

<https://doi.org/10.37816/2073-9567-2025-78-103-115>



УДК 008

ББК 71.1

Научная статья/Research article

This is an open access article distributed under
the Creative Commons Attribution 4.0
International (CC BY 4.0)

© 2025 г. В.С. Шовиков
г. Москва, Россия

© 2025 г. О.А. Запека
г. Москва, Россия

МАССОВАЯ КУЛЬТУРА В КОНТЕКСТЕ ПОСТМОДЕРНИСТСКИХ ПАРАДИГМ

Аннотация: Появление понятия массовой культуры тесно связано с теорией массового общества Хосе Ортеги-и-Гассета, разработанной им в 20-х – 30-х гг. XX в., в рамках которой сложились канонические представления о массовой культуре, как культуре, рассчитанной на массовое потребление. Среди ключевых характеристик массовой культуры, отмечаемых исследователями, можно выделить ее «коммерциализированность» и «демократичность». Рассмотрение места и роли, которые присущи массовой культуре в постмодернистском обществе, предполагает уточнение понятий постмодерн и постмодернизм. Неоднозначность и размытость терминологии приводит к тому, что само понятие постмодернизма теряет свою функциональность в академическом научном подходе. Некоторые исследователи (М.К. Рыклин, Т. Кибиров) занимают в этом вопросе крайние позиции. Понятие «постмодернизм» имеет непосредственную взаимосвязь с термином «постмодерн». Наиболее распространенное и часто встречающееся значение термина «постмодерн» — это «состояние современной культуры, включающее в себя пред-постнеклассическую философскую парадигму, допостмодернистское искусство, а также массовую культуру этой эпохи». Под «постмодерном» мы понимаем состояние современной культуры, под «постмодернизмом» — научно-философское направление, сложившееся в рамках постмодернистской научной парадигмы. Продукты массовой культуры постмодерна являются наилучшим материалом для исследования сознания человека современной эпохи.

Ключевые слова: Постмодернизм, массовая культура, постмодерн, Х. Ортега-и-Гассет, У. Эко, Лиотар, дискурс, Ж. Бодрийяр, дегуманизация.

Информация об авторах:

Валентин Сергеевич Шовиков — независимый исследователь, г. Москва, Россия.

E-mail: valentin.shovikov@gmail.com

Оксана Анатольевна Запека — кандидат философских наук, доцент, Институт славянской культуры, Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство), Хибинский пр., д. 6, 129337 г. Москва, Россия.

ORCID ID: <https://orcid.org/0009-0009-5697-7236>

E-mail: zana5@yandex.ru

Дата поступления статьи: 14.06.2025

Дата одобрения рецензентами: 23.10.2025

Дата публикации: 28.12.2025

Для цитирования: Шовиков В.С., Запека О.А. Массовая культура в контексте постмодернистских парадигм // Вестник славянских культур. 2025. Т. 78. С. 103–115. <https://doi.org/10.37816/2073-9567-2025-78-103-115>

В последние годы произошло определенное падение интереса к постмодернизму, но тем не менее постмодерн остается одной из ведущих исторических тенденций современности, поэтому и постмодернизм сохраняет известное значение, прежде всего это относится к его относительно малоисследованным аспектам, в числе которых могут быть указаны и особенности понимания роли массовой культуры в контексте постмодернистических парадигм.

Под массовой культурой принято понимать всю «культурную продукцию (в самом широком смысле слова — от произведений искусства до потребительских товаров и кулинарии), создаваемую и распространяющую профессионалами в расчете на потребление на коммерческой основе широкими массами людей вне зависимости от социального положения, пола, возраста, национальности и т.д.» [7, с. 307].

Появление понятия массовой культуры тесно связано с теорией массового общества Хосе Ортеги-и-Гассета, разработанной им в 20-х – 30-х гг. XX в., в рамках которой сложились канонические представления о массовой культуре, как культуре общедоступной, стандартизированной, рассчитанной на массовое потребление и на усредненный массовый вкус. Образование массового общества испанский философ связывал, во-первых, с демографическим взрывом, во-вторых, с достижениями европейской цивилизации:

Три начала сделали возможным этот новый мир: либеральная демократия, экспериментальная наука и промышленность. Два последних фактора можно объединить в одно понятие — техника [19, с. 57].

Массовая культура понимается Ортегой-и-Гассетом как культура массы, не способной воспринимать образцы высокой культуры, а потому упрощающей их под себя.

Среди ключевых характеристик массовой культуры, отмечаемых исследователями, можно выделить ее «коммерциализированность» и «демократичность».

Под демократичностью понимается доступность продуктов массовой культуры для всех членов общества. Эта особенность была отмечена еще в работе американского профессора Д. Белла «Конец идеологии». В ней Белл рассматривает «массовое производство» и связанное с ним «массовое потребление», как определяющие характер современного ему общества явления. В рамках этой концепции человек в обществе рассматривается как приданок техники. Говоря о присущей такому обществу культуре Белл подчеркивает:

Эта культура демократична. Она адресована вам, людям без различия классов, наций, уровня бедности и богатства. Кроме того, благодаря современным средствам массовой коммуникации людям стали доступны многие произведения искусства, имеющие высокую художественную ценность [1].

Коммерциализированность означает тесную связь массовой культуры с рыночными отношениями. Эту тенденцию, рассуждая об искусстве в целом, отмечал Питирим Сорокин в середине XX в.:

Как коммерческий товар для развлечений, искусство все чаще контролируется торговыми дельцами, коммерческими интересами и веяниями моды. <...> Подобная ситуация творит из коммерческих дельцов высших ценителей красоты, принуждает художников подчиняться их требованиям, навязываемым вдобавок через рекламу и другие средства массовой информации [6, с. 452].

Весь мировой опыт убеждает, что именно этот тип культуры органически сочетается с культурой мира, демократией в политике и рынком в экономике. Почему происходит так, объяснить достаточно просто. Идея согласования интересов, равных прав, когда у каждого один голос, в области культуры проявляется в праве каждого купить (или не купить) билет, диск, книгу, включить (или не включить) радио или телевизор, в результате чего масса людей получает возможность систематически «заказывать» такую культуру, которая соответствует ее устремлениям, т. е. отвоевывает права, ранее принадлежавшие только элитам (по происхождению, богатству или образованию) [6, с. 452].

В начале XXI в. исследователи-культурологи, анализируя современную нам массовую культуру, констатируют те же явления:

Современные тенденции <...> имеют кумулятивный характер и уже привели к созданию критической массы изменений, затронувших самые основы содержания и деятельности культурных институтов. К наиболее значимым из них, на наш взгляд, относятся: коммерциализация культуры, демократизация, размытие границ — как в области знания, так и в области техники, — а также преимущественное внимание к процессу, а не к содержанию [4, с. 40].

В рамках модернистской теории массовой культуры складывается оппозиция массовой и элитарной культур, полноценно отраженная в ранних взглядах Умберто Эко, отождествлявшего массовую художественную культуру с китчем и противопоставлявшего его высокой культуре, репрезентированной авангардом. По мнению Эко, китч — это «идеальная пища для ленивой аудитории», которая желает получать удовольствие, не прикладывая к этому никаких усилий, которая уверена, что наслаждается подлинной репрезентацией мира, а на самом деле в состоянии воспринимать лишь «вторичную имитацию первичной власти образов» [18, с. 174].

Таким образом, массовая культура — это любая культурная продукция, создаваемая для массового потребления. Ее важнейшими особенностями принято считать «демократизм», т. е. простоту и понятность содержания всем слоям общества, а также тесную интеграцию в структуру рыночных отношений товаров и услуг, определяемую как тенденция к коммерциализации.

Функции массовой культуры в формате культуры постмодерна

Прежде чем приступить к рассмотрению места и роли, которые массовая культура играет в постмодернистском обществе, необходимо определиться с понятиями постмодерн и постмодернизм. Эта необходимость связана прежде всего с отсутствием строгого терминологического значения этих двух иногда даже замещающих друг друга понятий и связанной с этой проблемой дискуссией.

Впервые термин постмодернизм был употреблен в книге Р. Равница «Кризис европейской культуры» (1917). В 1934 он был использован Ф. де Онизом для обозна-

чений авангардистских поэтических опытов начала XX в., радикально отвергающих предшествующую литературную традицию. С 1939 по 1947 гг. в работах А. Тойнби было конституировано содержание понятия «постмодернизм» как обозначающего современную (от Первой мировой войны) эпоху, принципиально отличную от предшествующей эпохи модерна. В конце 1960-х – 1970-х гг. термин «постмодернизм» использовался для фиксации новаторских тенденций в таких сферах, как архитектура, искусство и литература.

Существует позиция, в рамках которой постмодернизм понимается как интеллектуально-философская рефлексия над «состоянием постмодерна». «Новейший философский словарь. Постмодернизм» дает постмодернизму следующее определение — «направление современного философствования, содержательно и ценностно позиционирующее себя вне рамок классической и неклассической традиции в качестве постнеклассической философии» [18, с. 425].

По мнению Ю. Хабермаса, постмодернизм есть «культурный продукт» эпохи постмодерна [8]. Также постмодернизм нередко трактуется как специфический жанр в рамках экспансии «новой французской философской волны» (Р. Барт, Ж. Батай, Ж. Бодрийяр, П. Вирильо, Ж. Делез, Ж. Деррида, Ю. Кристева, Ж.-Ф. Лиотар, М. Фуко и др.)

Такая неоднозначность и размытость в значении приводит к тому, что постмодернизм как научный термин теряет свою функциональность. Например, рассматривая постмодернизм только в его искусствоведческом значении, Умберто Эко констатирует: «к сожалению, «постмодернизм» — термин, годный a tout faire (на любой случай — фр.). У меня такое чувство, что в наше время все употребляющие его прибегают к нему всякий раз, когда хотят что-то похвалить. К тому же его настойчиво продвигают в глубь веков. Сперва он применялся только к писателям и художникам последнего двадцатилетия; потом мало-помалу распространился и на начало века; затем еще дальше; остановок не предвидится, и скоро категория постмодернизма захватит Гомера» [10, с. 75].

Некоторые исследователи занимают в этом вопросе весьма крайние позиции. Так, российский философ и культуролог М.К. Рыклин считает, что «термин «постмодернизм» выдуман журналистами» [17, с. 2], что под этим словом «образуется целая свалка из самых разных философов» [17, с. 2], и что «в философской литературе мы должны вообще отказаться от этого термина, оставив его для нужд интеллектуальных публицистов, когда те обращаются к многомилионной аудитории» [17, с. 2]. Или, например, известный русский поэт, писатель и публицист Тимур Кибиров считает, что постмодернизма как художественного направления вообще не существует:

Нам было бы очень полезно отказаться от этого термина, но, видимо, уже поздно — слово прижилось. На самом деле никакого постмодернизма как эстетически оформленного художественного течения вроде романтизма, сентиментализма или классицизма не было и нет. Состояние культуры, которое неудачно назвали постмодернизмом, я определяю из другого. В определенный момент культура осознала, что авангардистский бунт потерпел крах. Не получилось никого сбросить с Парохода современности. Написать роман лучше «Войны и мира» не удалось. Написать поэму лучше, чем «Медный всадник», не удалось. Зато можно написать другие! Стало очевидно, что современной культуре нужно каким-то образом наладить отношения с классической культурой. Этую ситуацию и назвали постмодернизмом, хотя вариантов того, как именно современные авторы данную связь устанавливали, — миллионы [14, с. 2].

Очевидно, что понятие «постмодернизм» имеет непосредственную взаимосвязь с термином «постмодерн». Наиболее распространенное и часто встречающееся значение термина «постмодерн» — это «состояние современной культуры, включающее в себя пред-постнеклассическую философскую парадигму, допостмодернистское искусство, а также массовую культуру этой эпохи» [18]. Такое понимание постмодерна связывается с вышедшей в 1979 г. работой знаменитого теоретика культуры постмодерна Жан Франсуа Лиотара «Состояние постмодерна: доклад о знании», где утверждается понятие постмодерна как ситуации в современной культуре:

Это слово (постмодерн) появилось на свет на американском континенте из-под пера социологов и критиков. Оно обозначает состояние культуры после трансформаций, которым подверглись правила игры в науке, литературе и искусстве в конце XIX века [16, с. 9].

Рассматривая предметом своего исследования «состояние знания в современных наиболее развитых обществах», Лиотар видит причину вышеупомянутых трансформаций в «кризисе рассказов». Под «рассказом», а точнее будет сказать, под «метарассказом», Лиотар понимает дискурс, в рамках которого происходит легитимация получаемого в результате научного исследования знания. Проясняя значение термина «постмодерн», Лиотар подытоживает: «мы считаем «постмодерном» недоверие в отношении метарассказов» [16, с. 11]. Т. е. под «постмодерном» у Лиотара понимается критическое переосмысление существующего научного знания и способов его получения.

Похожее значение приобретает понятие «постмодерн» и у Умберто Эко, который рассматривает его применительно к ситуации в искусстве, и использует термин «постмодернизм».

Должен сказать, что я сам убежден, что постмодернизм — не фиксированное хронологическое явление, а некое духовное состояние, если угодно, *Kunstwollen* (воля искусства — нем.) — подход к работе. В этом смысле правомерна фраза, что у любой эпохи есть собственный постмодернизм, так же как у любой эпохи есть собственный маньеризм (хотя я и не решил еще — не является ли постмодернизм переименованием маньеризма как метаисторической категории). По-видимому, каждая эпоха в свой час подходит к порогу кризиса, подобного описанному у Ницше в «Несвоевременных размышлениях», там, где говорится о вреде историзма. <...> Но наступает предел, когда авангарду (модернизму) дальше идти некуда, поскольку он пришел к созданию метаязыка, описывающего невозможные тексты (т. е. концептуальное искусство). Постмодернизм — это ответ модернизму: раз уж прошлое невозможно уничтожить, ибо его уничтожение ведет к немоте, его нужно переосмыслить, иронично, без наивности [9, с. 75–77].

Итак, под «постмодерном» мы будем понимать состояние современной культуры, под «постмодернизмом» — научно-философское направление, сложившееся в рамках постмодернистской научной парадигмы.

Массовая культура, понимаемая как весь спектр «культурной продукции», создаваемой и распространяемой в расчете на потребление на коммерческой основе, играет ключевую роль в созданной Ж. Бодрийяром социальной и экономической картине современного общества («Система вещей» [13], «Общество потребления: его мифы, его структуры» [11], «Символический обмен и смерть» [12]).

Весь общественный дискурс потребления, по Бодрийяру, принято основывать на наивной антропологии рационального “*homo economicus*”, включающей идеи вещей (предметов потребления), потребностей и их удовлетворения. Этот дискурс всецело тавтологичен: с одной стороны, индивид приобретает некоторую вещь, потому

что испытывает в ней потребность, а с другой — потребители «естественным образом» испытывают потребность именно в тех вещах, которые в настоящий момент предлагаются рынком.

Как пишет Бодрийяр, «...истина потребления состоит в том, что оно является функцией не удовольствия, <...> функцией не индивидуальной, но непосредственно и всецело коллективной» [11, с. 107]. Потребляется скорее не сама вещь (в физическом смысле), а идея отношения между вещами: потребление представляет собой систематический акт манипуляции знаками, который определяет социальный статус посредством различий. «...Логика потребления определяется как манипуляция знаками» [11, с. 150].

Потребление — резюмирует Бодрийяр в заключении книги, — это «активный модус отношения — не только к вещам, но и к коллективу, и ко всему миру, — что в нем осуществляется систематическая деятельность и универсальный отклик на внешние воздействия, что на нем зиждется вся система нашей культуры» [13, с. 213].

В целом, по убеждению Бодрийяра, всегда рациональный «дискурс вещей» (товаров) и их производства, а также дискурс объекта потребления как знаковой функции, структурируют поведение человека («дискурс субъекта»). Не потребности являются основанием для производства товара, а напротив — машина производства и потребления продуцирует «потребности».

Конечно, рассмотренная выше концепция социального пространства через дискурс потребления (потребления прежде всего массовой культуры) не бесспорна. Как и во всей своей философии, в этом исследовании Бодрийяр стремится занять крайнюю критическую позицию. Некоторые выводы философа кажутся убедительными; некоторые, в особенности это касается его концепции массового и элитарного искусства, выглядят несколько натянуто. Рассматривая поп-арт, как современное искусство, Бодрийяр стремится ответить на ключевой для него вопрос:

...является ли поп-арт формой современного искусства, выражающей логику знаков и потребления, о которой мы говорим, или же он является только результатом моды и, значит, сам выступает как чистый объект потребления? [11, с. 151].

Другими словами, Бодрийяр считает, что только в том случае, если поп-арт стремится выразить свое видение социокультурного пространства, то он может считаться искусством. И, разумеется, этому требованию искусство постмодерна не удовлетворяет.

Таким образом, исходя из концепции Бодрийяра, можно сделать два вывода относительно массовой культуры. Во-первых, поскольку и массовая культура, в искусстве представленная китчем, и элитарная культура, презентованная авангардом, существуют в поле «дискурса потребления», то противопоставление этих двух областей более не имеет под собой качественного смысла. И во-вторых, функции массовой культуры отныне тоже реализуются в области удовлетворения социальных и психологических, а не эстетических потребностей.

Любопытно, что к подобным выводам, но другим путем пришел и крупнейший русский теоретик массовой культуры 1990-х гг. К.Э. Разлогов в своих монографиях «Коммерция и творчество: враги или союзники?», «По ту сторону наслаждения. Дар или проклятье? Мозаика массовой культуры». Разлогов — противник использования термина «массовая культура» как синонима «оболванивания масс». По его мнению, «Искусство образованных» превратилось в одну из множества субкультур в обществе со свободой выбора, развитыми средствами массовой коммуникации и правом на свое

автономное культурное развитие. Более того, в новых условиях массовая культура вынуждена была принять на себя некоторые функции религии, «в первую очередь определяющую функцию гармонизации психической деятельности» [5, с. 161, 163, 209].

Разлогов вводит категорию «художественный процесс» (процесс создания новизны в рамках культурного дискурса), что позволяет снять противопоставление понятий «элиты» и «масса», «элитарная» и «массовая» культура, поскольку в художественном процессе участвует все общество, а не только элита. Человек является, следовательно, одновременно и творцом, и потребителем искусства (независимо от уровня образования и качества его эстетического вкуса) [2].

Таким образом, можно утверждать, что представления о массовой культуре в рамках теории постмодернистского общества меняются следующим образом.

Во-первых, массовая культура перестает восприниматься как способ адаптации классики для необразованного большинства или способ «оболванивания масс». Теперь она рассматривается как значительная область современной культуры, выполняющая важнейшие социальные и психологические функции.

Во-вторых, массовое искусство существует прежде всего не в эстетическом, а социально-экономическом пространстве.

И, в-третьих, перестает существовать в своем классическом модернистском варианте оппозиция массовой и элитарной культуры.

Не все эти выводы бесспорны. Безусловно, массовая культура тесно связана с коммерцией, и ее продукты во многом формируются исходя из меркантильных соображений. Но это нисколько не отменяет вопроса эстетики: будет ли спрос на тот или иной артефакт массовой культуры зависят во многом именно от того, понравится книга или фильм покупателю или не понравится, что определяется, в свою очередь, вкусовыми предпочтениями потребителя.

Кроме того, как будет показано ниже, оппозиция «массовая — элитарная» культура тоже никуда не исчезает в эпоху постмодерна, а просто становится менее очевидной и меняет свои очертания.

В культуре общества постмодерна массовая культура занимает исключительное место. В этой связи именно произведения массовой культуры с характерным стремлением к правдоподобию, реализму могут послужить материалом для изучения постмодернистского сознания.

Что же понимается здесь под реализмом? Проблема была поднята в произведении Хосе Ортеги-и-Гассета «Дегуманизация искусства», посвященном изучению современного ему модернистского искусства. В результате проделанной работы Ортега-и-Гассет отмечает:

Анализируя новый стиль, можно заметить в нем определенные взаимосвязанные тенденции, а именно: 1) тенденцию к дегуманизации искусства; 2) тенденцию избегать живых форм; 3) стремление к тому, чтобы произведение искусства было лишь произведением искусства; 4) стремление понимать искусство как игру, и только; 5) тяготение к глубокой иронии; 6) тенденцию избегать всякой фальши и в этой связи тщательное исполнительское мастерство, наконец; 7) искусство, согласно мнению молодых художников, безусловно, чуждо какой-либо трансценденции [20, с. 137].

Дегуманизация — это отказ творцов нового искусства от содержания, доступного любому зрителю, «человеческого» содержания:

Что называет большинство людей эстетическим наслаждением? Что происходит в душе человека, когда произведение искусства, например театральная постановка, «нравится» ему? Ответ не вызывает сомнений: людям нравится драма, если она смогла увлечь их изображением человеческих судеб. Их сердца волнует любовь, ненависть, беды и радости героев: зрители участвуют в событиях, как если бы они были реальными, происходили в жизни. И зритель говорит, что пьеса «хорошая», когда ей удалось вызвать иллюзию жизненности, достоверности воображаемых героев. В лирике он будет искать человеческую любовь и печаль, которыми как бы дышат строки поэта. В живописи зрителя привлекут только полотна, изображающие мужчин и женщин, с которыми в известном смысле ему было бы интересно жить. Пейзаж покажется ему «милым», если он достаточно привлекателен как место прогулки. Это означает, что для большей части людей эстетическое наслаждение не отличается в принципе от тех переживаний, которые сопутствуют их повседневной жизни [20, с. 130].

Искусство авангарда же отказывается от этого содержания, представляя собой чистую эстетическую форму. Это стремление к чистому художественному искусству. Ведь «радоваться или сострадать человеческим судьбам, о которых повествует нам произведение искусства, есть нечто очень отличное от подлинного художественного наслаждения. Более того, в произведении искусства эта озабоченность собственно человеческим принципиально несовместима со строго эстетическим удовольствием» [20, с. 132].

Чтобы доказать свою позицию Хосе Ортега-и-Гассет использует наглядное и убедительное сравнение, которое, как нам кажется, следует привести полностью:

Речь идет, в сущности, об оптической проблеме. Чтобы видеть предмет, нужно известным образом приспособить наш зрительный аппарат. Если зрительная настройка неадекватна предмету, мы не увидим его или увидим расплывчатым. Пусть читатель вообразит, что в настоящий момент мы смотрим в сад через оконное стекло. Глаза наши должны приспособиться таким образом, чтобы зрительный луч прошел через стекло, не задерживаясь на нем, и остановиться на цветах и листьях. Поскольку наш предмет — это сад и зрительный луч устремлен к нему, мы не увидим стекла, пройдя взглядом сквозь него. Чем чище стекло, тем менее оно заметно. Но, сделав усилие, мы сможем отвлечься от сада и перевести взгляд на стекло. Сад исчезнет из поля зрения и единственное, что останется от него, — это расплывчатые цветные пятна, которые кажутся нанесенными на стекло. Стало быть, видеть сад и видеть оконное стекло — это две несовместимые операции: они исключают друг друга и требуют различной зрительной аккомодации.

Соответственно тот, кто в произведении искусства ищет переживаний за судьбу Хуана и Марии или Тристана и Изольды и приспосабливает свое духовное восприятие именно к этому, не увидит художественного произведения как такового, горе Тристана есть только горе Тристана и, стало быть, может волновать только в той мере, в какой мы принимаем его за реальность. Но все дело в том, что художественное творение является таковым лишь в той степени, в какой оно не реально. Только при одном условии мы можем наслаждаться Тициановым портретом Карла V, изображенного верхом на лошади: мы не должны смотреть на Карла V как на действительную, живую личность — вместо этого мы должны видеть только портрет, ирреальный образ, вымысел. Человек, изображенный на портрете, и сам портрет — вещи совершенно разные: или мы интересуемся или одним, или другим. В первом случае мы «живем вместе» с Карлом V; во втором «созерцаем» художественное произведение как таковое.

Однако большинство людей не может приспособить свое зрение так, чтобы, имея перед глазами сад, увидеть стекло, т. е. ту прозрачность, которая и составляет произведение искусства: вместо этого люди проходят мимо — или сквозь — не задерживаясь, предпочитая со всей страстью ухватиться за человеческую реальность, которая трепещет в произведении. Если им предложат оставить свою добычу и обратить внимание на само произведение искусства, они скажут, что не видят столь привычного им человеческого материала — ведь перед ним чистая художественность, чистая потенция [20, с. 132–133].

Так возникает модернистская оппозиция массовой и элитарной культуры. Разделение это происходит не на уровне вкусов и личного предпочтения, а как отмечает

Ортега-и-Гассет, «на уровне более глубоком, чем прихоти нашего индивидуального вкуса. Дело здесь не в том, что большинству публики не нравится новая вещь, а меньшинству — нравится. Дело в том, что большинство, масса, просто не понимает ее <...> С социологической точки зрения» для нового искусства, как мне думается, характерно именно то, что оно делит публику на два класса людей: тех, которые его понимают, и тех, которые не способны его понять. <...> Новое искусство, очевидно, не есть искусство для всех, как например, искусство романтическое: новое искусство обращается к особо одаренному меньшинству» [20, с. 127–128].

Дегуманизированное, «чистое», понятное только узкому кругу профессионалов элитарное искусство эпохи модерна, таким образом, противопоставляется искусству массовому, создаваемому на общедоступном для понимания «человеческом» материале. Этот материал представляет собой сюжеты, ситуации, проблемы, эмоции, возможные в человеческой жизни. И такой реализм справедлив не только для массовой культуры эпохи модерна, но, как отмечает Ортега-и-Гассет, «...во все времена, когда существовали два различных типа искусства, одно для меньшинства, другое для большинства [Например, в Средние века. В соответствии с бинарной структурой общества, разделенного на два социальных слоя — знатных и плебеев, — существовало благородное искусство, которое было “условным”, “идеалистическим”, т. е. художественным, и народное — реалистическое и сатирическое искусство], последнее всегда было реалистическим» [20, с. 134].

Однако это различие становится не так очевидно в рамках культуры постмодерна, активно обращающейся к классическим образцам и художественным техникам. Говоря о специфике творчества современных писателей и художников, Жан Франсуа Лиотар отмечает:

У этой всеобщей тенденции есть один безошибочный признак: для всех этих авторов нет задачи настоятельней, чем ликвидировать наследие авангардов [15, с. 15].

И если модернистское искусство для избранных стремилось порвать с «гуманистическими» формами и содержанием, то в постмодернистском искусстве такие образцы активно используются для интертекстуальной игры.

Умберто Эко, рассматривая проблему взаимоотношения массовой культуры (китча) и элитарной культуры (называемой им просто постмодернизмом) в контексте культуры постмодерна, отмечает что по внешним признакам постмодернизм легко перепутать с китчем, однако если китчу не удавалось соблазнить интеллектуальную публику (китч не способен «развлекать, не отвлекаясь от проблем»), то постмодернизм, напротив, рассчитывает именно на такую аудиторию, которая способна оценить иронию, «сделанность» произведения, отследить в нем интертекстуальные коды. Отмечая, что «феномен “интертекстуального диалога” развивался в свое время в экспериментальном искусстве и предполагал “образового читателя”, в культурном отношении весьма изощренного» [10, с. 62], Эко исследует роль этого приема в современном кино:

Понимание приема — это условие его эстетического восприятия. Серия будет понята лишь в том случае, если зритель догадывается о существовании кое-где кавычек. Кавычки же могут быть замечены лишь благодаря внетекстовому знанию. Ничто в фильме не подсказывает зрителю, в какой именно момент он имеет дело с кавычками. Фильм предполагает со стороны зрителя некое предварительное знание о мире. А если у зрителя нет этого знания? Тем хуже для него. Эффект будет утрачен, но у фильма достаточно других средств, чтобы добиться успеха у публики [10, с. 66].

Элитарное искусство постмодерна, как и массовое искусство, построено на классических, реалистических сюжетах и образах, но художественное содержание обращается к классическим образцам, а эстетическое содержание раскрывается в игре, понятной только подготовленному зрителю или читателю. Таким образом, постмодернистское течение артхауса рассчитано на такую же образованную публику, что и авангард эпохи модерна. Но его могут поглощать и массовый пользователь, не понимающий, но узнавший знакомые образцы.

Итак, вот в чем распра: современная эстетика есть эстетика возвышенного, однако ностальгическая; она допускает намек на непредставимое лишь как на некое отсутствующее содержание, в то время как форма, благодаря своей устойчивости и узнаваемости, продолжает давать читателю или зрителю повод для утешения и удовольствия [15, с. 30-31].

Ключевой характеристикой, отличающей массовую художественную культуру от элитарной, является ее реалистичность. Произведение массовой культуры должно соответствовать личному опыту ее потребителя — это гарант как понятности, так и успеха и коммерческой выгоды. Это же является причиной того, что наиболее популярным видом массового искусства является кино- и телепродукция. Кино, как и любое другое искусство, стремится к отражению мира в знаковой форме. Но на первый взгляд может показаться, что именно данный вид искусства полнее и точнее других способен отображать реальность, ведь в основе киноязыка лежит зрительно-слуховое восприятие мира. Оно же представляется основным нашим инструментом изучения реальности в ее культурном освоении [2].

Реализм, таким образом, является ключевым элементом эстетики массовой культуры. Другими словами, чтобы книги и фильмы пользовались популярностью у массового потребителя, их содержание должно соответствовать его личностным представлениям о жизни, а также о культуре, на базе артефактов которой был создано произведение. Получается, что массовая культура не только является отражением дискурса своего создателя, но и сама, в своей структуре, задает соответствие создаваемого текста дискурсу сознания его потребителя. Получается, что именно продукты массовой культуры постмодерна являются наилучшим материалом для исследования сознания человека нашей эпохи.

Подводя итоги проделанного анализа феномена массовой культуры эпохи постмодерна, можно выделить некоторые ее (массовой культуры) основные особенности. Во-первых — ее «коммерциализированность», понимаемая как глубокая интеграция в систему рыночных отношений. Во-вторых — «демократизм», как ориентация на доступность артефактов (продуктов) массовой культуры большинству населения. Также необходимо отметить такую важную особенность массовой культуры, как стремление к «реализму», понимаемое как ориентация творцов массовой культуры на личностный опыт каждого человека.

Все эти три тенденции плотно взаимосвязаны, поэтому выделить какую-либо определяющую не представляется возможным. Так, ориентация на «демократизм» во многом реализуется благодаря «реализму» как центральному принципу. А коммерческий успех зависит не только от рекламы и работы других масс-медиа, но и от доступности, понятности, увлекательности для потребителя того или иного предлагаемого культурного продукта.

Список литературы

Исследования

- 1 Белл Д. Конец идеологии // Новое время. 1990. № 27. С. 26–31.
- 2 Лебедева В. Г. Судьбы массовой культуры России. Вторая половина XIX – первая треть XX века. СПб.: Изд-во Санкт-Петербургского ун-та, 2007. 354 с.
- 3 Потман Ю. Семиотика кино и проблемы киноэстетики. Таллинн: Ээсти Раамат, 1973. 752 с.
- 4 Пахтер М., Лэндри Ч. Культура на перепутье. Культура и культурные институты в XXI веке / пер. с англ., предисл. М. Гнедовский. М.: Классика-XXI, 2003. 96 с.
- 5 Разлогов К.Э. Коммерция или творчество: враги или союзники? М.: Искусство, 1992. 271 с.
- 6 Сорокин П.А. Человек. Цивилизация. Общество / общ. ред., сост. и предисл. А.Ю. Согомонов; пер. с англ. М.: Политиздат, 1992. 543 с.
- 7 Теоретическая культурология / под ред. К.Э. Разлогова. М.: Изд-во Рос. ин-та культурологии, 2005. 623 с.
- 8 Хабермас Ю. Философский дискурс о модерне / пер. с нем. М.: Весь Мир, 2003. 416 с.
- 9 Эко У. Заметки на «полях имени розы» / пер. с ит. Е. Костюкович. СПб.: Симпозиум, 2007. 92 с.
- 10 Эко У. Инновация и повторение. Между эстетикой модерна и постмодерна // Философия эпохи постмодерна: сб. пер. и реф. / сост. А.Р. Усманова. Минск: Красико-принт, 1996. 207 с.

Источники

- 11 Бодрийяр Ж. Общество потребления / пер. с фр., послесл. и примеч. Е.А. Самарской. М.: Республика; Культурная революция, 2006. 268 с.
- 12 Бодрийяр Ж. Символический обмен и смерть / пер. с фр. М.: Добросвет; КДУ, 2006. 392 с.
- 13 Бодрийяр Ж. Система вещей / пер. с фр. С. Зенкина. М.: Рудомино, 2001. 224 с.
- 14 Кибиров Т.Ю. Постмодернизма не было // Независимая газета, приложение «НГ-Ex Libus». 2010. № 9 (548). С. 2
- 15 Лиотар Ж.-Ф. Постмодерн в изложении для детей: Письма: 1982–1985 / пер. с фр. М.: Изд-во Рос. гос. гуманит. ун-та, 2008. 145 с.
- 16 Лиотар Ж.-Ф. Состояние постмодерна / пер. с фр. Н.А. Шматко. М.; СПб.: Изд-во Ин-та экспериментальной социологии; Алетейя, 1998. 160 с.
- 17 Нилогов А. Постмодернизм придуман журналистами. Михаил Рыклин размышляет о власти, религии и философии // Независимая газета, приложение «НГ-Ex Libus». 2007. № 18 (415). С. 2.
- 18 Новейший философский словарь. Постмодернизм (главный редактор и составитель А.А. Грицанов). Минск: Современный литератор, 2007. 815 с.
- 19 Ортега-и-Гасет Х. Восстание масс: Перевод с испанского. М.: АСТ, 2002. 509 с.
- 20 Ортега-и-Гасет Х. Запах культуры: Перевод с испанского. М.: Алгоритм, Эксмо, 2006. 384 с.

© 2025. Valentin S. Shovikov
Moscow, Russia

© 2025. Oksana A. Zapeka
Moscow, Russia

MASS CULTURE IN THE CONTEXT OF POSTMODERN PARADIGMS

Abstract: The emergence of the concept of mass culture is closely related to the theory of mass society by Jose Ortega y Gasset, developed by him in the 20–30s of the 20th century. It served as a ground for generating canonical ideas about mass culture as a culture designed for mass consumption. Among the key characteristics of mass culture noted by researchers, one can single out its “commercialization” and “democracy”. Consideration of the place and role that mass culture plays in a postmodern society involves clarifying the concepts of postmodernity and postmodernism. The ambiguity and vagueness of the meaning of the term leads to the fact that postmodernism as a scientific term loses its functionality. Some researchers (M.K. Ryklin, T. Kibirov) take very extreme positions on this issue. The concept of “postmodernism” has a direct relationship with the term “postmodernity”. The most common and widespread meaning of the term “postmodernity” is “the state of modern culture, which includes the pre-post-classical philosophical paradigm, pre-postmodern art, as well as the mass culture of this era”. By “postmodernity” we mean the state of modern culture, and by “postmodernism” – the scientific and philosophical trend that has developed in terms of the postmodern scientific paradigm. The products of the mass culture of postmodernity are the best material for the study of human consciousness of the modern era.

Keywords: Postmodernism, Mass Culture, Postmodernity, H. Ortega y Gasset, U. Eco, Lyotard, Discourse, J. Baudrillard, Dehumanization.

Information about the authors:

Oksana A. Zapeka — PhD in Philosophy, Associate Professor, Institute of Slavic Culture, A.N. Kosygin Russian State University (Technology. Design. Art), Khibinsky Pass., 6, 129337, Moscow, Russia.

ORCID ID: <https://orcid.org/0009-0009-5697-7236>.

E-mail: zana5@yandex.ru

Valentin S. Shovikov — Independent Researcher, Moscow, Russia.

E-mail: valentin.shovikov@gmail.com

Received: June 14, 2025

Approved after reviewing: October 23, 2025

Date of publication: December 28, 2025

For citation: Shovikov, V.S., Zapeka, O.A. “Mass Culture in the Context of Postmodern Paradigms.” *Vestnik slavianskikh kul'tur*, vol. 78, 2025, pp. 103–115. (In Russ.) <https://doi.org/10.37816/2073-9567-2025-78-103-115>

References

- 1 Bell, D. “Konets ideologii” [“Thread Ideologies”]. *Novoe vremia*, no. 27, 1990, pp. 26–31. (In Russ.)
- 2 Lebedeva, V.G. [*The Fate of Mass Culture in Russia: the second Half of the 19th – the First Third of the 20th Century English Translation*]. St. Petersburg, St. Petersburg University Publ., 2007. 354 p. (In Russ.)
- 3 Lotman, Iu. *Semiotika kino i problemy kinoestetiki* [Semiotics of the Cinema and the Issues of Cinema Aesthetics]. Tallinn, Eesti Raamat Publ., 1973. 752 p. (In Russ.)
- 4 Pakhter, M., Lendri, Ch. *Kul'tura na pereput'e. Kul'tura i kul'turnye instituty v XXI veke* [Culture at a Crossroads. Culture and Cultural Institutions in the 21st Century], trans. from English, *introd.* by M. Gnedovskii. Moscow, Klassika-XXI Publ., 2003. 96 p. (In Russ.)
- 5 Razlogov, K.E. *Kommertsii ili tvorchestvo: vragi ili soiuzniki?* [Commerce or Creativity: Enemies or Allies?] Moscow, Iskusstvo Publ., 1992. 271 p. (In Russ.)
- 6 Sorokin, P.A. *Chelovek. Tsivilizatsiya. Obshchestvo* [The Man. Civilization. Society], ed., comp., *introd.* by A.Iu. Sogomonov; trans. from English. Moscow, Politizdat Publ., 1992. 543 p. (In Russ.)
- 7 Razlogova, K.E., editor *Teoreticheskaiia kul'turologiia* [Theoretical Cultural Studies]. Moscow, Russian Institute of Cultural Studies Publ., 2005. 623 s. (In Russ.)
- 8 Khabermas, Iu. *Filosofskii diskurs o moderne* [Philosophical Discourse on Modernity], trans. from Germany. Moscow, Ves' Mir Publ., 2003. 416 p. (In Russ.)
- 9 Eko, U. *Zametki na «poliakh imeni rozy»* [Notes “on the Margin of The Name of the Rose”], trans. from Italian E. Kostiukovich. St. Petersburg, Simpozium Publ., 2007. 92 p. (In Russ.)
- 10 Eko, U. “Innovatsiia i povtorenie. Mezhdu estetikoi moderna i postmoderna” [“Innovation and Repetition. Between the Aesthetics of Modernity and Postmodernity”]. *Filosofia epokhi postmoderna: sbornik perevodov i referatov* [Philosophy of the postmodern era: a collection of translations and abstracts], comp. A.R. Usmanova. Minsk, Krasiko-print Publ., 1996. 207 p. (In Russ.)