

УДК 316.733

**МАССОВАЯ КУЛЬТУРА МЕЖДУ "ПИСАТЕЛЕМ" И "ЧИТАТЕЛЕМ":  
ПРОБЛЕМА КУЛЬТУРНОЙ КОМПЕТЕНЦИИ**

**Легеза Сергей Валерьевич** – кандидат исторических наук, доцент кафедры социологии Днепропетровского национального университета им. О. Гончара

*В статье исследуется проблема взаимовлияния массовой культуры и социокультурных особенностей современного общества. В частности, рассматривается проблема читательской аудитории и изменений, характерных для ситуации постмодерна. Рассмотрена проблема сетевых сообществ в рамках формирования "культурной компетенции" в условиях усложнения двусторонних коммуникаций.*

**Ключевые слова:** массовая культура, аудитория, культурная компетенция, сетевые виртуальные сообщества.

*У статті досліджується проблема взаємозв'язу масової культури та соціокультурних особливостей сучасного суспільства. Зокрема, розглядається проблема читачької аудиторії і змін, характерних для ситуації постмодерну. Розглянута проблема мережевих спільнот у межах формування "культурної компетенції" в умовах ускладнення двосторонніх комунікацій.*

**Ключеві слова:** масова культура, аудиторія, культурна компетенція, мережеві віртуальні спільноти.

*The problem of influence of mass culture and social structures of modern society is examined in the article. In particular, the problem of reader audience and changes which take place with it in the changing terms of modern society is examined. The problem of network associations is analysed as the family "expert groups" in the conditions of the unfolded bilateral communications.*

**Key words:** mass culture, audience, cultural jurisdiction, network virtual associations.

Среди функций, с реализацией которых связывают массовую культуру, достаточно весомой остается трансляция актуальной системы ценностно-нормативных ориентиров – как и выработка новых ее элементов. Так, на сегодняшний день принято, например, рассматривать в качестве коррелирующих следующие процессы: становление промышленного городского пространства; процессы урбанизации в 19-20-м вв.; выработка новых культурных стандартов (при разрушении устойчивых систем традиционного знания); становление массовой культуры [5, с. 13-20]. Например, У.Эко, вслед за рядом исследователей, указывает на тесную связь массовой культуры и социальных процессов (в частности, на то, что катализация революционных настроений во Франции периода революции 1848 года в том числе связана и с расширением читательской аудитории романа-фельетона за счет пролетариата и социальных низов)[7, с. 233].

Идеи о зависимости социальных рецепций от подвижных условий человеческого существования вообще и культурного производства в частности – вообще вполне устоявшиеся в рамках социологического дискурса. Меняющийся контекст современной цивилизации естественным образом влечет за собой изменения как в формах культурного продукта, реализуемого в обществе, так и в смыслах (идеологических и мировоззренческих), актуализируемых через культуру. Массовая культура в подобных условиях становится удобной лакмусовой бумажкой для фиксации сдвигов социального целого (или, по крайней мере, – для фиксации характерных тенденций в этом отношении).

Это напрямую соотносит нас с проблематикой "идеологий", понимаемых в расширительном значении сознательного или спонтанного производства отдельными социальными группами, стратами и институтами объясняющих "картин мира". Массовая культура порождается идеологическими играми – но и порождает эти последние. Здесь речь может идти как о предположениях насчет сознательных стратегий доминирующих социальных групп (в духе неомарксистского, неограмшианского анализа), так и о слаборефлективных "мироустроительных" схемах "спонтанных идеологий" потребителей массовой культуры, зависящих, например, от места, занимаемого социальным субъектом в социальном пространстве.

Одновременно, это актуализирует и обратные тенденции – исследования процессов формирования мировоззренческих доминант под воздействием элементов массовой культуры. Здесь принципиально

необходимым становится анализ влияния идеологических конструктов пространства "фиксированной культуры" на общество и общественное сознание (либо же – на ментальные конструкции репрезентативных социальных групп). То есть, речь здесь идет не об абстрактной "идеологии-как-таковой", но о конкретных фактах (и даже – "артефактах") жанровой литературы, популярного кинематографа, медийного пространства в их связи с интеллектуальными конструктами. Несколько последних десятилетий именно при исследовании этой проблемы наблюдается плодотворное взаимодействие социологических методов исследования с методами, почерпнутыми из близких дисциплинарных полей – например, речь здесь могла бы идти о семиотическом анализе [7]. Вообще, опыт взаимодействия социологической проблематики с семиотическими или постструктуралистскими методами исследования обогатил социологическое теоретизирование именно в смысле переориентации на пространство вещественных культурных явлений (вполне представительны здесь работы Р.Барта [1] или раннего Ж. Бодрийара [2]).

В сущности, именно взаимообмен между формами "фиксированной культуры" и элементами повседневного мира в их ценностном измерении, выступает базовым моментом трансформации темы массовой культуры в современной социологической аналитике. Проблема влияния "текстов" (в расширительном – соответственно распространенным семиотическим концепциям [4] – смысле данного понятия) на социум – едва ли не наиболее проговариваемая проблема.

Здесь, однако, следует сделать необходимую и значимую оговорку: подобное влияние рассматривается, прежде всего, в контексте восприятия культуры в качестве имплицитного феномена (например, проблемы влияние массовой культуры на нормы и ценности молодого поколения, на возникновение дисфункций в процессах социализации). Мы же имеем в виду проблему взаимозависимости форм, которые принимает массовая культура и условий культурного (вос)производства – проблему возможного обратного влияния социальной среды (и актуальных представлений о мире и человеке) на формы, которые принимают продукты массовой культуры, и на смыслы, которые в ней (ре)транслируются и (вос)создаются.

Достаточно перспективным остается такой аспект исследований культурного пространства и производства, как проблема аудитории в ее взаимодействии с феноменами культуры (массовой культуры прежде всего). Представительной здесь, с нашей точки зрения, является концепция читателя как активного участника процесса культурного производства. Культура может быть воспринята как сложное семиотическое образование, как результат специфического взаимодействия "текста" и "читателя" [6]. В рамках же исследовательской процедуры семиотического анализа, "текст" воспринимается в качестве такого рода сообщения, которое не просто усваивается, но вычитывается всякий раз наново, проходит процесс постоянной реактуализации в момент своего потребления. Всякий новый читатель, всякое новое поколение, социальная группа, субкультура выступает своеобразным соавтором авторского усилия по производству смыслового сообщения. В свою очередь, сам текст воспринимается как изменчивая совокупность смыслов, зависящая – до определенной степени – от контекста (в том числе и социального либо культурного) некоторого сиюминутного "здесь-и-сейчас".

В рамках исследования культуры это требует и усложнения взгляда на влияние массовой культуры на общественное сознание (как и углубление исследований "идеологии" как результата социального взаимодействия). Массовая аудитория не воспринимается как инертная масса, готовая поддаваться воздействию СМИ в рамках неограниченных во времени и степени влияния стратегий. Наоборот, аудитория становится понятием, что подразумевает принципиальную активность и неоднородность, сегментированность.

Представления об активном характере аудитории, в свою очередь, позволяет предполагать усложнение форм взаимодействия "текста" массовой культуры с его реципиентами. Например, при отсутствии представительного критического дискурса об объектах фиксированной культуры, именно аудитория становится пространством не только воспроизводства, но и производства критических смыслов, выступает в качестве своеобразного "культурного эксперта".

Последнее требует обратить внимание на особенности современного коммуникативного пространства. Изменения, которые произошли здесь за последние десять лет, весьма показательны (как сугубо технологического характера – в смысле ввода новых систем и каналов коммуникации (от интернет до мобильной телефонии), так и социальных в своей основе – например, рост числа сетевых виртуальных сообществ или изменения в формате коммуницирования в системе "быстрой письменной речи" в сети интернет). В рамках проблематики нашей статьи укажем прежде всего на принципиальную подвижность и взаимопереходность однонаправленной еще недавно системы "писатель"- "критик"- "читатель". Любая из трех ролей (по сути, ролей социальных) теперь не фиксирована жестко: возможны переходы с любого звена и в любую сторону. Дистанцированность "писателя" (как "творца", производящего смыслы) от аудитории и от поля критической рецепции в условиях современной массовой культуры и массовизации каналов

комунікування – фактично скасована. Але й позиція "читача" активно трансформується. Змінення стосуються, перш за все, переоцінки його місця в системі виробництва культурного тексту – отримав він не просто споживач, а активне ланка в взаємодіях між письменником і світом. Показателем тут є, наприклад, т.н. "бета-тестинг": попереднє прочитання майбутньої книги представниками ймовірної цільової аудиторії з висловлюванням письменнику системних зауважень. Що неабияк важливо, передбачається, що думка читачів стає приводом до трансформації остаточної редакції тексту (того самого, що передбачає активне вплив на цільову аудиторію – по виходу з друку).

З даною групою обставин пов'язано ще одне явище, характерне для сучасної масової культури: дуже часто її "кінцеве повідомлення" представляє собою не стільки "текст" (відносимий до поняття "конвенції" і "стійкості"), скільки "сукупність со-представлених текстів". Найпростішим випадком тут могли б бути мережні літературні конкурси, де важливим стає не стільки остаточний результат ("хто переміг"), а сам процес активної обговорення представлених на розгляд письменників/критиків/читачів текстів. Неабияк важливим тут стає те, що оцінка таких текстів проводиться, в першу чергу, в онлайн-режимі (фактично, ми бачимо тут реальний діалог і "препарування значень в прямому ефірі") і, в другу чергу, з рухливістю ролей "письменник"- "критик"- "читач" (оскільки кожен пишучий учасник конкурсу миттєво стає і читачем, і "критиком", виносячи висновок про вироблені конкурента – висновок, здатний впливати на остаточне розподілення призових місць конкурсу) [див., наприклад: 3]. Враховуючи, що достатньо важливою частиною "ігрових" на конкурсах текстів так чи інакше стають опублікованими видавництвами, то проблема рухливості в просторі культурної компетенції здається нам дуже значимою в умовах сучасного суспільства.

В цілому, на сьогоднішній день ми бачимо суттєві зміщення звичайних схем (виробництва систем актуальних цінностей – і перш за все в умовах змінення соціальних значень і контекстів. Структурна система "тиску ідеологій" і/або "ігри ідеологій", що лежать в основі більшості передбачуваних актуальними пояснювальних схем функціонування масової культури, активним чином переформатується – і на рівні теоретичної роботи і (що більш значимо) на рівні реального існування досліджуваних феноменів.

**ЛІТЕРАТУРА:** 1. Барт Р. Мифологія. – М., 1996. – 314 с. 2. Бодрийяр Ж. Система речей. – М., 2001. – 220 с. 3. Конкурс "Рвана Грелка" / [Електронний ресурс]: <http://grelka.teamslc.net/18/> 4. Лотман Ю.М. Чоловік – текст – семиосфера – історія. – М., 1996. – 456 с. 5. Хренов Н.А. Зрелище в епоху повстання мас. – М., 2006. – 646 с. 6. Еко У. Відкрите вироблення. – М., 2004. – 384 с. 7. Еко У. Роль читача. Дослідження по семиотическому тексту. – М., 2005. – 502 с.