

УДК 316.7
ББК 71.084.4
DOI 10.25281/2072-3156-2018-15-4-422-435

Т.С. ЗЛОТНИКОВА, Н.Н. ЛЕТИНА

РОССИЙСКИЙ ДИСКУРС МАССОВОЙ КУЛЬТУРЫ В ФОКУСЕ СОЦИОКУЛЬТУРНОГО ИССЛЕДОВАНИЯ *

Татьяна Семеновна Злотникова,
Ярославский государственный педагогический
университет им. К.Д. Ушинского,
кафедра культурологии,
профессор
Республиканская ул., д. 108/1,
Ярославль, 150000, Россия

доктор искусствоведения, профессор
E-mail: zlotnts@rambler.ru

Наталья Николаевна Летина,
Ярославский государственный педагогический
университет им. К.Д. Ушинского,
кафедра культурологии,
доцент
Республиканская ул., д. 108/1,
Ярославль, 150000, Россия

доктор культурологии, доцент
E-mail: liotina@mail.ru

Реферат. *Ставится проблема формирования алгоритма социокультурного исследования, позволяющего раскрыть уникальное соотношение выявленных авторами пластов отечественной массовой культуры. Представлены основания формирования выборки, содержания опросных материалов. Особое внимание уделяется факту преемственности исследования российского дискурса массовой культуры в теоретико-методологическом и эмпирическом планах. Определены концептуальные основания, ставшие стержнем социокультурного опроса: российский дискурс массовой культуры соотносится с глобализационным и аутентичным пластами, присутствие в которых характеризует и деятельность творцов, и работу массового сознания.*

* Работа выполнена при финансовой поддержке Российского научного фонда: проект 14-18-01833-П «Текст и контекст массовой культуры: российский дискурс».

ния по восприятию явлений массовой культуры и самосознанию.

В статье суммированы глобализационные вызовы и аутентичные ответы, представленные в материалах 300 анкет, полученных в период 15.04–30.12.2017 г. от респондентов, географически представляющих практически всю Россию (города Мурманск, Кинешма, Красноярск, Рыбинск, Симферополь, Тамбов; крупные региональные центры Красноярск, Самара, Москва, Санкт-Петербург, Тюмень, Казань; малые города Североморск, Новокуйбышевск, Всеволожск, Большое Село, Тутаев, Ачинск).

Установлено, что массовая культура не безразлична для россиян, она является вызовом для формирования как активной, так и пассивной позиции ее потребителя. На основе систематизации результатов социокультурного опроса 2017 г. подтверждена эффективность разработанного ранее и апробированного в 2015 г. интегративного алгоритма социокультурного исследования восприятия массовой культуры. В результате верифицирована исторически обусловленная экзистенция современной массовой культуры в сознании нашего современника как значимой среды жизни, причем не отрефлексированной на уровне личностных интенций самосознания.

Ключевые слова: массовая культура, российская культура, современность, среда жизни, самосознание, коллективные интенции, междисциплинарное социокультурное исследование.

Для цитирования: Злотникова Т.С., Летина Н.Н. Российский дискурс массовой культуры в фокусе социокультурного исследования // Обсерватория культуры. 2018. Т. 15, № 4. С. 422–435. DOI: 10.25281/2072-3156-2018-15-4-422-435.

Массовая культура привлекает к себе внимание многих исследователей своей очевидностью в качестве значимого социального, нравственного, коммуникативного феномена. Причем в России внимание к ней стало проявляться в последние два десятилетия в связи со снятием (по

умолчанию) запрета на культурный феномен, имевший прежде формально «буржуазную» принадлежность.

ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА СОЦИОКУЛЬТУРНОГО ИССЛЕДОВАНИЯ МАССОВОЙ КУЛЬТУРЫ В РОССИИ

Важной, хотя по сути не отрефлексированной особенностью большинства отечественных исследований или отдельных суждений в отношении массовой культуры является их сугубо теоретический характер [1–3]. Тем не менее, массовая культура — это живой и постоянно меняющийся феномен, прирастающий новыми, малоожидаемыми артефактами, акциями, включающий в свою сферу всё новых творцов и расширяющий свою аудиторию. Отсюда особенно важной является парадигма теоретически обоснованных и эмпирически обеспеченных исследований, которых в России неизмеримо меньше, чем теоретических построений. Этот существенный пробел в научном постижении важнейшего культурного феномена в последние годы последовательно восполняется исследованиями научного коллектива, который на протяжении длительного времени разрабатывал алгоритмы эмпирического постижения актуальных проблем отечественной культуры [4–7], а в период 2015–2017 гг. (25.02–25.04.2015 и 15.04–30.12.2017) в рамках работ по грантам Российского научного фонда «Текст и контекст массовой культуры: российский дискурс» провел ряд социокультурных опросов и интервью [8–12].

Работа имела, как следует из анализа ее результатов, не только академическую, но и социально-нравственную компоненту, позволив привлечь внимание рядовых жителей России, деятелей культуры, науки и образования к аналитическому постижению актуальных культурных практик. Нами были проведены как анкетирование жителей репрезентативных и разнообразных российских регионов, так и интервьюирование экстраординарных и обычных для современной

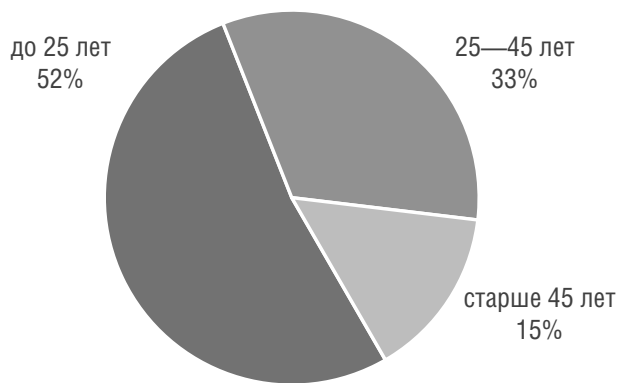


Рис. 1. Возрастная выборка респондентов

России в социокультурном аспекте персон с целью выявления и обобщения личностных и коллективных интенций самосознания в отношении актуальной проблемы «*массовая культура — среда нашей жизни*». По итогам систематизации материалов, полученных в 2015 г., был осуществлен обширный междисциплинарный [13; 14] корреспондирующий с актуальной парадигмой трансдисциплинарности [15] (включающей «не только собственно гуманитарные науки, но и различные области междисциплинарных исследований, трансдисциплинарные образования, прикладные и технологические гуманитарные изыскания» [16, с. 32]), дискурс российской массовой культуры. Научные результаты были поставлены Е.Н. Шапинской в ряд включающих немногочисленные «серьезные исследования массовой культуры, отвечающие необходимости осмыслить ее как важный фактор в социокультурной жизни наших современников» [17], показательный в контексте российской провинции, возрастной, гендерной, иной социокультурной детерминированности, а В.Н. Липским — охарактеризованы как редкое проявление эстетического отношения к массовому сознанию и массовой культуре [18, с. 258].

Целью опроса 2017 г., как и проведенного за два года до этого (в основном в крупных российских городах), было выявление прямых и косвенных свидетельств пребывания жителей российской провинции, прежде всего жителей средних и малых городов, в среде массовой культуры; конкретными задачами — установле-

ние парадоксальных и системных свидетельств психоэмоционального и культурно-нравственного модуса бытия современного российского провинциала как объекта и субъекта процессов, акций, артефактов массовой культуры. Выборка социокультурного исследования 2017 г., носившего отчасти коррелятивный, отчасти дополняющий в отношении работ 2015 г. характер, составила 300 респондентов (в 2015 г. — 200). География мест жительства респондентов охватила Россию: Мурманск, Кинешму, Красноярск, Рыбинск, Симферополь, Тамбов. Анкеты были собраны как в крупных региональных центрах (Красноярск, Самара, Москва, Санкт-Петербург, Тюмень, Казань и др.), так и в малых городах (Североморск, Новокуйбышевск, Всеволожск, Большое Село, Тутаев, Ачинск и др.). Основная в возрастном плане выборка (см. рис. 1) — совершеннолетние, в возрасте до 25 лет — 156 (52%), от 25 до 45 лет — 98 (32,7%), старше 45 лет — 44 (14,7%). Гендерный дисплей, произвольно сложившийся, асимметричен: включает 73% женщин и 27% мужчин.

Родом своих занятий респонденты указали как конкретные профессии (биолог, железнодорожник, научный сотрудник, учитель, бухгалтер, поэт, эзотерик и др.), так и сферу деятельности либо организации, в которых работают (музейное дело, образование, спорт, МВД, музей, таможня и др.).

В анкету, подготовленную в 2017 г. для проведения социокультурного опроса с целью выявления представлений жителей современной России о массовой культуре как гипотетической (отталкивающей или притягательной) сфере их жизни, были включены 15 вопросов (приводим их полностью).

1. *Сообщите, пожалуйста, о себе:*

- ◆ Ваш город:
- ◆ Ваш возраст:
- ◆ Ваш пол:
- ◆ Ваша профессия/род занятий/сфера деятельности.

2. *Что для Вас входит в понятие имиджа:*

- 1) одежда, обувь, другие аксессуары (какие марки, бренды?);
- 2) манера поведения, речи (какая?);

3) служебное положение, должность, род деятельности;

4) автомобиль (какой?);

5) жилье (какое?).

3. Пользуетесь ли Вы социальными сетями:

1) да (какими? с какой целью?);

2) нет (почему?).

4. Можете ли Вы причислить к элите:

1) себя (по происхождению? по факту принадлежности к определенному сообществу? по иной причине — какой именно?);

2) своих знакомых, коллег, преподавателей (всех? немногих? никого? по какой причине?).

5. Обозначьте, пожалуйста, Вашу иерархию ценностей (пронумеруйте от более важных к менее важным) и, если сочтете нужным, добавьте и пронумеруйте в общем ряду свои варианты:

- ◆ здоровье,
- ◆ образование,
- ◆ карьера,
- ◆ семейное благополучие,
- ◆ красота,
- ◆ творческая самореализация,
- ◆ материальный достаток,
- ◆ свой вариант.

6. Россия — страна многонациональная, но титульной нацией в ней являются русские. Тем не менее, слово «русский» не так уж часто звучит и в быденной речи, и в названиях учреждений, изданий, произведений искусства. Приведите, пожалуйста, словосочетания, включающие это прилагательное, и отметьте свое восприятие знаком (+) или (-).

7. Выразите знаками (+) или (-) свои симпатии или антипатии к нашим современникам:

1) ваш губернатор,

2) ваш мэр,

3) публичный политик общероссийского ранга,

4) кто-либо из людей искусства,

5) кто-либо из ученых — современных, из недавнего прошлого,

6) кто-либо из представителей массмедиа,

7) современный представитель Вашей профессии.

8. Согласны ли Вы, что гипермаркет — символ современной социокультурной жизни? Если нет — предложите свой вариант:

1) да (назовите какие-либо известные Вам гипермаркеты),

2) нет (почему?),

3) если не гипермаркет — что ?

9. Назовите 3 произведения современной массовой культуры, которые произвели на вас сильное впечатление в последние 3 года. Остаются ли они актуальными сейчас и останутся ли таковыми в будущем?

Мотивируйте ответ (1–2 предложения).

10. Какой жанр кинофильмов для Вас наиболее привлекателен (назовите 2–3 любимых фильма выбранного жанра):

1) комедия,

2) мелодрама,

3) историческая драма,

4) фэнтези,

5) вестерн,

6) другой — какой именно?

11. Кого из современных отечественных творцов Вы можете отнести к массовой культуре, кого — к элитарной? (Поставьте против каждой персоны буквы «М» — массовая или «Э» — элитарная).

1) Акунин Борис (Григорий Шалвович Чхартишвили), писатель;

2) Бекмамбетов Тимур Нуруахитович, кинорежиссер;

3) Боярская Елизавета Михайловна, актриса театра и кино;

4) Гергиев Валерий Абисалович, дирижер;

5) Донцова (Васильева) Дарья Аркадьевна, писательница;

6) Михалков Никита Сергеевич, кинорежиссер и актер;

7) Нетребко Анна Юрьевна, певица;

8) Прилепин Захар (Евгений Николаевич), писатель;

9) Табаков Олег Павлович, актер и педагог;

10) Церетели Зураб Константинович, скульптор;

11) Юрский Сергей Юрьевич, актер и режиссер;

12) Ваше дополнение.

12. Дети в современном мире часто становятся не только «потребителями», но и «создателями» явлений массовой культуры:

1) Вы считаете эту тенденцию полезной (Ваш пример акций, программ, судебных, подтверждающих выбранную точку зрения);

2) Вы считаете эту тенденцию вредной (Ваш пример акций, программ, судебных, подтверждающих выбранную точку зрения);

3) Вы не видите признаков названной тенденции в российской культуре.

13. Кто из уже известных молодых соотечественников, по Вашему мнению, составит творческую элиту ближайшего будущего?

Назовите не менее трех персон, указав сферу их деятельности.

14. Как, с Вашей точки зрения, точнее всего назвать события, происшедшие в октябре (по старому стилю)/ноябре (по новому стилю) 1917 г.; если захотите, прокомментируйте свой выбор понятия:

1) революция,

2) переворот,

3) бунт,

4) иначе (как?).

15. Крупнейший американский представитель социальной психологии Э. Аронсон утверждает: «Большинство телезрителей в первую очередь желают, чтобы их развлекали и отвлекали от повседневных забот, и только во вторую — информировали».

Подтвердите или опровергните это суждение с помощью примера из практики отечественного телевидения (канал, программа, журналист).

Авторы проекта исходили из сложившегося в ходе предшествующих исследований убеждения в том, что многие российские жители, имплицитно «присутствующие» в поле воздействия массовой культуры, не сознают своей причастности к ней либо стесняются в этом признаться.

Поэтому ряд вопросов, включенных в анкету, носил намеренно «простодушный» характер, что позволяло снять психоэмоциональное напряжение респондентов и настраивало их на доверительный отклик. При составлении анкеты авторы также учли значимые для массовой культуры и не всегда принимаемые во внимание исследо-

вателями приоритеты массового сознания, на которые обращали внимание Г. Лебон [19], Ф. Ницше [20] и многие другие: тяготение к простоте, доступности, потребность в позитивном настрое.

Как показали результаты анализа, названный эффект удалось достичь: более чем в 50% анкет ответы были далеко не формальными, подчас пространными, содержали комментарии — патетические или иронические, имели свои варианты. Респонденты достаточно охотно (более чем в 30% анкет) вступали в дискуссию по поводу предложенных для обсуждения понятий, явлений культуры, персон.

Сделаем акцент: из 15 вопросов лишь в трех содержалось словосочетание «массовая культура». В одном вопросе принадлежность к массовой или элитарной культуре известных представителей современного отечественного искусства должна была рассматриваться респондентами в оценочном плане. Мы специально, как это принято при работе с массовым сознанием, не концентрировали внимание респондентов на ключевом для опроса концепте, чтобы получить объективный ответ на вопрос, заложенный в название анкеты («Мы живем в среде массовой культуры?»).

В связи с тем, что российский дискурс массовой культуры мы соотнесли с двумя пластами — глобализационным и аутентичным, присутствие в которых характеризует и деятельность творцов, и работу массового сознания по восприятию явлений массовой культуры и самосознанию [21], именно эти концептуальные основания стали стержнем социокультурного опроса, учитывавшего наш прежний опыт [11, с. 111]. Глобализационные вызовы и аутентичные ответы суммированы нами в двух представленных ниже группах материалов.

ГЛОБАЛИЗАЦИОННЫЕ ВЫЗОВЫ И ОТЕЧЕСТВЕННОЕ МАССОВОЕ СОЗНАНИЕ

В первом блоке выявлены *ценностные представления, нравственные, эстетические, социальные предпочтения респондентов, складывающиеся в контексте воздействия в числе прочего и массовой культуры.*

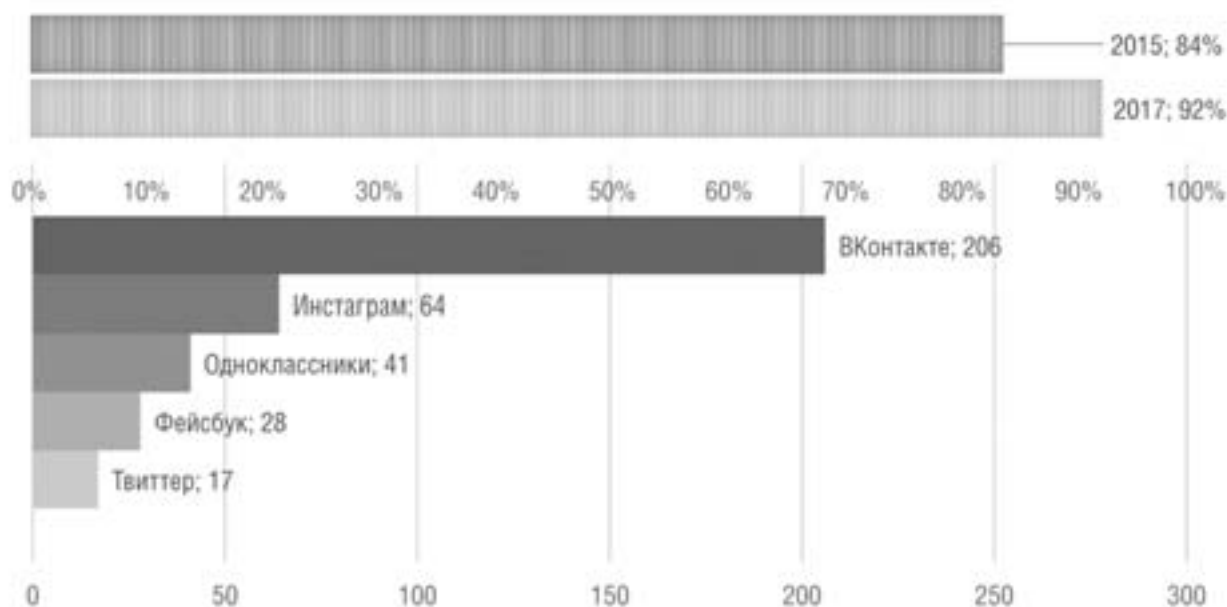


Рис. 2. Реакция респондентов на вопрос 3: «Пользуетесь ли Вы социальными сетями?»

Одним из ценностных приоритетов российской массовой культуры, отражающей глобализационные процессы, по сформированной нами традиции, определены телевидение, Интернет и социальные сети. Это было особенно важным модулем опроса, учитывая то, что все респонденты — жители провинции, городов (с населением свыше одного миллиона, а также около 400–600 тыс.), и других населенных пунктов (50 и менее тысяч населения).

Основная часть опрошенных отметила, что пользуются социальными сетями, при этом присутствует прогрессивная количественная динамика: в 2017 г. 92%; в 2015 г. — 83,5% (см. рис. 2). Наибольшее количество респондентов в 2017 г. упомянуло такие социальные сети, как «ВКонтакте» (206), «Инстаграм» (64), «Одноклассники» (41), «Фейсбук» (28) и «Твиттер» (17). Среди задач использования данных ресурсов большинство указало стандартные причины общего характера (общение, получение информации, связь и профессиональные контакты, поиск видео и музыки), но некоторые респонденты назвали неожиданные цели («вдохновение», «делюсь мыслями»).

Большинство респондентов (56%) согласилось с утверждением о том, что телезрителям необходимо в первую очередь развлечение, и только во вторую — информация. В качестве примеров, подтверждающих данную точ-

ку зрения, приводились теле- и радиоканалы (ТНТ, СТС, НТВ, РЕН ТВ, Россия 1, Первый канал, Дискавери, музыкальные каналы и др.), телепрограммы («Пусть говорят», «Давай поженимся», «Вечерний Ургант», «Поле чудес», «Один в один», «Голос», «Дом-2», «Лучше всех» и др.) и телеведущие/тележурналисты (А. Малахов, В. Познер, Д. Нагиев, Л. Якубович и др.). Почти четверть респондентов (23,7%) вообще не ответили на вопрос, дающий возможность однозначной реакции. Выражение неартикулированного презрения либо раздражения в отношении «телеящика» сочетаются у отечественной публики с неловкостью/стыдом, вызванным тем, что люди опасаются показаться архаичными, наивными, нерасторопными.

В распределении *иерархии ценностей* респонденты из предложенных вариантов традиционно предпочли здоровье, семейное благополучие и образование, в то время как карьера, творческая самореализация и красота оказались в конце списка. Среди дополнительно предложенных позиций могут быть отмечены: Бог, путешествия, спорт, спасение души, свобода, удача, случай, дети, спокойная совесть.

В контексте верификации национально-этнических ценностей и идентичности в условиях глобализации мы впервые ввели вопрос о словосочетаниях, включающих прилагательное

«русский». Свыше половины респондентов привели примеры, воспринимаемые ими положительно. Наиболее часто встречающимися словосочетаниями являются:

- ◆ «русский язык» (42),
- ◆ «русский характер» (15),
- ◆ «русская литература»,
- ◆ «русская душа»,
- ◆ «русский народ»,
- ◆ «русская кухня»,
- ◆ «русская речь»,
- ◆ «русский лес».

Однако очевидно, что все эти понятия без учета контекста употребления раскрывают семантику, но не аксиологию концепта «русский».

В некоторых анкетах приведены относительно редкие примеры отрицательного восприятия понятий, связанных со словом «русский»:

- ◆ «Россия для русских»,
- ◆ «русская рулетка»,
- ◆ «русский марш»,
- ◆ «русская мафия»,
- ◆ «русский бунт»,
- ◆ «русская водка».

Для выявления оценочного контекста восприятия культуры глобализирующегося мира был намеренно выбран локальный объект — *гипермаркет*; получен ответ, ожидаемый с учетом мест проживания и особенностей образа жизни респондентов. 51% (58% в 2015 г.) респондентов согласились с тем, что *гипермаркет является символом современной социокультурной жизни*, при этом назвав не только распространенные сетевые торговые заведения («Ашан», «Лента», «Магнит», «Карусель», «О'Кей», «Метро», «Глобус», «Мега»), но и существующие в единственном числе, популярные среди жителей того или иного города. Однако 43,3% не согласились с предложенным утверждением с характерной для России убежденностью в непреодолимой пропасти между материальными (магазин) и духовными (культура) ценностями, мотивируя это тем, что торговые заведения — не более чем место для покупок. Среди собственных вариантов символа современной социокультурной жизни респонденты чаще всего предлагали, вопреки рыночному варианту гипермаркета, явления из сферы

художественной культуры либо так называемых высоких технологий: театр, кинотеатр, музей, клуб, выставку, концерт, библиотеку, социальные сети и Интернет.

Особое внимание следует уделить той сфере, которая, естественно, была отмечена в вопросах и связана с привычными для респондентов представлениями о культуре: художественным практикам.

В реакции на вопрос, в котором респондентам было предложено назвать произведения современной массовой культуры, которые произвели сильное впечатление за последние три года, иностранных произведений было названо незначительно больше, чем отечественных. Так, среди зарубежных чаще других указывали сериал «Игра престолов», «Гарри Поттер» (романы и экранизации), фильмы «Оно», «Интерстеллар», трилогию «Хоббит». Среди отечественных по несколько раз названы игровой фильм «Гоголь. Начало», музыкальные проекты и исполнители Oxxxymiron, Face, Pharaon и T-Fest, произведения Д. Донцовой (все в отрицательном ключе), сочинения Б. Акунина.

Характерным для понимания модуса отношения современных жителей России к массовой культуре следует считать то, что 41,7% опрошенных не ответили на вопрос, в чем они видят «предубеждение по незнанию».

В ответах на вопрос о наиболее привлекательном жанре кинофильмов большая часть респондентов из предложенных вариантов ожидаемо отметила комедию (51,3%), наименее популярным, как это ни покажется странным при обсуждении массовой культуры, оказался вестерн (7,7%).

Около трети респондентов отметили другие предложенные жанры кинофильмов как привлекательные, уделив внимание мелодраме и исторической драме. В последней группе предпочтение отдано отечественной кинопродукции, тогда как среди фэнтези названы только зарубежные.

В анкету 2017 г., впервые, с учетом реальной ситуации, наблюдаемой нами в сфере массовой культуры, был введен вопрос о детях, которые в современном мире часто становятся не только «потребителями», но и «создателями» явлений массовой культуры. В своих от-

ветах респонденты сочли эту тенденцию скорее полезной (35,7%), чем вредной (15,7%). В качестве объяснения «пользы» были приведены как конкретные примеры участия детей в событиях массовой культуры (шоу «Голос. Дети», «Лучше всех», «Ты супер!», «Умники и умницы»), так и обстоятельства, при которых данная тенденция является полезной («дети становятся актерами», «волонтерское движение», «создавать всегда полезно»). Среди примеров «вреда» также есть и конкретика («блоги», «группы смерти в социальных сетях», «Дом-2», «Детское Евровидение»), и примеры обстоятельств («деформация жизненных ценностей у детей», «пропаганда ЛГБТ среди подростков», «агрессия», «низкий уровень культуры»).

Тревожной и при этом характерной особенностью массового сознания в России полагаем то, что респонденты проявляют откровенную неосведомленность в культурных реалиях, в силу чего считают массовую культуру далекой либо изолированной от детей, тогда как детская аудитория в качестве потребителя — признанный в мире феномен: это касается игрушек, одежды, пищи, учебных принадлежностей, посредством которых осуществляются и рекламные акции, и социально-политическое воздействие. Таким образом, если 26,7% респондентов не видят признаков названной тенденции в российской культуре, это значит, что почти треть жителей России нечетко, сглажено и необъективно воспринимает ход культурной жизни.

РОССИЙСКИЕ ОТВЕТЫ МИРОВОМУ ОПЫТУ МАССОВОЙ КУЛЬТУРЫ

Во втором тематическом блоке выявлены те параметры «маскультуловской» картины мира, которые воспринимаются субъектом как близкие.

Вопрос о составляющих понятия «имидж» предполагал многообразие позиций, получил полный отклик у респондентов.

В связи с характеристикой манеры поведения и речи в ответах преобладает оценочная

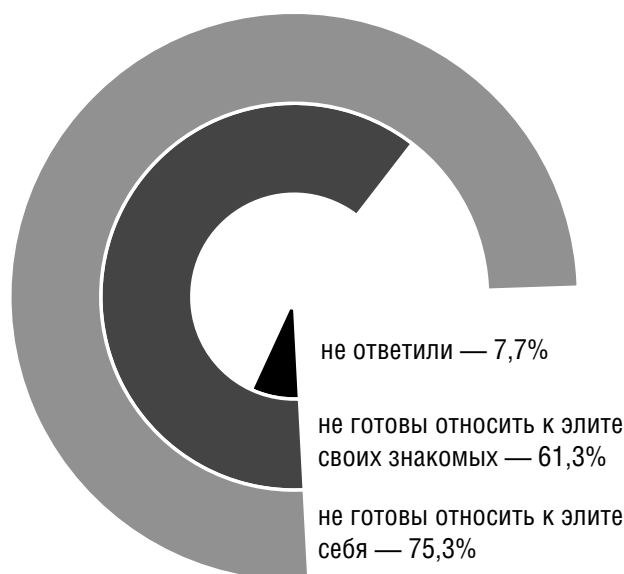


Рис. 3. Реакция респондентов на вопрос 4: «Можете ли Вы причислить к элите...?»

модальность («грамотная», «уважительная», «спокойная», «уверенная», «своевольная»). Редки суждения, которые отличаются тонкостью и нетривиальностью («умение слушать»).

Служебное положение, должность, род деятельности, входящие в понятие имиджа, респондентами были упомянуты как конкретные (руководитель, директор, начальник, топ-менеджер, ведущий конструктор, бармен), так и эмоционально-оценочные (высокий пост, делать то, что нравится, креативная деятельность, чтобы чувствовать себя самодостаточным, деятельность на благо общества, занятие по душе).

Наши респонденты являются реальными потребителями торговых услуг, возможно, не знатоками, но людьми, осведомленными о существовании товаров определенных брендов. Оставляя в стороне эмоционально-оценочные ответы, отмечаем, что, например, применительно к *внешнему образу* (одежда, обувь, другие аксессуары) даны указания на весьма разнородные, от самых демократичных до премиум-класса, марки и бренды (Zara, Adidas, Pull & Bear, Gucci, H&M, Apple, Prada, Lacoste, Mango, Ostin). Рассматривая *автомобиль* как составную часть имиджа, респонденты также упомянули как конкретные марки и характеристики (Mercedes,

BMW, Audi, Lexus, Toyota, S-класс, E-класс, шестерка, немецкий), так и ценовые параметры — 15 млн руб., что содержит долю лукавства в ответах жителей провинции. В отношении *жилья* фигурируют конкретные отклики («3-комнатная квартира», «пентхаус») и откровенно ироничный для России («бунгало»).

Особо отметим: никто не сказал об имидже «от обратного», отрицая в качестве его составляющих низкоквалифицированную (непривлекательную) работу, малопрестижные автомобили, а также общежитие или 2-комнатную квартиру в качестве жилья. Никто не прокомментировал в принципе отсутствие возможности иметь в собственности автомобиль и жилье.

С вопросом об имидже имел существенную внутреннюю корреляцию вопрос о *принадлежности к элите* респондентов или их знакомых (см. рис. 3). 7,7% опрошенных не дали никакого ответа. Видим в этом выражение растерянности, скрытого недовольства либо нежелания обсуждать вопрос, требующий отчетливой самооценки с проявлением отрицательных коннотаций. Большинство опрошенных (75,3%) не готовы относить к элите себя, и чуть меньше (61,3%) — никого из своего окружения. В качестве причин данных ответов в основном фигурируют нехватка финансов, профессиональных достижений, авторитета, а также отсутствие соответствующего происхождения. Помимо нечеткого представления о понятии «элита», многие комментарии свидетельствуют о наличии у респондентов недоверия по отношению к себе и своему окружению.

Влияние стереотипов массового сознания, в котором принадлежность к элите рассматривается как уникальное и не имеющее четких параметров «местопребывание» личности, сочетается в полученных результатах с негативной динамикой своего рода Я-концепции. Это свидетельствует об углубляющейся неуверенности в своей социокультурной значимости.

При формулировании вопроса о *симпатии/одобрении наших современников в различных сферах деятельности* предполагалось осуществить широкий охват персон, принадлежащих к разным социокультурным сферам (политике, искусству, науке, образованию), дав возмож-

ность респондентам проявить личные пристрастия, а также имплицитно представить глубину погружения в среду массовой культуры.

Итоги контент-анализа показали неангажированность, малую осведомленность, отсутствие интереса к сфере политики — как в общероссийском, так и в региональном форматах. Более того, приходится сделать вывод о зафиксированной на уровне массового сознания дезинтеграции государства/власти и частного человека.

Своего *губернатора* респонденты указали лишь в 61,7% анкет (одобряют 32,7%), *мэра* — всего в 53,3% (одобряют 28%). Среди публичных политиков общероссийского ранга респондентами стабильно указываются люди, включение которых в список по данному вопросу ожидаемо: В. Путин (55), С. Лавров (26) и ряд других (положительная оценка деятельности политиков преобладает), В. Жириновский (оценка деятельности 25/10) и др. В 20 анкетах из 300 в качестве политика общероссийского ранга был упомянут А. Навальный (с преобладанием положительной оценки). Наконец, значимой особенностью реакции на эту часть опроса, фиксирующей аполитичность массового сознания, следует признать то, что более, чем в 1/3 анкет (110 респондентов) ответ не дан.

Среди представителей искусства, вызывающих одобрение у респондентов, прежде всего встречаются известные не только своим творчеством, но и медийным присутствием люди (Н. Михалков, К. Хабенский, Е. Миронов, В. Спиваков, В. Гергиев, Н. Цискаридзе А. Градский, О. Табаков). Некоторые персоны были упомянуты только в отрицательном ключе, причем респонденты называют их как реально принадлежащих к сфере массовой культуры (Ф. Киркоров, А. Волочкова, Д. Донцова, А. Учитель, присутствие которого в массовом сознании очевидно было связано лишь со скандалом вокруг проката фильма «Матильда»).

Аналогичными — случайными по набору имен, неточными по упоминанию стран и эпох — являются ответы, относящиеся к ученым (разброс от С. Джобса до М. Ломоносова), представителям массмедиа (разброс от журналиста В. Познера до актера Д. Нагиева).

ПЕРСОНАЛЬНЫЙ МОДУС: МАССОВОЕ И ЭЛИТАРНОЕ В ТВОРЧЕСТВЕ И ВОСПРИЯТИИ АУДИТОРИИ

В вопросе о принадлежности современных российских творцов к массовой или элитарной культуре, ко второму типу респонденты безусловно отнесли только В. Гергиева, что понятно, даже если учесть, что за пультом в театре или концертном зале его скорее всего не видели. Оперный дирижер, медийная персона, связанная в сознании массовой публики с классическим искусством, при этом не воспринимается в контексте его политически детерминированных акций, начиная с инициирования открытия филиала Мариинского театра на Дальнем Востоке и заканчивая концертами под открытым небом в Осетии или Сирии. Представителями массовой культуры большинство опрошенных сочли Т. Бекмамбетова, Б. Акунина, Е. Боярскую, Д. Донцову и, что неожиданно, Н. Михалкова, ряд фильмов которого («Неоконченная пьеса для механического пианино», «Без свидетелей»), а также телевизионная программа «Бесогон» явно не имеют массового распространения.

В качестве нетривиального результата видим характеристику писателя З. Прилепина, чьи тексты («Санька», «Обитель») вряд ли имеют широкую известность, скорее — его фигура как публициста-политика. Выборка показала следующие результаты: его принадлежность к массовой и элитарной культуре подчеркнуло практически равное количество респондентов (107 и 106). Аналогичные в плане установления пропорции результаты парадоксально получены еще только по одной фигуре — актера, режиссера и писателя С. Юрского (к массовой культуре — 118 респондентов, к элитарной — 121).

Мы придавали особое значение вопросу о событиях октября (по старому стилю)/ноября (по новому стилю) 1917 года. По умолчанию предполагалось, что найдутся желающие прокомментировать оценки и понятия, обра-

тившись к именам либо событиям. Но этого не произошло, очевидно, в силу характерной для массового сознания привычки к «общим словам» и «общим суждениям». Констатируем: из предложенных вариантов большинство респондентов (64%) отдали предпочтение традиционному названию «революция»; были выбраны также «бунт» (23,3%) и «переворот» (4%). Лишь 7,7% респондентов предложили свой вариант названия указанных событий: от «казни господ холопами», «захвата власти преступниками», «политтехнологического эксперимента», «операции по развалу и уничтожению страны» до «трагедии», «ужаса», «страха», «бедствия», «помрачения ума» (см. рис. 4).

Таким образом, получены отчетливые свидетельства: массовая культура в целом не безразлична для россиян, она является вызовом для формирования как активной, так и пассивной позиции ее потребителя. Опираясь на анализ ответов участников социокультурного опроса и созданную в рамках работ по проблематике гранта интегративную теоретико-методологическую базу, в целом разделяя эвристическую ценность релятивистской культурологической концепции архитектоники культуры И.В. Кондакова [22], мы акцентируем исторически обусловленную экзистенцию сегодняшней массовой культуры в сознании нашего современника как значимую среду жизни, причем не отрефлексированную на уровне личностных интенций самосознания.

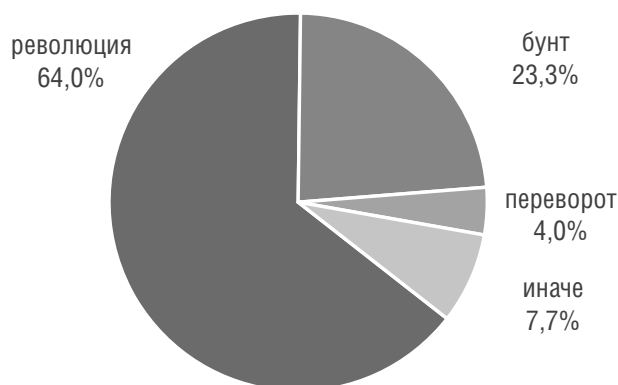


Рис. 4. Реакция респондентов на вопрос 14: «Как, с Вашей точки зрения, точнее всего назвать события, происшедшие в октябре (по старому стилю)/ноябре (по новому стилю) 1917 года?»

Список источников

1. Кондаков И.В. Массовая и элитарная культуры в структурно-функциональном освещении [Электронный ресурс] // Международные Лихачевские научные чтения. 2018. «Контуры будущего в контексте мирового культурного развития». Секция 3. «Взаимодействие культур и современная культурология». URL: http://www.lihachev.ru/pic/site/files/lihcht/2018/dokladi/KondakovIV_sec3_rus_izd.pdf (дата обращения: 10.07.2018).
2. Костина А.В. Взаимодействие культур в современном и конфликтогенном мире: стратегии и цели [Электронный ресурс] // Международные Лихачевские научные чтения. 2018. «Контуры будущего в контексте мирового культурного развития». Секция 3. «Взаимодействие культур и современная культурология». URL: http://www.lihachev.ru/pic/site/files/lihcht/2018/dokladi/KostinaAV_sec3_rus_17.04.18.pdf (дата обращения: 10.07.2018).
3. Тощенко Ж.Т. Кентавр-проблема (опыт философского и социологического анализа) : [монография]. Москва : Новый хронограф, 2011. 531 с.
4. Личность в современной русской культуре: культуросообразность образования и жизнеустройства : науч. сборник / под науч. ред. Т.С. Злотниковой, М.В. Новикова, Н.Н. Летиной. Ярославль: ЯГПУ, 2010. 220 с.
5. Личность в современной русской культуре: стратегии социокультурного изучения: учеб. пособие / под науч. ред. Т.С. Злотниковой, М.В. Новикова. Ярославль: ЯГПУ, 2009. 144 с.
6. Густякова Д.Ю., Дидковская Н.А., Шахова Е.А. Личность в современной российской провинции: приоритеты и перспективы // Ярославский педагогический вестник. 2014. № 4. Т. 1. С. 253–258.
7. Летина Н.Н., Еремин А.В., Шапошников В.А. Приоритеты и перспективы человека в современной российской провинции (по материалам социокультурного исследования) // Ярославский педагогический вестник. 2014. № 4. Т. 1. С. 259–263.
8. Массовая культура: российский дискурс (методология изучения, актуальные практики) : коллектив. монография / под науч. ред. Т.С. Злотниковой. Ярославль : РИО ЯГПУ, 2016. 623 с.
9. Коды массовой культуры: российский дискурс : коллектив. монография / под науч. ред. Т.С. Злотниковой, Т.И. Ерохиной. Ярославль: РИО ЯГПУ, 2015. 239 с.
10. Российский дискурс массовой культуры: эстетические практики и художественный образ: учеб. пособие / под науч. ред. Т.С. Злотниковой, Т.И. Ерохиной. Ярославль: РИО ЯГПУ, 2015. 227 с.
11. Злотникова Т.С., Киященко Л.П., Летина Н.Н., Ерохина Т.И. Особенности массовой культуры российской провинции // Социологические исследования. 2016. № 5. С. 110–114.
12. Злотникова Т.С., Летина Н.Н., Гапонова Ж.К. Молодежь в современной российской провинции: социокультурная рефлексия // Социологическая наука и социологическая практика. 2015. № 1 (9). С. 115–132.
13. Злотникова Т.С., Киященко Л.П. Диалог о методологии социокультурного исследования массовой культуры в России // Ярославский педагогический вестник. 2015. № 3. С. 211–219.
14. Злотникова Т.С. «Там, за нигде, за его пределом» (попытка диалога с философами) // Философия и культура. 2016. № 4. С. 603–611.
15. Трансдисциплинарность в философии и науке: подходы, проблемы, перспективы / под ред. В.А. Бажанова, Р.В. Шольца. Москва : Навигатор, 2015. 563 с.
16. Волкова Н.А., Катаева О.В., Ходанович М.А. Междисциплинарность в гуманитарном познании // Обсерватория культуры. 2018. Т. 15, № 1. С. 32–38. DOI: 10.25281/2072-3156-2018-15-1-32-38.
17. Шапинская Е.Н. Массовая культура: очерк теорий. У истоков // Культура культуры : науч. рецензир. период. электрон. изд. 2018. № 3. URL: <http://cult-cult.ru/mass-culture-essay-on-theories-origins/> (дата обращения: 10.07.2018).
18. Липский В.Н. Эстетическое отношение к массовому сознанию и массовой культуре // Ярославский педагогический вестник. 2016. Т. 3. С. 258–264.
19. Лебон Г. Психология масс // Психология масс : хрестоматия ; под ред. Д.Я. Райгородского. Самара : Изд. дом БАХРАХ-М, 1998. С. 11–130.
20. Ницше Ф. Человеческое, слишком человеческое; Веселая наука; Злая мудрость : сборник. Минск : Попурри, 1997. 701 с.
21. Злотникова Т.С., Ерохина Т.И. Глобализационный и аутентичный контексты рос-

сийской массовой культуры // Обсерватория культуры. 2017. Т. 14, № 3. С. 268–277. DOI: 10.25281/2072-3156-2017-14-3-268-277.

22. Кондаков И.В. Массовая культура: опыт теории относительности // Обсерватория культуры. 2017. Т. 14, № 5. С. 516–523. DOI: 10.25281/2072-3156-2017-14-5-516-523.

Russian Discourse of Mass Culture in the Focus of Socio-Cultural Research

Tatiana S. Zlotnikova*,
Natalia N. Letina**

Yaroslavl State Pedagogical University named after K.D. Ushinsky, 108/1, Respublikanskaya Str., Yaroslavl, 150000, Russia

E-mail: * zlotnts@rambler.ru, ** liotina@mail.ru

Abstract. *The article raises the problem of formation of the socio-cultural research algorithm that allows to reveal the unique ratio of the layers of Russian mass culture identified by the authors. There is presented the basis of sampling and content of survey materials. Particular attention is paid to the fact of continuity of studying the Russian discourse of mass culture in theoretical-methodological and empirical terms.*

The article defines the conceptual grounds that became the core of the socio-cultural survey: the Russian discourse of mass culture is correlated with the globalizational and authentic layers, the presence in which characterizes both the activity of creators and the work of mass consciousness in the perception of mass culture phenomena and self-consciousness.

The article summarizes the globalizational challenges and authentic answers presented in the materials of 300 questionnaires that were received, during the period from April 15 to December 30, 2017, from respondents representing geographically almost the whole of Russia (the cities of Murmansk, Kineshma, Krasnoyarsk, Rybinsk, Simferopol, Tambov; the major regional centers of Krasnoyarsk, Samara, Moscow, Saint Petersburg, Tyumen, Kazan; the small towns of Severomorsk, Novokuibyshevsk, Vsevolozhsk, Bolshoe Selo, Tutaevo, Achinsk).

The article proves that mass culture is not indifferent for Russians – it is a challenge for formation of both active and passive position of its consumer.

Having systematized the results of the socio-cultural survey of 2017, the article confirms the effectiveness of the integrative algorithm for socio-cultural study of mass culture perception, previously developed and tested in 2015. As a result, the article verifies the historically determined existence of modern mass culture in the consciousness of our contemporary as a significant environment of life, not reflected on the level of personal intentions of self-consciousness.

Key words: mass culture, Russian culture, modernity, environment of life, self-consciousness, collective intentions, interdisciplinary socio-cultural research.

Citation: Zlotnikova T.S., Letina N.N. Russian Discourse of Mass Culture in the Focus of Socio-Cultural Research, *Observatory of Culture*, 2018, vol. 15, no. 4, pp. 422–435. DOI: 10.25281/2072-3156-2018-15-4-422-435.

Acknowledgements.

This article is written with the financial support of the Russian Science Foundation, project No. 14-18-01833-II “Text and Context of Popular Culture: Russian Discourse”.

References

1. Kondakov I.V. Mass and Elite Culture in Structural and Functional Lighting, *Mezhdunarodnye Likhachevskie nauchnye chteniya*. 2018. «Kontury budushchego v kontekste mirovogo kul'turnogo razvitiya». Sektsiya 3. “Vzaimodeistvie kul'tur i sovremennaya kul'turologiya” [International Likhachov Scientific Readings. 2018. “The Contours of the Future in the Context of World Cultural Development”. Section 3. “Interaction of Cultures and Contemporary Cultural Studies”]. Available at: http://www.lihachev.ru/pic/site/files/lihcht/2018/dokladi/KondakovIV_sec3_rus_izd.pdf (accessed 10.07.2018) (in Russ.).
2. Kostina A.V. Interaction of Cultures in the Modern and Conflictogenic World: Strategies and

- Goals, *Mezhdunarodnye Likhachevskie nauchnye chteniya*. 2018. «Kontury budushchego v kontekste mirovogo kul'turnogo razvitiya». Sektsiya 3. "Vzaimodeistvie kul'tur i sovremennaya kul'turologiya" [International Likhachov Scientific Readings. 2018. "The Contours of the Future in the Context of World Cultural Development". Section 3. "Interaction of Cultures and Contemporary Cultural Studies"]. Available at: http://www.lihachev.ru/pic/site/files/lihcht/2018/dokladi/KostinaAV_sec3_rus_17.04.18.pdf (accessed 10.07.2018) (in Russ.).
3. Toshchenko Zh.T. *Kentavr-problema (opyt filosofskogo i sotsiologicheskogo analiza)* [Centaur-Problem (An Experience of Philosophical and Sociological Analysis)]. Moscow, Novyi Khronograf Publ., 2011, 531 p.
 4. Zlotnikova T.S., Novikov M.V., Letina N.N. (eds). *Lichnost' v sovremennoi russkoi kul'ture: kul'turosoobraznost' obrazovaniya i zhizneustroeniya: nauch. sbornik* [Personality in the Contemporary Russian Culture: Cultural Conformity of Education and Life Order: scientific collection]. Yaroslavl, YaGPU Publ., 2010, 220 p.
 5. Zlotnikova T.S., Novikov M.V. (eds). *Lichnost' v sovremennoi russkoi kul'ture: strategii sotsiokul'turnogo izucheniya: ucheb. posobie* [Personality in the Contemporary Russian Culture: Strategies of Social and Cultural Studies: textbook]. Yaroslavl, YaGPU Publ., 2009, 144 p.
 6. Gustyakova D.Yu., Didkovskaya N.A., Shakhova E.A. Personality in the Contemporary Russian Province: Priorities and Prospects, *Yaroslavskii pedagogicheskii vestnik* [Yaroslavl Pedagogical Bulletin], 2014, no. 4, vol. 1, pp. 253–258 (in Russ.).
 7. Letina N.N., Eremin A.V., Shaposhnikov V.A. Priorities and Prospects of the Person in the Modern Russian Province (On Materials of the Sociocultural Research), *Yaroslavskii pedagogicheskii vestnik* [Yaroslavl Pedagogical Bulletin], 2014, no. 4, vol. I, pp. 259–263 (in Russ.).
 8. Zlotnikova T.S. (ed.) *Massovaya kul'tura: rossiiskii diskurs (metodologiya izucheniya, aktual'nye praktiki): kollektiv. monografiya* [Mass Culture: Russian Discourse (Methodology of the Study, Current Practices): collective monograph]. Yaroslavl, RIO YaGPU Publ., 2016, 623 p.
 9. Zlotnikova T.S., Erokhina T.I. (eds). *Kody massovoi kul'tury: rossiiskii diskurs: kollektiv. monografiya* [Codes of Mass Culture: Russian Discourse: collective monograph]. Yaroslavl, RIO YaGPU Publ., 2015, 239 p.
 10. Zlotnikova T.S., Erokhina T.I. (eds). *Rossiiskii diskurs massovoi kul'tury: esteticheskie praktiki i khudozhestvennyi obraz: ucheb. posobie* [Russian Discourse of Mass Culture: Aesthetic Practices and Artistic Image: textbook]. Yaroslavl, RIO YaGPU Publ., 2015, 227 p.
 11. Zlotnikova T.S., Kiyashchenko L.P., Letina N.N., Erokhina T.I. Specifics of Popular Culture in Russian Province, *Sotsiologicheskie issledovaniya* [Sociological Studies], 2016, no. 5, pp. 110–114 (in Russ.).
 12. Zlotnikova T.S., Letina N.N., Gaponova Zh.K. Youth in Contemporary Russian Province: Socio-Cultural Reflection, *Sotsiologicheskaya nauka i sotsiologicheskaya praktika* [Sociological Science and Social Practice], 2015, no. 1 (9), pp. 115–132 (in Russ.).
 13. Zlotnikova T.S., Kiyashchenko L.P. Dialogue about Methodology of Sociocultural Research of Mass Culture in Russia, *Yaroslavskii pedagogicheskii vestnik* [Yaroslavl Pedagogical Bulletin], 2015, no. 3, pp. 211–219 (in Russ.).
 14. Zlotnikova T.S. "There, beyond the Nowhere, beyond its Limits" (An Attempt of Dialogue with Philosophers), *Filosofiya i kul'tura* [Philosophy and Culture], 2016, no. 4, pp. 603–611 (in Russ.).
 15. Bazhanov V.A., Sholts R.V. (eds). *Transdistsiplinarnost' v filosofii i nauke: podkhody, problemy, perspektivy* [Transdisciplinarity in Philosophy and Science: Approaches, Problems, Prospects]. Moscow, Navigator Publ., 2015, 563 p.
 16. Volkova N.A., Kataeva O.V., Khodanovich M.A. Interdisciplinarity in the Humanitarian Knowledge, *Observatoriya kul'tury* [Observatory of Culture], 2018, vol. 15, no. 1, pp. 32–38 (in Russ.). DOI: 10.25281/2072-3156-2018-15-1-32-38.
 17. Shapinskaya E.N. Mass Culture: Essay on Theories. Origins, *Kul'tura kul'tury: nauch. retsenzir. period. elektron. izd.* [Culture of Culture: scientific peer-reviewed electronic periodical], 2018, no. 3. Available at: <http://cult-cult.ru/mass-culture-essay-on-theories-origins/> (accessed 10.07.2018) (in Russ.).
 18. Lipsky V.N. Aesthetic Attitude towards Mass Consciousness and Mass Culture, *Yaroslavskii pedagogicheskii vestnik* [Yaroslavl Pedagogical Bulletin], 2016, vol. 3, pp. 258–264 (in Russ.).
 19. Le Bon G. The Crowd: A Study of the Popular Mind, *Psikhologiya mass: khrestomatiya* [The Psychology

- of Masses: chrestomathy]. Samara, BAHRAH-M Publ., 1998, pp. 11–130 (in Russ.).
20. Nietzsche F. *Chelovecheskoe, slishkom chelovecheskoe; Veselaya nauka; Zlaya mudrost': sbornik* [Human, All Too Human; The Gay Science; The Evil Wisdom: collection]. Minsk, Popurri Publ., 1997, 701 p.
21. Zlotnikova T.S., Erokhina T.I. The Globalization and Authentic Contexts of the Russian Popular Cul-
ture, *Observatoriya kul'tury* [Observatory of Culture], 2017, vol. 14, no. 3, pp. 268–277 (in Russ.). DOI: 10.25281/2072-3156-2017-14-3-268-277.
22. Kondakov I.V. Mass Culture: The Experience of the Theory of Relativity, *Observatoriya kul'tury* [Observatory of Culture], 2017, vol. 14, no. 5, pp. 516–523 (in Russ.). DOI: 10.25281/2072-3156-2017-14-5-516-523.

Правила предоставления статей в журнал «ОБСЕРВАТОРИЯ КУЛЬТУРЫ»

ОБЪЕМ СТАТЕЙ



30 000 знаков или
4 000 слов, или
12–15 страниц,
шрифт Times New
Roman, 12 pt,
интерлиньяж 1,5
Реферат не менее
250 слов

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ



- 1** Имя, Отчество, Фамилия
- 2** место работы (учебы),
должность
- 3** почтовый адрес
организации
- 4** ученая степень,
ученое звание
- 5** e-mail

ИЛЛЮСТРАЦИИ



300 dpi
должны иметь
подрисовочные подписи,
быть адаптированы
для черно-белой
печати высокого качества,
отдельными файлами
TIFF/JPG

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ



Любое цитирование и/или
упоминание в тексте статьи
имен ученых/исследователей
должны сопровождаться
отсылками на их работы.

Источники приводятся по
ГОСТ Р 7.05-2008 в порядке
упоминания/цитирования
в статье.

Не менее **20**



Редакция принимает только оригинальные, не публиковавшиеся ранее научные статьи.
Правовые вопросы, связанные с публикацией в журнале, включая обязательства сторон (автора и издателя),
регулируются на основе подписанного Акцепта к Публичной оферте.

<http://observatoria.rsl.ru/>

observatoria@rsl.ru