* – это люди, участвующие в опросе, так сказать *масса* (анонимные респонденты, ответы которых подвергаются количественной обработке и последующему контент-анализу) и *VIP*, руководители в сфере культуры, в частности театрального искусства, образования (в культуре же). Другой *кентавр* – это, с одной стороны, *предубеждения*, или, скажем, сложившиеся представления, с которыми люди начинают заполнять анкеты, с другой же стороны, *неожиданные повороты* их же собственной мысли при взгляде на массовую культуру, возникшие при взгляде на массовую культуру на основе тех вопросов, которые мы предложили. То есть, по сути дела, в качестве кентавра выступают не масса и элита, не массовая культура и элитарная; *сама массовая культура выступает в качестве кентавра*. В связи с этим напомним не слишком известное, но весьма значимое суждение Ю. М. Лотмана: «...мир текстов, лежащих вне господствующих литературных форм, не хаотичен, и организация его определенным образом соотносена с общей структурой культуры эпохи. Таким образом, хотя высокая литература не признает массовую, они составляют в определенном отношении единое целое»<sup>6</sup>.

Л. К. И это единство текста и контекста (общей структуры культуры эпохи) принимает вид кентавр-проблемы, сочетает несочетаемое, в различных конфигурациях, но, главное, в позитивном ее решении и внимании к конкретным дискурсам массовой культуры.

Т. З. Я считаю, что именно такое понимание будет нашим, если угодно, открытием. Потому что чаще всего, тем более, у нас в стране, в рамках традиционно идеологизированного подхода, мас-

совая культура рассматривалась с негативными коннотациями. Сегодня становится понятно, что она настолько многообразна...

*Л. К.* ...Она всеядна, она оперативно мимикрирует, подстраивается согласно происходящим изменениям. Массовая культура прямой и непосредственный свидетель и судья текущих событий в нашем отечестве.

*Т. З.* ...Массовая культура, о чем у нас, в России, еще вовсе не говорят, хотя это уже становится вполне явным, к тому еще и соразмерна человеку. Потому что элитарная культура предлагает то, что обычным людям может быть непонятно, а это их, в свою очередь, обижает, заставляет недоумевать. А массовая культура учитывает психологические возможности обычного человека, да и не совсем обычного, но не желающего особо напрягаться в той или иной жизненной ситуации, – возможности восприятия предлагаемого «культурного продукта». И тут возникает особый вопрос: позволят ли себе люди, ставящие себя выше других, «опуститься» в лоно массовой культуры или так и будут с верхней точки, расположенной в «башне из слоновой кости», поглядывать вниз и говорить: «Вы все – убожества, а я один – особый». То есть, кентаврские черты находятся внутри самой массовой культуры.

*Л. К.* Это и есть как раз то, что можно будет вычленил при определенном взгляде, исследовательской точке, когда мы замечаем все то, что потом, как это ни парадоксально, подпитывает собою элитарную культуру.

*Т. З.* Конечно! Мало того, есть еще один, не всеми рефлексруемый момент. Некоторые произведения создаются а priori как элитарные, для меня один из самых ярких таких примеров – это «Мастер и Маргарита» М. А. Булгакова. Казалось бы, мало кто мог понять разнообразные аллюзии, «прочитать» намеки, касавшиеся писательского быта, и вообще не должно было быть аудитории, поскольку произведение находилось под запретом. И вдруг, будучи выпущенным на широкую аудиторию, оно превращается в бестселлер – этаким роман от Ильфа и Петрова № 2. Растаскивается на цитаты, все знают и узнают, помнят Бегемота с его 40 каплями валерианы. И оказывается, что произведение, задуманное и родившееся как элитарное, предназначавшееся для этой, особой сферы, немислимым образом погружается в пучину массового восприятия. Оно от этого хуже не становится. Или – из более отдаленной эпохи. У нас почему-то это не слишком широко известно и обсуждается, но до 1830 г. Пушкин был поистине массовым ав-

тором. Были хорошие тиражи и вполне приличные литературные заработки, он был известен публике и любим ею. После женитьбы он испытывает двойной стресс: от него отворачиваются или начинают по его поводу «скорбеть», иронизировать дамы-покровительницы, недовольные его выбором и самим фактом женитьбы; и – он перестает быть народным любимцем. Неизвестно, что страшнее. Тут он и начинает испытывать затяжной стресс, чуть ли не впадает в депрессию, в результате – дуэль со смертельным исходом (как сказал С. Булгаков, он сам поставил свою Музу к барьеру). То есть Пушкин был массовым автором, был любим, признан большим количеством людей. И положение массового автора к нему вернулось ровно в момент смерти, что вполне характерно для российских культурных практик. Такая позиция, в принципе, – это тоже кентавр.

*Л. К.* То есть имеется гетерогенное образование, которое мы называем «массовой культурой»: термин появился относительно недавно, хотя само явление, как мы знаем, сформировалось значительно раньше.

*Т. З.* На таком понимании массовой культуры как кентавра основано и наше настойчивое разведение английских словосочетаний mass culture – popular culture. Точнее все же использовать второй вариант, ибо слово «масса» меняется в своем значении. Когда о массе говорят классики, будь то Н. Бердяев или Х. Ортега-и-Гассет, они имеют в виду большое количество людей. Тогда как «массовая культура» в переводе на английский (не в кальке) – это именно «popular culture».

*Л. К.* При этом важно иметь в виду «популярность» и отдельное понятие «поп-культура».

*Т. З.* Да, но и это, в свою очередь, часть массовой культуры, определенная ее ниша большого культурного массива. В нашем же случае, по сути дела, то, что будет извлечено из материалов социокультурного опроса и интервьюирования, даст возможность сделать выводы о специфике массовой культуры, как ее произведений, так и, естественно, особенностей ее восприятия...

*Л. К.* ...И о том богатом потенциале, о котором мы уже сказали и который она парадоксально в себе содержит. Особенно если иметь в виду сложившийся вокруг нее негативизм. Ведь кому-то это было надо: превратить массовую культуру во что-то, что «плохо» раз и навсегда. Кто автор идеи? Как это родилось?

*Т. З.* У нас в стране в 1960–1970-е гг. было немало научных публикаций с названиями или подзаголовками: «О буржуазной массовой культуре»

(А Кукаркин, В. Шестаков, К. Разлогов, В. Молчанов и др.). «Массовая культура» имела в своем названии еще одно прилагательное: «буржуазная», которое сразу же придавало понятию негативный характер. Тут важно иметь в виду вот что: есть немецкое слово «Kritik», которое на русский язык переводится «конструктивная критика», то есть – «анализ». В нашем случае дается критика как анализ массовой культуры, а на протяжении нескольких десятилетий критика понималась как разгромное порицание, а применительно к России – отрицание самого факта существования чего бы то ни было подобного. Хотя, конечно, массовая культура дает очень серьезные, в том числе роковые уроки. Россия достаточно часто догоняет существующие тенденции, а не сама инициирует негативные процессы. Так, если иметь в виду американскую массовую культуру, например, кинематограф нескольких последних десятилетий, – там боевики, «Апокалипсис» и апокалиптические интенции, 1960–1980-е гг. прошли под знаком насаждения культы силы, агрессии. И когда все это выплеснулось из кинематографа в повседневную жизнь, закончился один из военных циклов (Вьетнам), пришло уже следующее поколение, – оказалось, что с этим массовым продуктом жить невозможно. И тогда американская массовая культура поднимает на щит семейные ценности – это мелодраматические сериалы, комедии вроде «Один дома». Но и говорить, что в России не было массовой культуры, – весьма наивно, она была, как и везде. Что такое массовая песня, о которой в 1960–1970-е гг. замечательно писал А. Н. Сохор? Это, не названное так буквально, было ярчайшее проявление массовой культуры. Советская кинокомедия и посвященные ей работы Р. Н. Юренева – тоже в этом же ряду. Это все было, но это называли – у нас в стране – по-другому. Например, не «советская массовая культура», а «народность», совсем как в ленинской формуле о том, что «искусство принадлежит народу».

*Л. К.* Массовая культура – это форма идеологии, так или иначе осуществляемой государством.

*Т. З.* Если государство берет на себя ответственность и осознает эту ответственность.

*Л. К.* Кстати, массовая культура заставляет что-то делать. Люди вынуждены приравниваться к тому, что рождается где-то вне их сферы.

*Т. З.* Когда-то были нападки на М. Швыдкого, который вел музыкальную телепрограмму, она называлась «Жизнь прекрасна». Все было достаточно органично, Швыдкой – талантливый лектор, публичный человек, хорошо чувствующий ауди-

торию и умеющий общаться с нею, это было эксцентрично, но вполне нормально для массовой культуры (и – именно культуры). Но сегодня уже другой министр культуры, В. Мединский, участвует во вполне массовой телепрограмме «Гений места» (телеканал «Россия 24»), где произносит предисловие к путешествиям по российским регионам. Массовая культура – сфера сложная: на самом деле в ней «проходит» далеко не все, что предлагается публике, требуется продукт качественный, сделанный талантливо.

*Л. К.* Еще реплика методологического плана. Важную аналогию с тем, что мы обсуждаем в связи с проблемами массовой культуры в России, я замечаю в той сфере, которая называется философией науки. Современная наука, претерпев всякие нелицеприятные обвинения в оторванности от реальных нужд общества, приходит к той простой мысли, что она должна быть понятна не только в академической среде, нужно, чтобы широкой публике было понятно, чем занимаются в науке. Все современные научные проблемы должны быть внятно «рассказаны», популяризованы – при сохранении качества научной работы как таковой. А популяризация – это придание науке массового характера. Некоторые ситуации, которые касаются каждого в отдельности, важны и в общем плане: например, наши анкеты тоже «шевелют» сознание и люди начинают, я надеюсь на это, думать о себе с точки зрения заданных вопросов. Анкета, по сути дела, популяризирует тот спектр проблем, который инспирирует размышления. А вы идете от высокой мысли, но «пересказываете» себя, чтобы быть понятными самым разным людям. Так вот, массовая культура несет и еще и тот важный посыл (если перечислять ее плюсы), который связан с необходимостью популяризации высокого, академического знания.

*Т. З.* Думаю, соглашусь с вами, что в гуманитарной сфере это действительно возможно и осуществимо. Что касается естественно-научной сферы, то, боюсь, здесь может возникнуть ситуация, аналогичная той, что пародировалась в миниатюре А. Райкина (о том, что хватит заниматься полупроводниками, пора перейти и к целым проводникам). Имею в виду следующее: стремление к популяризаторству – это «палка о двух концах». Да, замечательным популяризатором был Сергей Петрович Капица. Сейчас есть неплохая популяризаторская программа «На грани безумия» на телеканале ОТР, ее ведет доктор физико-математических наук А. Семихатов. Но популяризаторский дискурс тоже должен иметь какие-то

границы, как и сама массовая культура. Ведь есть вещи, которые, на самом деле, существуют как научные открытия, они существуют как научная данность, но их невозможно объяснить неопиту. И не надо пытаться объяснять. И, кстати, я защищаю права естественных наук на академическую строгость, но защищаю и права наших, гуманитарных наук. Я помню, как относительно недавно, 15–17 лет назад, на заседаниях диссертационного совета от представителей глубоко уважаемого старшего поколения, например, искусствоведов, мы слышали упреки: «Что это ваши аспиранты такими словами пользуются – дискурс, парадигма, конфигурация, модель?» Но если есть принятая система обозначений, и она развивается – и в математике, и в биологии, и в химии, развивается и в гуманитарных науках, – почему же надо продолжать говорить на едва ли не на бытовом языке, которым, скажем, экскурсоводы изъясняются с гуляющими по музею или городу посетителями?

*Л. К.* Конечно. И к тому же важна интеграция, координация потоков естественно-научного и гуманитарного концептуальных аппаратов; есть слова, которые уже хорошо отработали в одной сфере знаний и практики и теперь имеет смысл их использовать как продуктивные метафоры в иных сферах, обогащая свой словарный запас.

*Т. З.* Могу сослаться на свой опыт. Разрабатывая учебный курс «Синергетика» для бакалавриата у культурологов, я, естественно, пользовалась имеющимися научными изданиями, авторами которых являлись Г. Хакен, И. Стенгрес, И. Пригожин, В. Степин, В. Аршинов, С. Курдюмов, да и вы сами. Но, используя специальный тезаурус, я готовила задания, опирающиеся на возможности и потребности именно культурологов. И самый большой интерес вызвало практическое занятие, где абсурд («Искусство абсурда – культурный феномен») рассматривался как воплощение синергетических категорий «хаос-порядок».

*Л. К.* К слову сказать, массовая культура тоже могла бы быть в этом, синергетическом ракурсе рассмотрена. Там, безусловно, присутствует хаотическая составляющая. Она (массовая культура) не то что неупорядочена, во всяком калейдоскопе при внимательном взгляде можно увидеть не всегда сразу проявляющийся порядок, там есть свой вызревающий порядок. Причем не всякий порядок и не всегда он существует «с плюсом», потому что в иной упорядоченности может лежать догматическое начало.

*Т. З.* Тогда, соглашаясь с вами, продолжу: я в массовой культуре вижу имитацию хаотичности –

при наличии четкого замысла. Потому что огромное количество внехудожественных, в том числе молодежных акций, дискотек, флеш-моувов как раз создают тот самый хаотический эффект, который изначально запрограммирован.

*Л. К.* Это, вообще говоря, квазипорядок. Эта хаотичность является *как бы порядком*, когда ситуация заранее инициирована для введения в особое состояние порождения. Это уже некие – свои – правила.

*Т. З.* И когда молодежи об этом говоришь, она очень удивляется: мы же сами пришли... мы хотим... Но – вы хотите потому, что чем-то «запахло» (как в супермаркете, где покупатели мимо массы не нужных им товаров идут на запах свежеспеченного хлеба). Вот в этом и есть соблазнительность и опасность массовой культуры, которая, естественно, синергична. Квази-хаос и квази-порядок – это любопытнейшее явление и свойство массовой культуры.

*Л. К.* Некая инициация или, как вы говорите, имитация порядка нужна для того, чтобы расшевелить предыдущий порядок и выйти на что-то новое.

*Т. З.* Потому мы и обращаем внимание на то, что массовая культура – это не только развлечение, источник развлекательного импульса. Важен эффект неожиданности, эффект новизны.

*Л. К.* И в массовой культуре, очевидно, присутствует момент скорости возникновения и утраты, смены впечатлений, желание увидеть новое воспринимает фильтры отсеивания. Много и пустого, постороннего шума.

*Т. З.* А ведь про пристрастие массового сознания к новизне было еще у Ф. Ницше...

*Л. К.* ...И эта новизна «работает» на импульс привлечения внимания и желание человека выйти из того, что ему хорошо известно, за рамки стабильности. Казалось бы, зачем? Но оказывается, ему нужна эта новизна. В каком виде и какими красками разрисованная, это другое дело, но – нужна. Если же мы будем аккуратно и ненавязчиво говорить о тех образованиях, которые возникают на стыке хаоса/порядка, а могут быть взяты и другие пары из философского арсенала, – они могут работать на исследование массовой культуры в ее широком и серьезном значении. Потому что массовая культура, по большому счету, «схватывается» феноменологически. Мы *описываем* в тексте один сюжет, но при этом вычленим что-то еще, что может помочь нам анализировать более широкий материал (контекст), сохраняя исходный. Кстати говоря, интересующие нас кентаврские

образования работают в той ситуации, когда нет и не нужно ждать раз и навсегда состоявшегося утверждения той или иной истины или положения (а массовая культура живет прежде всего поиском и утверждением чего-то «новенького»). Здесь проявляется неустойчивость, и такие образования как раз в существе своем содержат момент динамически-преходящий. Такие образования по самому существу своей организации содержат импульс постоянного обновления, потому что они – сложноорганизованные. Они институционально, скажем, обозначились, однако ситуация меняется – и они начинают смещаться в своих акцентах относительно друг друга, меняется и их контекст, на фоне которого эти перемещения только и можно заметить.

*Т. З.* Вот, Лариса Павловна, очень важный акцент, хочу подчеркнуть: образования – сложноорганизованные! Ведь чаще всего слово, неправильно толкуемое, произносится как «примитив»: имеется в виду не «первичный», что было бы верно, а «убогий», в крайнем случае «элементарный». Так вот, массовую культуру достаточно часто называют «примитивной». Но, на самом деле, имея в виду, кстати, и усилия, и талант, и затрачиваемые на создание произведений средства, ее уже нельзя считать примитивной в том самом, простите за каламбур, примитивном смысле. И самое главное – что в массовой культуре всегда есть подоплека, второй план, всегда есть подтекст. Но в элитарной культуре, условно говоря, у Чехова или у Джойса, мы, прикасаясь к их произведениям, изначально и точно знаем, что нас там ждет подтекст, настраиваемся на него, если мы к этому морально готовы, то и будем его воспринимать. А в случае с массовой культурой имеет место как раз сокрытие подтекста – но при условии несомненного факта его существования.

*Л. К.* Да, и еще – о примитивизации. В упрощении содержится то первоначало, которое понятно человеку. Это то, что может быть связано, по ассоциации, с фигурирующим в нашем проекте словом *код*. Если вспомнить У. Эко: «Ведь науки сводят исследовательскую деятельность к выявлению культурных кодов, позволяющих изучать формирование – избыточное или нормативное – всякого сообщения, а равно модификации культурных конвенций, вызванные реальным обменом сообщениями и взаимодействием разных кодов во времени и пространстве»<sup>7</sup>. Эта кодификация (во всех его видах: пра-код, до-код) как раз создает установку на позитивное, которая возникает из порой бессознательного стремления к порядку –

или ее, как правило, связывают с ним. То есть, примитивизация, которая ставится массовой культуре в вину и является поводом для упреков, имеет вторую и очень позитивную грань.

*Т. З.* Еще одна деталь, которую тоже важно подчеркнуть, и это хорошо коррелирует с вашими рассуждениями о примитиве: массовая культура принципиально инфантильна. Она инфантильна сама и она рассчитана на инфантильное, не активное, иждивенчески-потребительское восприятие...

*Л. К.* ...Когда все разжевано, остается только проглотить.

*Т. З.* Да, все облегчено. «Легше», проще – на этом основана столь распространенная сегодня визуализация информационных потоков. Вот он, знаменитый «смайлик»; раньше были только дорожные знаки, а сегодня люди только и знают, что обмениваются – и это, прежде всего, происходит в массовой аудитории – огромным количеством визуализированной информации или сообщений (что, естественно, не одно и то же, но визуализация преследует нас везде).

*Л. К.* Да, действительно! Между тем не надо упрощать ситуацию вот в каком плане: это упрощенчество таким выглядит только на первый взгляд. Кажется, просто – увидели, схватили, побежали... Дело в том, что всякая ситуация вызывает у человека желание видеть то, что знакомо и поэтому ему надо или чего он конкретно ожидает. Поэтому, заглядевшись на такую легкость восприятия, человек массовой культуры забывает о возможных негативных последствиях этого порыва. Простота визуализации обманчива, она внушает ему бытующие стереотипы или какие-то новые, но тоже массовые представления, которые понижают его возможный модус неповторимой личности. Есть еще второе «дно».

*Т. З.* Я об этом и говорю: массовая культура такова, что – потянешь ниточку из клубка, клубок начинает раскручиваться, и оказывается, что эта ниточка меланжевая, непростая, многоцветная или отликает несколькими оттенками.

<sup>1</sup> Ерохина Т. И. Текст – код массовой культуры // Ярославский педагогический вестник. – 2015. – № 2. – С. 37–45; Злотникова Т. С. Образование в системе кодов массовой культуры // Ярославский педагогический вестник. – 2015. – № 2. – С. 46–51; Летина Н. Н. Имидж в культурологическом дискурсе // Ярославский педагогический вестник. – 2015. – № 2. – С. 52–57.

<sup>2</sup> Злотникова Т. С., Ерохина Т. И. Мужской архетип в игровом поле российской массовой культуры // Вопросы культурологии. – 2014. – № 11. – С. 11–18; Злотникова Т. С.,

Шапошников В. А. Олимпиада как текст массовой культуры // Ярославский педагогический вестник. – 2014. – № 4. – С. 269–274; Густякова Д. Ю. Принципы отторжения русской классики в отечественной массовой культуре // Ярославский педагогический вестник. – 2014. – № 1. – С. 116–121; Злотникова Т. С. Образ поступка – парадигма массовой культуры // Вопросы культурологии. – 2015. – № 4. – С. 87–94; Шапошников В. А. Влияние коммуникативного контекста XXI века на творческую деятельность // Вопросы культурологии. – 2015. – № 4. – С. 95–100; Добрецова С. А. Уникальная творческая личность и артефакт «массового поражения» // Вопросы культурологии. – 2015. – № 4. – С. 101–107.

<sup>3</sup> Тощенко Ж. Т. Кентавр-проблема (Опыт философского и социологического анализа). – М.: Хронограф, 2011.

<sup>4</sup> Тощенко Ж. Т. Кентавр-проблема как воплощение парадоксального развития российского общества // Вестник РГГУ. – 2010. Серия Социология. – Вып. 2. – Режим доступа: [Http://toschenko.ru](http://toschenko.ru). Дата обращения 30.04.2015; Тощенко Ж. Т. Кентавр-проблема (Опыт философского и социологического анализа). – М.: Хронограф, 2011.

<sup>5</sup> Тощенко Ж. Т. Кентавр-проблема как воплощение парадоксального развития российского общества // Вестник РГГУ. – 2010. Серия Социология. – Вып. 2. – Режим доступа: [Http://toschenko.ru](http://toschenko.ru). Дата обращения 30.04.2015

<sup>6</sup> Лотман Ю. М. Массовая литература как историко-культурная проблема // Ю. М. Лотман. О русской литературе. – СПб.: Искусство-СПБ, 2005. – С. 823.

<sup>7</sup> Эко У. Отсутствующая структура. Введение в семиологию. – СПб.: ТОО ТК «Петрополис», 1998.