

**Смолкина Дарья Владимировна**

**ТРАНСФОРМАЦИИ МАССОВОЙ КУЛЬТУРЫ  
В ПОСТИНДУСТРИАЛЬНОМ ОБЩЕСТВЕ**

Специальность 24.00.01 – теория и история культуры

Автореферат  
диссертации на соискание ученой степени  
кандидата культурологии

Екатеринбург – 2012

Работа выполнена на кафедре социально-гуманитарных дисциплин НОУ  
ВПО Гуманитарный университет

Научный руководитель:	доктор философских наук, профессор Брандт Галина Андреевна
Официальные оппоненты:	Мурзина Ирина Яковлевна, доктор культурологии, профессор, ФГБОУ ВПО «Уральский государственный педагогический университет», зав. кафедрой культурологии;  Чернов Леонид Сергеевич, кандидат философских наук, Уральский институт – филиал ФГБОУ ВПО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации», доцент кафедры философии и культурологии.
Ведущая организация:	ФГБОУ ВПО «Удмуртский государственный университет»

Защита состоится 22 мая 2012 года в \_\_\_\_\_ часов на заседании диссертационного совета Д 212.285.20 на базе ФГАОУ ВПО «Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина» по адресу: 620000, Екатеринбург, пр. Ленина, д. 51, ком. 248.

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке ФГАОУ ВПО «Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина».

Автореферат разослан « \_\_\_\_\_ » апреля 2012 года.

Ученый секретарь  
диссертационного совета  
доктор социологических наук,  
профессор

Л. С. Лихачева

## ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

### Актуальность работы

Массовая культура – прямое следствие развития средств массовой информации. Процесс индустриализации СМИ (усиление их технологичности и рост стандартизации содержания) в конечном итоге формирует унифицированность и тиражируемость порождаемых ими смыслов, а массовое распространение продуктов СМИ в урбанистическом обществе превращает медиа в главного агента специфического типа культуры, разделяемой широкими слоями населения. Однако сейчас состояние данного агента многими исследователями оценивается как кризисное или предкризисное. Технологические изменения, фрагментация массовой аудитории, глобализация рыночных процессов обернулись вызовами даже для крупных участников медиа-индустрии.

Под влиянием новых тенденций изменяются как сами СМИ, так и онтологически связанная с ними массовая культура. Трансформации затронули те ее качества, без которых ранее представлялось невозможным описание сущности массовой культуры. «Унификация», «формирование массового человека», «потакание низменным вкусам», «оппозиционность высокой культуре» и т. д. более не являются ее базовыми характеристиками. Сегодня механизмы массовой культуры имеют универсальный характер, а сама она стала главным средством идентификации и социализации индивидов, научившись адаптировать как ценности высокой культуры, так и маргинальные модели для широкого, массового распространения.

Изучение изменений массовой культуры сдерживается рамками, которые были заданы самим понятием «массовая культура». Данный термин прочно связан с традицией негативных коннотаций и противоречивых толкований, что образует серьезное препятствие в изучении новых процессов, происходящих в самом феномене. Отсутствие единой терминологии разрушает базу для взаимопонимания между представителями различных научных школ, то есть

исключает возможность синтеза их достижений в понимании меняющейся сущности современной массовой культуры. Интерпретации одних и тех же наблюдаемых теоретиками процессов, способных повлиять на качественные признаки массовой культуры, могут быть совершенно противоположны друг другу: «массовая культура разрушается» или «массовая культура становится сильнее». Иными словами, считать ли временной актуальность «стереотипизированной» культуры либо считать переоцененным развитие «высокоиндивидуализированной» культуры (А. В. Костина). Имеющий глубокую традицию «элитистский» подход к анализу массовой культуры автоматически переносится и на изучение современных культурных трансформаций, когда большинство новых явлений автоматически трактуется исключительно как продолжение воспроизводства «массового человека».

Все это обуславливает, с одной стороны, необходимость поиска более эффективного теоретического инструментария, способного описывать существенные изменения социокультурной реальности, и, с другой стороны, необходимость пересмотра самих функций массовой культуры, всегда казавшихся имманентными ей.

### **Степень разработанности проблемы**

Феномен массовой культуры всесторонне исследовался как в западных, так и в российских гуманитарных и социальных исследованиях. Для выявления ключевых особенностей массовой культуры, а также критики ее ранних концепций в диссертации были использованы исследования таких авторов как Е. В. Бутенко, В. Л. Глазычев, А. В. Кукаркин, З. О. Попович, А. Я. Пучков, А. В. Чугунов, В. П. Шестаков, М. и V. Balaš, J. S. Brown и P. Duguid, M. McCombs, D. Shaw, A. Swingewood.

При анализе исторических особенностей различных подходов к пониманию массовой культуры были рассмотрены работы Т. Адорно, Д. Белла, Э. Канетти, Г. Лебона, Д. Макдональда, Г. Маркузе, Х. Ортеги-и-Гассета, А. Ю. Павловой, З. Фрейда, Э. Фромма, М. Хоркхаймера, Г. Юнга и других. Во

многим данным авторам заложили основы для понимания феномена массовой культуры: современные исследователи, пишущие о культурных явлениях, сталкиваются с необходимостью включения либо преодоления их дискурса.

В настоящее время наблюдается тенденция к избеганию термина «массовая культура», которая особенно выражена в текстах западных авторов. Тем не менее, в исследованиях о глобальной «медиа-культуре» либо «популярной культуре» мы можем увидеть обращение как раз таки к теме современной массовой культуры, без упоминания самого понятия. Для данной работы ключевую методологическую роль сыграли исследования, посвященные анализу социокультурных особенностей формирующейся («постиндустриальной», «постэкономической», «информационной» и т. д.) эпохи, среди которых особенно значимыми для автора оказались работы З. Баумана, Ж. Бодрийяра, Э. Гидденса, Э. Дайсона, П. Дракера, В. Л. Иноземцева, М. Кастельса, Н. П. Коноваловой, И. А. Латыпова, Ж. Липовецки, М. Маклюэна, Р. Робертсона, Э. Тоффлера, А. Турена, У. Эко. В работах данных исследователей делаются попытки представить объемную картину современной культуры – и так или иначе возникают предположения о сохранении либо разрушении фундаментальных «массовых» качеств социокультурной среды.

Отечественные авторы чаще зарубежных коллег посвящают статьи и монографии именно «массовой культуре», «массовому сознанию», «массовому человеку» – среди них работы Б. А. Грушина, В. Л. Глазычева, Е. В. Дукова, Л. А. Закса, А. В. Захарова, А. Н. Ильина, А. В. Костиной, Т. В. Костылевой, Ю. В. Рыжова, И. Г. Савельевой, А. В. Чернышевой. В их текстах, как правило, сделан акцент на разнонаправленности современных процессов культуры. Однако интерпретации этих тенденций неоднозначны и противоречивы у разных теоретиков. Например, Е. В. Дуков выделяет процессы индивидуализации как существенные. А. Н. Ильин отмечает, что усиление «субъектности», то есть «сознательности» индивидов, характерно лишь на определенном уровне массовой культуры. А. В. Костина полагает, что демассификация – это не

системообразующая, а поверхностная тенденция постиндустриальной массовой культуры.

В целом, можно заметить, что авторы, не скованные ограничениями понятия «массовая культура», имеют больше возможностей для построения оригинальных концепций современной культуры, в то время как использование данного понятия зачастую связывает теоретика необходимостью встраивания противоречивых и неактуальных интерпретаций массовой культуры в анализ существующих культурных процессов.

В качестве первого теоретического инструмента, способного освободить исследователя от давления дискурса «массовой культуры» предлагается понятие «демассификация», которое может обозначить комплекс явлений культуры, воспринимаемых нами как кризисные для «массовости». Данный термин используется в ряде отраслей гуманитарного знания, обладая несколькими различными толкованиями, однако изначально он был призван выражать именно системные трансформации социокультурной сферы. Становление данного термина рассматривается на основе работ Э. Тоффлера.

Термин «демассификация» наиболее активно используется в медиа-исследованиях, однако может быть эффективно введен в более широкий философско-культурологический дискурс, особенно при рассмотрении процессов массовой культуры как порождения СМИ. При анализе «демассифицирующих» трансформаций массовой культуры, неразрывно связанных с кризисом масс-медиа и возникновением «новых медиа», автор во многом опирается на выводы, сделанные в монографиях и статьях С. Д. Балмаевой, П. Брэдшоу, В. А. Волкоморова, Е. Л. Вартановой, Е. Г. Дьяковой, Я. Н. Засурского, А. Н. Ильина, С. Я. Кагарлицкой, М. Кастельса, Н. Б. Кирилловой, П. П. Ковалева, Ф. Коломбо, М. Купера, И. А. Латыпова, А. Моля, М. Паркса, И. А. Полуэхтовой, М. Салганика, А. Д. Сычева, А. Э. Тарабанова, А. Д. Трахтенберг, Л. С. Чернова. Результаты исследований массовых аудиторий, сделанные медиа-теоретиками (например, дифференциация

аудитории), могут быть перенесены на изучение самих реципиентов массовой культуры, а описанные ими проблемы современной медиа-индустрии могут быть поняты в более широком смысле как проблемы производителей массовой культуры.

Второй теоретический инструмент, описывающий явления унификации культуры при одновременном росте ее многообразия, то есть неразрывно связанный с демассификацией, – это «сверхмассификация».

Является очевидным, что процесс демассификации массовой культуры, поддержанный как способом ее производства, так и многовариантностью ее потребления, не может идти бесконечно. Иначе мы бы наблюдали распад социального пространства, обусловленный расщеплением массовой культуры на не связанные между собой персонализированные «микрокультуры», носителями которых становились бы «высокоиндивидуализированные личности», обладающие творческим потенциалом и постматериалистической мотивацией к деятельности. Иными словами, невозможно говорить об «атомизации индивидов» как об основной тенденции, сопутствующей переходу к культуре нового типа. Демассификация культуры неизбежно наталкивается на обратную тенденцию, которая не допускает дифференциации на уровне индивидуального, останавливая ее на уровне сообществ.

Именно на уровне сообществ демассификация переходит в свою противоположность, которую мы в данной работе обозначили термином «сверхмассификация». Постоянное обращение демассификации в сверхмассификацию может служить ключом в понимании того, как кризисные явления массовой культуры не разрушают, но значительно трансформируют ее. Демассификация и сверхмассификация – как центробежная и центростремительная силы – не существуют сами по себе; это единый процесс, трансформирующий массовую культуру на этапе перехода от индустриального этапа к постиндустриальному.

**Объектом** настоящего исследования является массовая культура.

**Предметом** – трансформации массовой культуры постиндустриального общества.

**Цель работы** – выявить особенности трансформации массовой культуры в постиндустриальном обществе и их адекватное понятийное описание.

Цель исследования обуславливает необходимость постановки следующих **задач**:

1. проанализировать становление и основные теоретические подходы к изучению понятия «массовая культура»;
2. ввести понятия «демассификация» и «сверхмассификация» для описания кризисных явлений современной массовой культуры;
3. рассмотреть взаимосвязь противоречивых тенденций массовой культуры (модель «демассификация/сверхмассификация»);
4. выявить трансформации, происходящие как в субъектах массовой культуры, так и в ее реципиентах.

#### **Теоретико-методологические основания исследования**

Ведущую методологическую роль в данной работе сыграли исследования, посвященные смене социокультурной парадигмы, описанные в **теориях постиндустриализма, постмодернизма и информационного общества** (работы Э. Тоффлера, М. Кастельса, М. Маклюэна, Э. Гидденса, З. Баумана, А. Моля, В. Л. Иноземцева, А. В. Костиной). Именно эти теории задают базовые параметры рассмотрения культуры в условиях современного социального контекста.

Массовая культура рассматривается в контексте культуры общества как таковой, как ее феномен, ее неотъемлемая составляющая, что с необходимостью предполагает использование **культурологического подхода**. Массовая культура понимается здесь как поле, где определяются, закрепляются и переопределяются значения, смыслы, пронизывающие жизнь обычного человека.



Также активно использовались методологические основания и **культуральных исследований** (cultural studies), которые отказываются от «элитистского» подхода к культуре и понимают культуру как способ жизни и как совокупность повседневных практик.

При анализе становления и исторических изменений как самой массовой культуры, так и ее теоретического понимания использовался **историко-теоретический метод**.

**Феноменологический подход** позволяет рассмотреть массовую культуру как гетерогенное, постоянно меняющееся явление повседневной жизни в его достоверности и очевидности, то есть в «неразрывном единстве» (Гуссерль) восприятия предмета, с учетом пределов его явленности нашему сознанию. Исследователь «массовой культуры», процессов «демассификации» и «сверхмассификации» имеет дело, прежде всего, с «восприятиями» данных явлений, их представленностью в нашем сознании.

При рассмотрении мутаций понятий «масса», «массовая культура», а также становления терминов «демассификация» и «сверхмассификация» использовался **метод дискурс-анализа**.

Неразрывной связью массовой культуры с масс-медиа продиктовано в работе активное использование выводов теоретиков **медиа-исследований** и практиков в сфере СМИ, а также теоретиков маркетинга. При анализе современных отношений между производителями и потребителями массовой культуры неизбежно обращение к работам, посвященным эффектам воздействия СМИ, распределению внимания различных аудиторий, методам формирования либо поиска собственных аудиторий.

### **Основные положения исследования, выносимые на защиту**

1. Понятия «демассификация» и «сверхмассификация» – методологически продуктивные термины для описания комплекса трансформаций массовой культуры, связанных с увеличением многообразия

дискурсивных практик и активизирующих роль субъекта (как производителя, так и потребителя культуры).

2. Процесс демассификации массовой культуры не только сосуществует и конкурирует с процессом сверхмассификации – они предопределяют, обуславливают и взаимопроникают друг в друга. Сверхмассификация как унификация смыслов, деперсонализация индивидов происходит не на уровне массовой культуры, а на уровне микрокультур сообществ.

3. Массовая культура постиндустриальной эпохи не противостоит индивидуальности: сегодня это глобальный, универсальный рынок дискурсивных практик-идентификаций, который, напротив, поддерживает «субъектность» и активность в составлении собственной идентичности.

4. Ценность индивидуальности в культуре подменяется сегодня ценностью постоянно обновляемой идентичности и анонимности.

5. Монополия на производство культуры разрушается: наряду с тенденцией «депрофессионализации» авторов культурного продукта существует тенденция разрастания группы людей, задействованных в медиа-сфере на профессиональной и полупрофессиональной основе.

#### **Научная новизна исследования:**

- проанализировано становление понятийного аппарата, описывающего массовую культуру;

- выявлены возможности и условия использования термина Э. Тоффлера «демассификация» для теоретического описания современных трансформаций массовой культуры (использование понятия не только в медиатеоретическом, но и в культурологическом контексте как процесс развития многообразия массовой культуры и «массового общества», а также как комплекс тенденций, которые способствуют изменению ряда сущностных характеристик массовой культуры);

- в комплексе трансформаций современной массовой культуры выявлены как «демассификационные», так и «сверхмассификационные» тенденции;

- обоснована продуктивность введения термина «сверхмассификация» для выражения комплекса существующих тенденций культуры, оппозиционных усилению культурного многообразия и индивидуальности;
- выявлено взаимопроникновение тенденций демассификации и сверхмассификации как на уровне профессионального производства массовой культуры, так и на уровне ее потребления;
- представлена новая интерпретация понятия «масса», актуализированная дискурсивным многообразием современной массовой культуры («масса» как «другие»).

### **Теоретическая и практическая значимость результатов исследования**

Основные результаты исследования могут быть использованы для дальнейшей теоретической разработки культурологических, философских и социологических и медиа-исследований; для чтения курсов по культурологии, философии и социологии культуры и масс-медиа. Результаты исследования могут также использоваться в практической деятельности учреждений культуры и СМИ.

### **Апробация результатов исследования**

Основные идеи данной диссертации обсуждались на аспирантских семинарах кафедры социально-гуманитарных наук Гуманитарного университета с 2009 по 2011 гг. Материалы диссертации становились основой докладов на научно-практических конференциях Гуманитарного университета «Власть и властные отношения в современном мире» (2006 г.), «Современная Россия: путь к миру – путь к себе» (2008 г.), «Мультикультуральная современность: Урал – Россия – Мир» (2009 г.), «Неожиданная современность: меняющиеся реалии XXI века» (2010 г.), «20 лет постсоветской России: кризисные явления и механизмы модернизации» (2011 г.); доклада на научно-практической конференции «Дискурсология: методология, теория, практика» в 2007 г. (Екатеринбург). По теме диссертации опубликовано 8 работ (из них две

в сборниках, включенных ВАК РФ в Перечень рецензируемых научных изданий).

### **Структура работы**

Работа состоит из введения, двух глав, заключения и списка литературы.

## **ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ**

Во **введении** обосновывается актуальность темы, определяются цели и задачи исследования, формулируются положения исследования, определяющие его новизну.

В **первой главе** диссертационного исследования, **«Массовая культура» как понятие в современном гуманитарном знании»,** рассматривается историческая трансформация понятия «массовая культура», критически переосмысляются основные подходы к проблемам «массовости» и «массовой культуры». Формулируется необходимость нового методологического инструмента для изучения проблем современной массовой культуры, в качестве которого диссертант предлагает, во-первых, термин Э. Тоффлера «демассификация», во-вторых, комплекс «демассификация/сверхмассификация».

### **1.1 «Массовая культура»: история становления и современные дискуссии.**

**Формирование понятий «масса» и «массовая культура» в ранних исследованиях.** Первые образцы теоретического осмысления массовых явлений, появившиеся на рубеже XIX-XX вв., определили ведущий дискурс соответствующих западных исследований более чем на полстолетия вперед. Психология людских общностей, трансформирующая сознание участников толпы и нивелирующая их индивидуальность, а также поразительное сходство реакций «толпы» и крупных социальных общностей волновали Г. Лебона, З. Фрейда, Г. Тарда, Н. Бердяева, А. Тойнби, К. Юнга и других. В работе «Восстание масс» Х. Ортега-и-Гассет сделал предположение, что в грядущей

эпохе именно масса станет доминирующей силой в иерархии социальных структур. Негативные коннотации, с которыми изначально был связан термин «масса», перешли и к понятию «массовая культура», который впервые появляется в 40-х гг. XX века в работах М. Хоркхаймера и Д. Макдональда.

В работах, которые оперируют ранними представлениями о «массе», складывается **«аристократическая» концепция** массовой культуры. Данная концепция связана с идеями об антагонизме популярной и элитарной культур («низкой» и «высокой»), о гегемонии стандартов духовной жизни «массового человека» (примитивных, однотипных, «мещанских»), о губительной гомогенизации и деиндивидуализации культуры «массой». «Аристократическая» концепция массовой культуры сегодня существует как на уровне обыденного сознания, так и в специализированной философско-культурологической литературе. С развитием данной концепции произошло сглаживание оппозиции «настоящее творчество»\«коммерциализованное искусство» (модернизм и масскульт) и некоторое признание функциональной значимости и исторической неизбежности массовой культуры, но в целом концепция изменилась незначительно. Начиная с середины прошлого столетия, исследователи стремятся, отталкиваясь от «аристократической парадигмы», к пересмотру качеств и функций массовой культуры. «Франкфуртская школа» создала основу **концепции культур-индустрии**, породившей представление о массовой культуре как о механизме манипуляции. Массы, по версии неомарксистов Франкфуртской школы, не доминируют, а угнетаются и контролируются всепроникающей индустрией культуры, которая служит потребительскому капитализму. Реализация власти, которая концентрируется в руках экономико-бюрократических группировок, осуществляется не прямым подавлением, а мягкой манипуляцией, которая пытается выглядеть как развлечение и проявление заботы о каждом индивиде. Одновременно с адептами «Франкфуртской школы» интерес к консьюмеризму и СМИ как феноменам массовой культуры проявляли другие исследователи, которые

обращали внимание на эффект гомогенизации содержаний масскульты и на его потенциально глобальную распространенность.

С ростом популярности неолиберальных идей в западной гуманитарной науке формируются такие теории, которые и вовсе отрицают необходимость персонального «сопротивления» массовой культуре (**концепция «прогрессивного развития»**). Положительно оценивая влияние массовой культуры, данная концепция отмечает то, что сегодня практически каждая индивидуальность причастна к культуре: каждый имеет необходимый минимум образования и свободного времени, чтобы реализовать эту причастность, а популярные культурные формы являются прямым отражением потребностей масс. Происходит сращивание популярной и высокой культуры, более того, «культура масс» в некоторой степени обогащает «высокую культуру» и является основным механизмом индивидуальной инкультурации и социальной интеграции.

Таким образом, во второй половине XX века интерес исследователей культуры смещается от фиксации культурного регресса к изучению влияния феноменов потребления и масс-медиа на социокультурную сферу. Внимание привлекают, прежде всего, способности потребителей (аудитории) сопротивляться прямым предписаниям в соответствии с их собственной мировоззренческой матрицей и включенностью в определенный тип дискурса.

**Концепции массовой культуры в современных исследованиях.** Авторы современных теорий в социокультурной сфере, в основном, избегают анализа массовой культуры и даже самого термина «массовая культура», однако они неизбежно затрагивают данную тему. Некоторое исключение феномена массовой культуры из рефлексивного осмысления современных исследователей, вероятно, связано с тем, что понятие «массовая культура» имеет слишком большое количество противоречивых интерпретаций и коннотаций. «Глобальная культура», «медиа-культура», в сущности, могут расцениваться как синонимы понятия «современная массовая культура».

Согласно **постмодернистской концепции культуры**, наступающая эпоха будет характеризоваться социокультурным разнообразием, дестандартизацией и децентрализацией. Отказ от жестких дихотомических делений, от предопределенности и моновариантности означает дезактуализацию традиционных систем координат культуры, снятие проблемы разграничения «массовой» и «высокой» культур, а также обуславливает исследовательский интерес к феноменам повседневности. Расширяющаяся символическая сфера для постмодернистов означает не столько дублирование реальности, сколько ее замену, образование гиперреальности «симулякров», которая представляет собой «условную» действительность, созданную СМИ. Постмодернисты под новым углом зрения взглянули на современный характер потребления, обнаружив статусно-символический аспект потребления. Согласно **концепции постиндустриального общества**, вследствие роста технологизации и объемов знания индустриальный сектор уступает доминирующую позицию в общественном производстве, а экономические факторы теряют вес в определении главенствующей социально-культурной парадигмы. Новый тип общества не отменяет старых индустриальных моделей, а сосуществует с ними, что дополнительно усложняет социокультурную систему. Меняются сами потребности и ценностные ориентации человека: возросшее значение субъективно-индивидуалистических ценностей выражает себя в стремлении человека постиндустриальной эпохи избегать предписываемых социальных ролей. Д. Белл, Э. Тоффлер, З. Бжезинский и другие «постиндустриалисты» отмечали, что наступающая эпоха дает возможность эгалитарному распространению ценностей в культуре, которые раньше были доступны исключительно элитам (как материально-бытовые ценности, так и нематериальные). Тем не менее, ряд «постиндустриалистов» подчеркивает не «гармонизирующую», а конфликтную сущность культуры постиндустриальной эпохи. Поздние «постиндустриалисты» акцентируют внимание на неоднородности, противоречивости и обрыве внутренних связей социальной

среды, следовательно, культуры. Отмечается формирование условий для затрудненного целостного восприятия субъектом себя как аутоидентифицирующейся личности: «кризис идентификации» проявляет себя как на социально-культурном, так и на частно-психологическом уровне и детерминирует многие явления современной эпохи.

На методологической основе постиндустриализма родилась **концепция информационного общества**. Данная концепция обращается к «информации» и «знанию» как к определяющим факторам новых форм общественной жизни и индивидуального сознания. Современная «постгутенберговская» эпоха возвращает механизмы культуры к традиционным формам, которые существовали в доалфавитных обществах, превращая мир в «глобальную деревню». Электронные медиа, являясь не усеченным, а комплексным продолжением нервной системы человека, возвращают нас к многомерному восприятию окружающего мира (М. Маклюэн). В «высокоорганизованном» социуме происходит рост роли сознания и развитие креативности личности, а одной из основных проблем новой культуры будет реализация «ценности времени» (Е. Масуда). Наряду с оптимистическим прогнозированием теория информационного общества фокусируется на ряде проблем. К ним относятся, например, «цифровой разрыв» или «раскол» (новая основа для поляризации мирового социума и дифференциации культуры на «массовую» и «информационно-элитарную»), а также проблема приватности, защиты частной жизни, которой угрожают возможности информационных технологий и принципы работы масс-медиа.

Изначально немонолитное видение культуры характерно для **культуральных исследований (Cultural studies)**, в основе которых лежит представление о мире как о множественности (классовой, расовой, этнической, гендерной) и отказ от противопоставления «массовой» и «элитарной» культур. Объектом культуральных исследований является культура в ее



множественности, отсюда повышенный интерес к маргинальным сообществам как носителям определенного типа культуры.

Современные исследователи, в основном, принимают универсальный характер, мировую распространенность массовой культуры, но при этом, как правило, не относят к ее имманентным признакам монолитность, стандартизацию и враждебность «высокой» культуре. Сегодня для нее скорее характерно разнообразие, мозаичность, поляризация и конфликтность, отсутствие единой иерархии, «кризис идентичности» и перманентный пересмотр любых моделей, кроме тех, по которым существует сам механизм воспроизведения культуры в глобальном масштабе.

Логика становления понятия «массовая культура» приводит нас к необходимости введения термина, который бы описывал трансформации тех качеств массовой культуры, которые мы воспринимаем как базовые. В качестве такого термина в работе предлагается «возвращенное» понятие «демассификация».

## **1.2 «Демассификация» в культуре: процесс концептуализации.**

**Формирование понятия «демассификация».** Исследователи культуры приходят к двум противоположным выводам относительно перспектив трансформаций: либо массовая культура действительно теряет свою «массовую» природу, либо усиливается как интегрирующий механизм. Во многих случаях такое расхождение вызвано не столько действительным конфликтом идей, сколько отсутствием общего семантического поля для авторов, работающих в концепциях информационной эпохи, постиндустриализма и постмодернизма и вскрывающих одни и те же области трансформаций современной культуры.

Во втором параграфе первой главы, во-первых, рассматриваются условия использования понятия «демассификация» для описания процессов, понимаемых как оппозиционные «массовости»; оцениваются возможности данного термина в качестве основного инструмента для интерпретации

трансформаций массовой культуры; аргументируется необходимость введения дополнительного термина для комплексного описания трансформаций массовой культуры – «сверхмассификации».

Детерминант «демассификация», который был призван выражать выдающиеся трансформации современной массовой культуры, которые мы воспринимаем как разрушение ряда ее базовых качеств, универсального распространения не получил. Нам представляется, что именно понятие «демассификация» должно сегодня пережить «второе рождение» – переход из периферии гуманитарной мысли в мейнстрим.

Создатель «демассификации» Э. Тоффлер не дает интерпретации данного термина, однако очевидно, что для него это важное понятие в описании как реально существующих тенденций, так и возникающих надежд на гуманизацию культуры. В данной работе мы анализируем, с какими значениями он связывал данный термин. Тексты «отца демассификации» дают возможность определить, что это понятие складывается вокруг нескольких значений:

**«Институциональная демассификация»: социальные макроинституты уступают микроинститутам (демаксимизация).** «Максимизацию» (стремление цивилизации к огромным объемам, масштабам, бюджетам, как к наиболее «эффективным») Э. Тоффлер относил к фундирующим принципам уходящей эпохи, Второй волны. Однако «кризис крупных институтов и расцвет малых, индивидуализированных» и для Третьей волны является скорее допущением, нежели реальностью. «Слияния и поглощения», организационная конвергенция в форме глобальных бизнес-корпораций – все это противоречит идее о демассификации как о «разукрупнении». Глобальность корпораций (в частности, медиа-корпораций как одних из производителей массовой культуры) не означает их тотального присутствия: «микроинституты» сосуществуют с «макроинститутами». Тем не менее, демассификация, понимаемая как «демаксимизация», не является определяющей новую эпоху тенденцией. «Демаксимизация» касается не столько самих организаций, сколько их рынков

(потребителей, аудитории) и функционала – следовательно, институциональной демассификацией этот процесс нельзя назвать.

**«Демассификация СМИ»: трансформации инфо- и медиасферы.** На практике чаще всего термин «демассификация» реализуется именно в медиа-дискурсе. Практики и аналитики глобальной медиа-среды строят свою работу, исходя из реальности демассификационных процессов.

Э. Тоффлер отмечал, что средства массовой информации, пользовавшиеся огромным влиянием в индустриальную эпоху Второй волны, постепенно утрачивают свою массовость; например, тиражи национальных еженедельников падают, при этом малотиражных и локальных изданий становится все больше. «Демассификация СМИ» происходит на нескольких уровнях: разрушение монолитности инфосферы (построение индивидуализированных каналов информации, ее диверсификация), квантификация медиа-сообщений («клип-культура») и дифференциация массовой аудитории СМИ «Второй волны» (формирование малых аудиторий);

Критики идеи медиа-разнообразия отмечают, что содержательно большинство сообщений СМИ – однотипно и представляет собой «развлечение», то есть «культур-индустрия» создает иллюзию приспособления к желаниям каждого индивида, на деле формируя стандартные потребности, фундирующие всю «массу» потребителей культурного продукта. Одновременно ряд специалистов выражает опасения в связи с тем, что реальность СМИ подменила подлинный, многообразный мир для индивидов. Однако в современных концепциях СМИ постепенно происходит переход от идеи «сильных медиа» к идее «активной аудитории». Каким бы массовым по охвату ни было воздействие СМИ, оно всегда будет наталкиваться на «демассифицированное» восприятие.

В демассификации медиа-среды неизбежно отражается более общий процесс, демассификация современной культуры, онтологически связанной с механизмами СМИ.

**«Культурная демассификация»: рост многообразия и индивидуализации в культуре.** Разрыв ткани социальных отношений, привычных схем социальной коммуникации, формирование микросоциумов, фрагментация культуры очевидны для многих исследователей. Сторонники идеи индивидуализации подчеркивают не только рост многообразия культуры и разрыв общего семантического пространства, но и перемену положения личности в культуре (возможность для творческого самовыражения есть у каждого; индивиды образуют собственные коммуникативные сети и т.д.) и усиление ценностных мотиваций в их деятельности.

Термин «демассификация» обладает большим потенциалом для исследований культуры, однако использование данного понятия в каком-либо одном, узком значении, аккумулятированном в единственном проблемном поле, непременно сталкивается с ограничениями. Более эффективным для теоретических изысканий было бы максимально широкое представление о концепте демассификации. «Демассификация» – это не просто «индивидуализация» и «многообразие»; это супертренд современной культуры; это комплекс тенденций, которые способствуют изменению сущностных характеристик массовой культуры (таких как стандартизация, гомогенность, универсальность, усреднение и т.п.).

Также следует признать, что не все основные трансформации современной массовой культуры могут интерпретироваться как «демассификационные». Процессу демассификации сопутствует другой супертренд, который мы можем называть «сверхмассификацией», существование проявлений которого также невозможно отрицать. Анализируя процесс демассификации без учета существования «реакции» в виде сверхмассификации, можно прийти к ошибочному выводу: демассификация не является существенной тенденцией, трансформирующей современную массовую культуру. Сверхмассификация, как и демассификация, не существует сама по себе. Оппозиция

«демассификация/сверхмассификация» может стать ключевой для анализа наблюдаемых качественных сдвигов в культуре

Во второй главе, **«Массовая культура постиндустриального общества в процессе трансформаций»**, рассматриваются проявления комплекса тенденций демассификации и сверхмассификации в современной массовой культуре, а именно, трансформации ее реципиентов («массы») и ее производителей (профессиональных субъектов культуры)

## **2.1 Основные направления процессов трансформации культуры: «сверхмассификация» и/или «демассификация».**

В параграфе представлены взаимоисключающие точки зрения на природу современных трансформаций массовой культуры. Одни исследователи видят новые явления социокультурной жизни как движение к возрастающей индивидуализации и саморазвитию личности, другие – как квазииндивидуализация и замена творчества потреблением.

Этому противостоянию можно найти объяснение. Во-первых, действительно, рост многообразия культуры сочетается с «бегством от разнообразия». Социальная дифференциация отнюдь не всегда сопровождается ростом индивидуализма. В эпоху, когда любая культурная установка может быть подвергнута пересмотру и ни одна модель социального действия не гарантирует успеха (Э. Гидденс) индивиды все же пытаются связывать свою жизнь с некой «системой координат». Ценностные и мировоззренческие константы, даже собственную идентичность они находят в своей референтной группе. Идентичность самого сообщества формируется в форме противопоставления «другим» (которые воспринимаются сообществом как «масса»).

Проявлением сверхмассификации можно объяснить то, что участники групп, даже имеющих открытый доступ к глобальной информации и возможности для бесконечного выбора идентичностей, стремятся к гомогенизации своего культурного пространства (поэтому, например,

символическое окружение элит – универсально и унифицировано (М. Кастельс)). В процессе обретения самоидентификации индивиду необходимо не только обозначить свои отличия от «других», но и обрести признание «своих», следовательно, принять культурные установки определенного сообщества – в ряде случаев, безусловно, «наступая на горло» собственной индивидуальности.

Разнонаправленность демассификации и сверхмассификации является мнимой: эти процессы предопределяют и обуславливают друг друга. Рост многообразия и дезинтеграция культуры неизбежно сдерживаются стремлением к гомогенизации культурной сферы, исходящим от сообществ. «Сверхмассификация» не тождественна «омассовлению» культуры в индустриальном обществе, потому что она возможна только в условиях развитой «демассифицированной» массовой культуры.

## **2.2 Кризис субъектов массовой культуры**

**Дифференциация содержания и «неуловимость» потребителей продуктов культуры.** Начиная со второй половины XX века, возникает представление о том, что «массовую культуру» создает не столько сама «масса», сколько особое экспертное сообщество производителей «культур-индустрии». Однако современные деятели «культур-индустрии», будто формирующей «массового человека», признают, что демассифицированное социокультурное измерение не позволяет им использовать старые модели привлечения, удержания и формирования доверия публики, которая сама пробует себя в роли действительных субъектов культуры.

Взросшая индивидуализация выбора и потребления приводит к тому, что инкорпорированные производители содержания не могут так же успешно, как раньше, пользоваться стратегией «максимизации аудитории» (для продажи ее рекламодателям) или продавать аудитории контент напрямую. Профессиональные субъекты культуры испытывают трудности и с удержанием внимания аудитории (людей интересуют темы, а не конкретные медиа, а также

на их предпочтения влияет удобство использования той или иной платформы в разных ситуациях).

Новое, привилегированное положение аудитории превратило ее из пассивного объекта коммуникатора в активного субъекта, который самостоятельно формирует набор собственных каналов, распространяющих информацию и культурные коды, и который самостоятельно транслирует информацию, отобранную им в соответствии с индивидуальными экзистенциальными особенностями либо групповыми установками.

«Массы» стремятся к дезинтеграции: современные сообщества испытывают меньшую необходимость в ассимиляции, растворении в «большинстве», чем в индустриальную эпоху. Самостоятельность и непредсказуемость «масс», которые сегодня состоят из индивидов и сообществ, стремящихся максимально отгородиться от «других», подрывает не только основу для тотального контроля над «массами», но и единство пространство массовой культуры. Отсутствие «единого языка», возможностей для межгрупповой коммуникации и взаимопонимания может быть опасно для общества в целом, когда человечество сталкивается с угрозами планетарного масштаба.

**Наступление на «профессионализм».** Профессиональные создатели культурного продукта сталкиваются с тем, что транслировать их сообщение произвольными путями, интерпретировать и комментировать его, то есть обеспечивать его жизнь в массовой культуре, будут уже не «пассивные аудитории». Новые особенности аудиторий не легко принимаются профессиональными коммуникаторами (которые, например, стремятся защитить свою интеллектуальную собственность). Одновременно «массы» полагают, что у них пытаются отнять право на индивидуальный выбор и самостоятельную навигацию в мире культуры (что понимается как посягательство на свободу и доступ к культуре).

Реципиенты массовой культуры не только настаивают на необходимости свободной транспортировки контента, но и начинают создавать свой собственный, что было бы невозможно в эпоху всевластия корпоративно организованных культурных творцов и профессиональных коммуникаторов (СМИ). Тем не менее, разрушение монополии на производство культуры (смена субъекта массовой культуры) пока не привело к замене одних элит другими, несмотря на то что творцам-неофитам доступны средства создания новых содержаний культуры.

Попытки удержания культурного контроля элитами и захвата новых привилегий массами иллюстрируются как «кризисом интеллектуальной собственности», так и «кризисом приватности».

**«Кризис приватности».** Авторам новой массовой культуры паблисити важнее приватности: «постоянно на виду» находятся как раз те творцы, что достигли статуса звезд. Однако вместе с практикой утверждения собственной индивидуальности и уникальности как автора (как минимум, «творца» собственной жизни) распространена практика сознательной «анонимизации». Индивиды сегодня не переживают остро необходимость «выбора» между выраженной индивидуальностью, «свободой личности» и анонимностью, растворенностью «в толпе». Ценность индивидуальности в культуре не полностью нивелируется, но скорее сосуществует с ценностью постоянно обновляемой идентичности и анонимности.

### **2.3 Трансформации реципиентов массовой культуры: «масса» как «другие».**

В современной гуманитарной науке проблематика «массы» практически не разрабатывается, хотя данная категория, очевидно, является системообразующей для концепций «массовой культуры».

На этапе постиндустриального перелома вместо представления о единой «массе» как об агенте массовой культуры теоретически продуктивным становится представление о разнородных «толпах». В многообразии и



изменчивости социокультурной жизни индивиды нуждаются в ментальных «якорях», которые они находят в своей микросоциальной среде, «частной жизни». Влияние сообщений на индивида, транслируемых референтной группой, оказывается сильнее, чем влияние сообщений, ориентированных на массовый круг получателей (на «большинство») и ассоциированных с официальными источниками власти, «элитой».

В третьем параграфе второй главы дан анализ интерпретаций понятия «масса». Во-первых, под «массой» можно понимать крупную людскую общность без реальной или условной дифференциации ее участников. Во-вторых, «масса» может интерпретироваться как сообщество заурядных людей, обладающих «массовым типом сознания». Важно, что для говорящего о «массе» его референтная группа всегда не совпадает с «массой», а среда, к которой субъект себя относит, противопоставляется «массовой культуре».

Анализ сообщений, созданных самими реципиентами массовой культуры (участниками дискуссий на интернет-площадках), позволяет фиксировать еще один вариант интерпретации термина «масса»: «масса» – это всегда кто-то «другой», «не такой как мы». Примечательно, что данное толкование – результат «непрофессиональной» рефлексии на темы «массовости» и «идентификации». Оно включает в себя самоидентификацию говорящего субъекта, основанную на противопоставлении себя и своего круга – некомпетентным, неадекватным, непосвященным, то есть тем «другим», которые априори несамостоятельны в принятии решений и потому находятся ниже субъекта в социальной и интеллектуальной иерархии.

Проблема определения «своих людей» и «массы», порожденная тотальным кризисом идентичности, имплицитно присутствует в повестке дня современного общественного мнения. Актуализация понятия «масса как другие» подразумевает содержательную гетерогенность массовой культуры, а также стремление к догматизму и распространенную непримиримость к «другим» со стороны микросоциальных групп.

Стало аксиоматичным утверждение, что тоталитаризм связан с гомогенностью «большинства». Однако не нужно недооценивать склонность к конформизму и в разнородном обществе, где участникам микро-сообществ, вероятно, даже сложнее избежать навязываемых группой стандартов. Демассификация превращается в «сверхмассификацию» именно на границе сообществ: тенденция «индивидуализации» сдерживается не массовым характером культуры, а стремлением индивидов убежать от постоянной необходимости самостоятельных решений – «в сообщества», желанием подобрать готовую идентичность – в группе, готовностью позиционировать и оправдывать себя – наличием экзистенциального «другого».

Современная «масса» дает почву для дискуссий о подлинности индивидуальных самоидентификаций, обретаемых на глобальном рынке массовой культуры; о невозможности распада единого информационного пространства на множество «персонализированных гипертекстов»; об имитации «настоящего» творчества, которой занимаются «массы» и т.д. Однако следует отметить, что монополии на производство в сфере культуры более не существует.

Для сглаживания тенденции тотального разрыва смыслового содержания массовой культуры необходимо налаживание каналов коммуникации между микрокультурами. Исследователи видят интегрирующий потенциал в искусстве (кино, городская архитектура), а также в создании региональных метасценариев, способных объединить интересы «масс» с локальными элитами.

**В Заключении** подводятся основные выводы и намечаются перспективы исследования.

**Основные положения** диссертационного исследования отражены в следующих публикациях:

**Статьи, опубликованные в рецензируемых научных журналах, определенных ВАК:**

1. Смолкина, Д. В. Концепт демассификации в современном культурологическом знании: медиа-дискурс [Текст] // Омский научный вестник. Серия «Общество. История. Современность». – Омск : Изд-во ОГТУ и др. , 2010. – N 4 (89). – С. 223-225 (0,9 п.л.).

2. Смолкина, Д. В. «Масса» как «другие» [Текст] // Теория и практика общественного развития. – Электронное научное издание. – Эл. ресурс : <http://www.teoria-practica.ru/-8-2011/culture/smolkina.pdf>. (0,4 п.л.).

#### **Статьи и тезисы, опубликованные в других научных изданиях**

3. Смолкина, Д. В. Особенности формирования доверия телевизионной аудитории [Тез. к докл.] / О. П. Пархоменко, Д. В. Смолкина // Власть и властные отношения в современном мире: Материалы IX научно-практической конференции, приуроченной к 15-летию Гуманитарного университета (г. Екатеринбург) 30–31 марта 2006 года: Доклады / Редкол.: Л. А. Закс и др.: в 2-х т. – Екатеринбург: Гуманитарный университет, 2006. – Т.1. – С. 593-594 (0, 1 п.л. / 0,05 авторских п.л.).

4. Смолкина, Д. В. Смена дискурса массовой культуры в современном гуманитарном знании [Текст] // Дискурсология : методология, теория, практика: вторая Междунар. науч.-практ. конф., посвящ. памяти Ж. Бодрийяра 21 нояб.–4 дек. 2007 г. / Ин-т философии и права УрО РАН и др. ; под общ. ред. О. Ф. Русаковой. – Екатеринбург : Дискус-Пи, 2007. – (Дискурсология ; Вып5). – Т. 1. – С. 113-115 (0,1 п.л.)

5. Смолкина, Д. В. Идея мультикультурализма как отражение современных трансформаций массовой культуры [Тез. к докл.] // Мультикультуральная современность: Урал-Россия-Мир. Материалы XII Всероссийской научно-практической конференции (с международным участием) Гуманитарного ун-та, 2–3 апреля 2009 года. Доклады / Редкол.: Л. А. Закс и др.: в 2 т. – Екатеринбург: Гуманитарный ун-т, 2009. – Т. 1. – С. 98-102 (0,2 п.л.)

6. Смолкина, Д. В. Демассифицированное социально-культурное измерение как вызов традиционному телевидению [Тез. к докл.] // Неожиданная современность : меняющиеся реалии XXI века. Мир-Россия-Урал. Материалы XIII Всероссийской научно-практической конференции Гуманитарного университета 8–9 апреля 2010 года. – Екатеринбург: Гуманитарный ун-т, 2010. – Т. 1. – С. 231-235 (0,2 п.л.).

7. Смолкина, Д. В. Четыре типа моделирования и организации собственной аудитории [Текст] // Неожиданная современность : меняющиеся реалии XXI века. Мир-Россия-Урал. Материалы XIII Всероссийской научно-практической конференции Гуманитарного университета 8–9 апреля 2010 года. – Екатеринбург: Гуманитарный ун-т, 2010. – Т. 2. – С. 308-309 (0,1 п.л.).

8. Смолкина, Д. В. Массовая культура в отсутствие метасценариев [Текст] // 20 лет постсоветской России: кризисные явления и механизмы модернизации. Материалы XIV Всероссийской научно-практической конференции Гуманитарного университета 19–20 апреля 2011 года. – Екатеринбург: Гуманитарный ун-т, 2011. – Т. 1. – С. 236-240 (0,3 п.л.).