

На правах рукописи

Кожаринова Анна Ростиславовна

Трансляция специализированного знания массовой культурой: культурфилософский анализ

**Специальность 09.00.13 – философская антропология,
философия культуры**

АВТОРЕФЕРАТ

**диссертации на соискание ученой степени
кандидата философских наук**

Москва – 2010

Работа выполнена на кафедре философии, культурологии и политологии
ННОУ ВПО «Московский гуманитарный университет»

Научный руководитель: доктор философских наук, доцент
Костина Анна Владимировна

Официальные оппоненты: доктор философских наук, профессор
Шапинская Екатерина Николаевна

кандидат философских наук
Гайдин Борис Николаевич

Ведущая организация: **ФГОУ ВПО «Московский государственный
университет культуры и искусств»**

Защита состоится 23 ноября 2010 г. в 15.00 час. на заседании
диссертационного совета Д 521.004.03 при ННОУ ВПО «Московский
гуманитарный университет» по адресу: 111395, г. Москва, ул. Юности, д. 5/1,
корп. 3, зал заседаний диссертационных советов (ауд. 511).

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке ННОУ ВПО
«Московский гуманитарный университет».

Автореферат разослан « » октября 2010 г.

Ученый секретарь
диссертационного совета

Сковиков А.К.

I. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность исследования обосновывается тем, что в современной социокультурной ситуации знание и информация становятся основными факторами развития общества. Доминирование наукоемких отраслей промышленности, внедрение интеллектуальных технологий в производство и в повседневную жизнь людей, создание глобального информационного пространства, обеспечивающего широкий доступ к информации, приводят к становлению информационно-насыщенного сознания как у отдельного индивида, так и у массы в целом. Тенденции информатизации, вызвавшие виток изменений во всех сферах жизни общества в последней трети XX века, новы для цивилизации, а потому еще недостаточно изучены. Следовательно, возникает потребность в создании новых, углублении и детализации уже существующих теоретических концепций информационного общества, в тщательном анализе механизмов производства, передачи и получения информации, а также в анализе последствий коммуникации для общества. Процессы становления информационно насыщенного сознания в корне трансформируют познавательные запросы его носителей. Изучение механизмов удовлетворения потребностей масс в познании также является важной задачей философии культуры. В условиях утверждения информационных ценностей принципиальные трансформации испытывает феномен массовой культуры, функциональный анализ которого является одной из задач современного культурфилософского знания и становится одним из условий гармоничного развития общества. Рассмотрение способности массовой культуры осуществлять передачу информации и знания актуально и потому, что в современных как отечественных, так и зарубежных исследованиях практически отсутствует глубокое и полное осмысление трансляционной функции массовой культуры. В России интерес к изучению трансляционной функции массовой культуры обусловлен также изменившимися социокультурную ситуацию коренными преобразованиями конца XX века.

Степень разработанности проблемы. К осмыслению феномена массовой культуры обращались многие представители философской и научной мысли. Первые попытки анализа процессов массовизации общества на рубеже XIX и XX веков были осуществлены такими исследователями психологии толпы и масс, как Г. Лебон, Г. Тард, З. Фрейд, Н. К. Михайловский, В. К. Войтоловский, В. М. Бехтерев. С кризисом европейской культуры связали появление новых форм культуры философы Ф. Ницше, О. Шпенглер, Н. Я. Данилевский, Н. А. Бердяев и многие другие. В 30-х годах XX века Х. Ортегой-и-Гассетом впервые в западной философии был проведен развернутый анализ носителя массовой культуры — человека массы. Со второй половины 40-х годов XX века в трудах представителей Франкфуртской школы социальных исследований — Т. Адорно, В. Бенямина, Г. Маркузе, Э. Фромма, М. Хоркхаймера — массовая культура рассматривалась как коренным образом отличная от подлинной культуры. В их работах было показано, что «ин-

дустрия культуры» обладает качествами стандартизации, рационализации и идеологизации.

С 70-х годов XX века акценты в представлении ученых о массовой культуре сместились от критических к безоценочным или даже апологетическим. Такие исследователи, как З. Бауман, Д. Белл, З. Бжезинский, Г. Гэнс, М. Маклюэн, Э. Тоффлер и другие отмечали процессы социальной и культурной гомогенизации общества, происходящие под влиянием массовой культуры, подчеркивали доступность массовой культуры для аудитории. Вне аксиологической плоскости подошли к рассмотрению массовой культуры постмодернисты: Ж. Бодрийяр, Ф. Гваттари, Ж. Делез, Ж. Деррида, С. Жижек, М. Фуко, У. Эко и другие.

В отечественной философии проблемы исследования феномена массовой культуры начались в 60-х годах прошлого века. Такие исследователи, как Г. К. Ашин, В. Л. Глазычев, Б. А. Грушин, А. В. Кукаркин и другие, рассматривали массовую культуру, прежде всего, как феномен капиталистического общества и подчеркивали склонность массовой культуры к манипуляции сознанием. В настоящее время массовая культура стала рассматриваться отечественными учеными как доминирующая в современную эпоху транснациональная культурная форма, обладающая как негативными, так и позитивными функциями. Проблемы массовой культуры в современной России исследуются в трудах К. З. Акопяна, О. Н. Астафьевой, А. А. Гениса, А. Б. Гофмана, Д. Б. Дондуря, Н. М. Зоркой, Н. И. Киященко, А. В. Костиной, В. М. Межуева, К. Э. Разлогова, Е. Г. Соколова, Г. Л. Тульчинского, Н. А. Хренова, Е. Н. Шапинской, В. П. Шестакова и других. При осуществлении функционального анализа массовой культуры большим эвристическим потенциалом обладает концепция Э. А. Орловой и А. Я. Флиера, в контексте которой массовая культура рассматривается как транслятор культурных смыслов от специализированной культуры к обыденному сознанию.

Несмотря на значительное число исследований, посвященных проблеме массовой культуры в целом и некоторым аспектам ее функционирования в частности, можно констатировать открытость данной проблемы, где не до конца изучен вопрос об изменении содержания массовой культуры под влиянием происходящих в конце XX — начале XXI века социокультурных трансформаций. Не проясненными остаются вопросы относительно роли массовой культуры в процессе циркуляции знаний в обществе. Не до конца разработана также проблема влияния идеологии на функциональные характеристики массовой культуры. Все эти обстоятельства определяют необходимость осуществления культурфилософского анализа такой функциональной особенности массовой культуры, как ее способность к осуществлению трансляции специализированного знания.

Целью исследования является аналитическое моделирование процессов трансляции специализированного знания массовой культурой, реализующихся посредством перевода сложных смысловых паттернов на язык обыденного сознания.

Реализация цели исследования предполагает решение следующих **задач**:

- выделить функциональные характеристики массовой культуры;
- установить факторы, приводящие к актуализации трансляционной функции массовой культуры в конце XX — начале XXI века;
- рассмотреть исторически сложившиеся в западноевропейской культуре модели трансляции специализированного знания;
- исследовать результаты реализации трансляционной функции массовой культуры через СМИ;
- провести анализ научно-популярных текстов массовой культуры с точки зрения специфики их адаптации к обыденному сознанию;
- выявить методы репрезентации науки в массовой культуре;
- проанализировать особенности современной модели трансляции специализированного знания.

Объектом исследования является современная массовая культура как специфическая культурная форма удовлетворения потребностей масс.

Предметом исследования являются механизмы трансляции специализированного знания массовой культурой.

Гипотеза исследования. В работе выдвигается и обосновывается гипотеза о том, что в конце XX — начале XXI века в связи с изменившейся культурно-исторической парадигмой массовая культура актуализирует функцию трансляции специализированного знания к обыденному сознанию, способом реализации которой становится «соблазнение масс знанием», то есть такое удовлетворение растущих информационно-познавательных потребностей массовой аудитории, при котором на основе формирования общих знаний и ценностей происходит консолидация общества.

Методологическая и теоретическая основа исследования определяется поставленными целью и задачами. Научный поиск осуществляется автором в соответствии с принципами диалектики, системности и историзма. Для определения факторов актуализации трансляционной функции массовой культуры автор использует элементы структурно-функционального метода. Модели трансляции специализированного знания выстраиваются при помощи историко-генетического и историко-типологического методов. При описании специфики реализации трансляционной функции автор использует приемы компаративистского подхода.

В качестве базовой в диссертационном исследовании рассматривается совокупность фундаментальных положений, которые содержатся в работах представителей Франкфуртской школы социальных исследований (Т. Адорно, Г. Маркузе, Э. Фромм, М. Хоркхаймер); в трудах социальных философов, работающих в рамках постиндустриалистского подхода (Д. Белл, Э. Тоффлер); в исследованиях представителей постмодернизма (Ж. Бодрийяр, Ж.-Ф. Лиотар), а также в работах отечественных ученых А. В. Костиной, Э. А. Орловой, А. Я. Флиера. Диссертант также обращается к теоретическим посылкам, содержащимся в трудах представителей других философских школ и

направлений, если сформулированные ими идеи соотносятся с принципиально значимыми теоретико-методологическими положениями диссертационного исследования.

Научная новизна исследования состоит в следующем:

— выявлена роль современной массовой культуры в процессе циркуляции знаний внутри социокультурной системы, для чего выделена такая разновидность коммуникативной функции массовой культуры, как трансляционная функция;

— показано, что основой трансформации функциональной природы массовой культуры становится смена культурно-исторической парадигмы, связанной с развитием глобального информационного общества, и установлена совокупность факторов, приводящих к актуализации трансляционной функции массовой культуры в современную эпоху;

— предложена типология моделей трансляции специализированного знания в западноевропейской культуре, критерием которой выступает различное отношение «творческого меньшинства» (А. Тойнби) к вопросу о возможности и целесообразности трансляции специализированного знания «инертному большинству» (толпе);

— аргументировано положение о том, что результатом реализации трансляционной функции массовой культуры становится получение индивидом через каналы массовой коммуникации не систематизированного знания, а цифровым способом кодифицированной и определенным образом организованной (помещенной в интерпретирующий ее контекст) социально значимой информации;

— выявлены основные методы репрезентации научного знания в массовой культуре, к которым относятся: примитивизация научного знания, апелляция к эмоциям масс, мифологизация образа науки и образа ученого, внесение в процесс познания развлекательно-игровых элементов, сознательное искажение научного знания;

— установлено, что в конце XX — начале XXI века трансляционная функция массовой культуры реализуется в рамках выработанного властными структурами масштабного проекта, цель которого состоит в консолидации общества на основе господствующей идеологии.

Теоретическая значимость исследования связана в первую очередь с его научной новизной и состоит в проведенном анализе трансляционной функции массовой культуры в системе координат современного социокультурного процесса. Анализ факторов актуализации трансляционной функции современной массовой культуры подтверждает изменчивость функциональной природы этой культурной формы. Предложенная в работе типология моделей трансляции специализированного знания позволяет в историко-культурном аспекте проследить изменение отношения интеллектуальной элиты общества к вопросу о возможности и целесообразности передачи специализированного знания от интеллектуальной элиты к не умеющему создавать новые смыслы «инертному большинству». Определение методов профа-

нации науки в массовой культуре помогает выявить особенности и истоки искажения специализированного знания в текстах СМИ. Описание сущности, целей, причин привлекательности для аудитории процесса «соблазнения знанием» подчеркивает специфическую природу массовой культуры.

Практическая значимость исследования состоит в том, что его результаты могут быть использованы при создании государственных программ культурного развития, а также в преподавательской деятельности при чтении учебных курсов по таким дисциплинам, как философия культуры, теория и история культуры, социология культуры, культурология, массовая культура.

Положения, выносимые на защиту:

1. Основными функциями массовой культуры в современном обществе становятся идеологическая, адаптационная, рекреативная, ценностно-ориентационная, социализирующая и коммуникативная. Целесообразно выделение такой разновидности коммуникативной функции массовой культуры, как трансляционная функция, которая реализуется в процессе односторонней передачи информации от источников, владеющих специализированным научным знанием, к получателю — массовой аудитории.

2. В конце XX — начале XXI века в системе культуры наблюдается ряд материально-технических и технологических, социально-экономических, социально-политических, духовно-социальных и социально-личностных факторов, способствующих интеллектуализации содержания массовой культуры. Главным фактором активирования трансляционной функции массовой культуры на данном этапе цивилизационного развития становится смена культурно-исторической парадигмы. Она выражается, с одной стороны, в глобальном культурно-антропологическом кризисе, заставляющем массы искать средства психологической адаптации, одним из которых становится массовая культура, с другой стороны — в повышении роли знания в информационном обществе, в становлении информационно насыщенного сознания, в росте когнитивных потребностей масс.

3. В аспекте оценки истории западноевропейской культуры и ее периодизации выделяются три модели передачи специализированного знания от производящего смысла «творческого меньшинства» к «инертному большинству» (толпе): античная модель, модель эпохи Возрождения и модель эпохи Просвещения, в рамках которых существовали различные взгляды на целесообразность, возможность и механизмы трансляции специализированного знания на язык обыденного сознания представителей толпы.

4. Массовая культура реализует свою трансляционную функцию путем передачи через СМИ определенного количества цифровым способом кодифицированной социально значимой информации. При этом СМИ манипулируют потребителями информации, внедряют в их сознание стереотипы и установки, легитимирующие определенный образ мира, формируют мозаичную псевдокартину мира, конструируют в сознании реципиентов семиотическую и символическую «реальность», далекую от онтологически существующей. Результатом коммуникации становится не приращение у масс знаний, а рост

их информированности. Однако важными положительными результатами получения познавательной информации для массовой аудитории являются следующие: удовлетворение когнитивных потребностей, получение определенного уровня фоновых знаний, адаптация к существованию в условиях «информационного взрыва».

5. Массовая культура переводит специализированное научное знание на быденный язык разными способами. С одной стороны, репрезентация науки в массовой культуре, осуществляемая лучшими специалистами в своих областях, является качественной «академической» популяризацией науки, в полном смысле способствующей просвещению массовой аудитории. Подобную популяризацию науки можно считать эталоном перевода специализированного знания на быденный язык. Однако при анализе эмпирического материала обнаруживается, что современная массовая культура, как правило, реализует свою трансляционную функцию путем «профанации» науки. Происходит это в силу отсутствия у масс склонности к интеллектуальной рефлексии и запроса на получение подлинного представления об окружающем мире, а также в силу снижения уровня профессионализма самих «популяризаторов» науки и нежелания производителей масскульты финансировать качественную, а значит, дорогостоящую научно-популярную продукцию.

6. Для перевода специализированного научного знания на уровень быденного сознания массовая культура использует традиционные для нее методы, к которым относятся: примитивизация научного знания, апелляция к эмоциям масс, мифологизация образа науки и образа ученого, внесение в процесс познания развлекательно-игровых элементов, сознательное искажение научного знания. Примитивные, бессистемные, а порой и противоречивые элементы научного дискурса в массовой культуре в действительности больше профанируют науку, чем популяризуют ее для масс.

7. Массовая культура, находясь под влиянием властных структур, реализует свою трансляционную функцию по предложенному ими сценарию, который можно назвать «соблазнение масс знанием». В современную эпоху, когда механизмы управления обществом претерпевают трансформацию от открытого насилия к «мягкому соблазну» (Ж. Бодрийяр), целью «соблазнения масс знанием» становится унификация общества, формирование в сознании масс мозаичной псевдокартины мира, на деле являющейся манифестацией общественной идеологии. Главной причиной привлекательности этого идеологического проекта для масс является удовлетворение потребности масс в информации о постоянно изменяющемся окружающем мире, необходимой для оценки перспектив его развития с целью психологической адаптации к нему.

Апробация работы. Результаты исследования излагались автором в выступлениях на научно-практических конференциях: Всероссийской научной конференции аспирантов и молодых ученых «Современные проблемы туризма и сервиса» (Москва, Российский государственный университет туризма и сервиса, 16 апреля 2009 г.); XV научной конференции аспирантов и

докторантов (Москва, Московский гуманитарный университет, 21 ноября 2009 г. и 26 апреля 2010 г.), на секции «Высшее культурологическое образование» в рамках VI Международной научной конференции «Высшее образование для XXI века» (Москва, Московский гуманитарный университет, 24 ноября 2009 г.); Международной научно-практической конференции «Наука — сервису» (Москва, Российский государственный университет туризма и сервиса, 1 декабря 2009 г.); Международной научной конференции «Культура информационного общества: противоречия становления и развития» (Москва, Московский гуманитарный университет, 15 декабря 2009 г.).

Материалы диссертационного исследования были внедрены автором в учебный процесс кафедры Общегуманитарных дисциплин в Институте сервиса (г. Москва) (филиал) ФГОУ ВПО «Российский государственный университет туризма и сервиса», в ходе которого диссертант активно применяет тексты массовой культуры в качестве дидактического материала при чтении курсов «Концепции современного естествознания», «Культурология». Также данные диссертационного исследования использованы в базовых учебных курсах «Теория и методология культуры», «Социология культуры» и спецкурсе «Культура массового и элитарного», подготовленных на кафедре философии, культурологии и политологии ННОУ ВПО «Московский гуманитарный университет».

Основные положения диссертации и результаты исследования опубликованы в 13 статьях общим объемом 5,43 п. л.

Структура работы. Диссертационная работа состоит из введения, трех глав, заключения, списка использованной литературы.

II. ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во **Введении** обосновываются актуальность и научная новизна диссертационного исследования, определяются его цель, задачи и методологическая основа.

Глава I — «Массовая культура как транслятор специализированного знания» — является общетеоретической и включает описание авторского подхода к определению массовой культуры и функциональный анализ этого феномена в современном обществе.

В параграфе 1.1 — «Массовая культура и ее социальные функции» — показано, что главным условием появления массовой культуры в конце XIX века является выход на мировую арену ее носителя — массы. В культурфилософском знании выделяются несколько значимых подходов к определению массы: социально-психологический (основоположники: Г. Тард, Г. Лебон, Н. К. Михайловский), культурцентристский (Ортега-и-Гассет), психоаналитический (З. Фрейд), экзистенциальный (К. Ясперс), феноменологический (Э. Канетти). В данной работе масса представляется как специфический сформировавшийся в особой социокультурной ситуации социальный конструкт, создающий основной общественный продукт и состоящий из не-

самостоятельных в суждениях, деиндивидуализированных и руководствующихся инстинктами индивидов, объединенных эмоциями, обладающих ослабленным интеллектом и чувством личной ответственности. Определение феномена массы является условием перехода к анализу массовой культуры. В исследовании подчеркивается изменение традиции рассмотрения этого феномена в 1970-х годах от критической (Т. Адорно, К. Манхейм, Г. Маркузе, Д. Рисмен, Э. Фромм, М. Хоркхаймер и др.) к апологетической (Д. Белл, З. Бауман, Г. Гэнс, М. Маклюэн и др.). Рядом исследователей (З. Бжезинский, М. Кастельс, А. Молль, Э. Шилз, У. Эко и др.) были проанализированы процессы сближения массовой и элитарной культур в постиндустриальном обществе. В работе Э. Тоффлера «Третья волна» выдвигается гипотеза «демассификации» культуры. Сутью этого процесса, по мнению исследователя, становится связанный с изменением характера труда переход творчески и интеллектуально развивающихся масс на потребление ранее недоступной им элитарной культуры.

Массовая культура находится под одновременным воздействием и элит, и масс. С одной стороны, она формируется под непосредственным влиянием идеологии власти, не вступает в конфликт с официально навязываемой правящей элитой системой ценностей, комментирует текущие явления и процессы с выгодных властным структурам позиций. Массовая культура является мощным инструментом манипуляции массами со стороны властных структур, а также способом пропаганды практической деятельности этих структур. Специализированная группа создателей текстов массовой культуры формирует у своих потребителей специфическое массовое сознание, главными чертами которого являются инфантильность, пассивность (или управляемая извне активность), ограниченность, противоречивость, усредненность, нацеленность на практику, подверженность внушению, стереотипам и руководству извне. С другой стороны, нельзя не отметить наличие «обратной связи» между массовой аудиторией и массовой культурой. Являясь «индустрией культуры» (Т. Адорно, М. Хоркхаймер) или «подсистемой экономики» (А. Я. Флиер), массовая культура не может не зависеть от запросов своих потребителей. «Благодаря» своему коммерческому характеру, она трансформирует свое содержание, ставя цель оставаться покупаемым продуктом для гораздо большего числа потребителей, что подчеркивает влияние на массовую культуру как на объект запросов масс. Итак, массовая культура является локальным феноменом индустриального и постиндустриального общества, важными характеристиками которого становятся качественные (простота и доступность, развлекательный характер, опора на иррациональное начало, склонность к мифологизации реальности, использование каналов массовой коммуникации), а не количественные характеристики (число потребителей).

Массовая культура динамично развивалась, расширяя и трансформируя свои функции на разных этапах цивилизационного развития. Идеологическая функция массовой культуры заключается в способности этой культурной

формы внушать своим потребителям выгодные властным структурам идеи и представления. Адаптационная функция состоит в том, что с помощью масскульта индивид приспособляется к быстро меняющимся внешним условиям, что становится особенно полезным в условиях забвения традиционной культуры. В результате потребления продукции массовой культуры происходят восстановление и умножение производительных сил человека, снятие его психоэмоционального напряжения, что является результатом реализации ее рекреационной функции. Не менее важны ценностно-ориентационная, социализирующая и коммуникативная функции масскульта.

В исследовании особо выделяется такая разновидность коммуникативной функции массовой культуры, как трансляционная функция, под которой мы понимаем роль массовой культуры в процессе односторонней передачи информации от источников, владеющих специализированным знанием, к получателю — массовой аудитории, происходящей при синхронической коммуникации. В работе рассматривается такой вид специализированного знания, как научное знание, которое очень сложно для понимания, далеко не всегда верифицируемо, насыщено специфической терминологией, исключительно теоретизировано, оторвано от повседневного контекста. Другой проблемой, осложняющей адаптацию специализированного знания, становится экспоненциальное увеличение количества научной информации. Качественное усложнение и количественный рост специализированного научного знания приводят к тому, что даже специалисты не могут ознакомиться с научными достижениями в смежных дисциплинах. В такой ситуации усиливается необходимость в культурных формах, ликвидирующих разрыв между специализированным и обыденным уровнями знаний. На современном этапе функцию транслятора специализированного знания к обыденному сознанию помимо других культурных форм выполняет доступная большинству массовая культура. Субъекты трансляции специализированного знания могут быть условно разделены на два вида: внешние (не принимающие участия в коммуникативном акте) и внутренние (непосредственные участники коммуникации). К внешним субъектам относятся властные структуры, направляющие трансляцию специализированного научного знания по выгодному им руслу. К внутренним субъектам коммуникации можно отнести, во-первых, собственно представителей института науки, которые, к сожалению, достаточно редко становятся гостями СМИ; во-вторых, далеко не самых интеллектуальных, но хорошо представляющих как запросы масс, так и интересы власти, заинтересованных в сотрудничестве с властью производителей текстов массовой культуры. Именно они в соответствии с особенностями массового сознания формируют тексты, содержащие транслируемую научно-познавательную информацию.

В параграфе 1.2 — «Факторы актуализации трансляционной функции массовой культуры в конце XX — начале XXI века» — рассматриваются материально-технические и технологические факторы актуализации трансляционной функции массовой культуры. Во-первых, эти факторы свя-

заны с глобальным культурно-антропологическим кризисом, явившимся результатом технократического крена в развитии нашей цивилизации. Ощущение разрыва с природой у современного представителя урбанистической цивилизации становятся почти трагическим. Эти чувства стали настолько всеобщими, что если раньше они присутствовали только у интеллектуальной элиты, способной быстрее улавливать тенденции, то теперь они возникают и у масс, у которых в этот период вырабатываются определенные эсхатологические настроения. Пессимистические ожидания, страх перед будущим человечества, подогреваемый средствами массовой информации, выражается в попытке масс адаптироваться к новой ситуации и установить контакт с окружающей средой через произведения масскульта. Действительно, только через доступную культуру массы могут понять, что им на самом деле грозит. Попыткой масс разобраться хотя бы на примитивном уровне в перспективах развития цивилизации объясняется популярность в наше время фильмов-катастроф, телепередач о последних открытиях в биологии, о конце света и т. п. Оформление новых информационно-познавательных запросов масс призывает производителей массовой культуры к ответной реакции. Во-вторых, технологическим базисом коренного изменения функциональной природы массовой культуры в эпоху современности стали процессы построения информационного общества, благодаря чему произошло выделение образованной творческой элиты, количество которой стремительно растет. Аналитики единодушны в том мнении, что сегодня становится востребованным новый тип работника — новатора и профессионала в своей области, ориентированного на такие ценности, как личная свобода, творческая активность, интеллектуальный поиск. Маловероятно, что такого работника заинтересует потребление примитивных образцов массовой культуры. Новый тип работника привык к свободе выбора интересующей его информации и самостоятельному формированию своих потребностей, в том числе когнитивных. Однако свободное время членов сетевого сообщества или ограничено, или затрачивается на постоянно необходимую профессиональную переподготовку, что делает переход на потребление продукции элитарной культуры достаточно проблематичным. Тем не менее изменения, происходящие в информационном обществе, вынуждают массовую культуру реагировать на них, меняя свое содержание и расширяя круг функций.

Основным социально-экономическим фактором актуализации трансляционной функции современной массовой культуры становится переход от индустриального к постиндустриальному обществу. Такие явления в экономике, как усложнение и диверсификация структур деятельности, высокий уровень внедрения новаций, появление вариативности в устойчивых ранее экономических процессах, мотивируют появление грамотных, активных, умеющих принимать решения работников. Постэкономические (Э. Тоффлер) или постматериальные (Р. Инглхарт) потребности такого работника постиндустриального общества выходят на первый план по сравнению с его потребностями как рабочей силы, формируя у него качественно иные информа-

ционно-познавательные запросы, чем у неквалифицированного рабочего индустриальной эпохи. В этой ситуации для сохранения своей аудитории массовой культуре приходится искать свежие решения, нетрадиционные формы, усложнять язык повествования, интеллектуализировать содержание.

Социально-политическими факторами актуализации трансляционной функции массовой культуры в общемировом масштабе становятся такие серьезнейшие проблемы, как массовизация образования, падение авторитета семьи, разрушение традиционных способов передачи информации от предков к потомкам, от Учителя к ученику, недостаточная развитость других культурных институтов и форм, способствующих удовлетворению когнитивных запросов масс. К социально-политическим факторам актуализации трансляционной функции массовой культуры в России можно отнести рост интереса к СМИ; падение социального статуса интеллигенции в обществе; уменьшение государственного финансирования в области культуры; миграцию населения, усилившую межкультурное взаимодействие; рост национального самосознания, порождающий естественное стремление познакомиться с культурным миром Другого; возникновение молодежных субкультур, их интерес к новым видам досуга, музыкальным, модным тенденциям.

Духовно-социальные факторы актуализации трансляционной функции массовой культуры следует разделить на группы. Первая группа связана с актуализацией потребности современного индивида в познании, наблюдаемой после удовлетворения его базовых потребностей. Вторая группа факторов обусловлена непосредственной взаимосвязью открытий в науке с повседневной жизнью, появлением необходимости этического осмысления достижений науки. Это приводит к тому, что развитие науки перестает восприниматься массовизированным индивидом как внешнее по отношению к нему событие. С одной стороны, в этой ситуации усиливаются антициентистские настроения масс, с другой — подогревается их интерес к научно-популярным текстам массовой культуры. Третья группа факторов связана с проблемой количества информации, обрушивающейся на индивида в современном обществе. В этой ситуации массовая культура становится своеобразным рубрикаторм знаний, путеводителем по «инфосфере», облегчающим психологическую адаптацию индивида к новым условиям существования в эпицентре «информационного взрыва». К духовно-социальным факторам актуализации трансляционной функции масскульты также можно отнести повышение темпа жизни, приводящее к нехватке времени на медленное и вдумчивое познание окружающего мира; утилитаризм современных людей, желающих «инвестировать в себя» и с пользой проводить досуг; толерантность по отношению к различного рода «меньшинствам» (религиозным, сексуальным, национальным), заменившую стратегию их осуждения на стратегию интереса к ним.

Важнейшим социально-личностным фактором актуализации трансляционной функции массовой культуры становится тотальное отчуждение современного человека от природы, процесса и продуктов труда, от близких и самого себя, приводящее к попытке преодолеть это состояние через потреб-

ление массовой культуры. Стрессы, напряженная работа, экономические и социальные проблемы, разочарования, потеря смысла и цели жизни способствуют эскапистскому поведению. Желание осуществить Побег из действительности сегодня делает популярными такие формы массовой культуры, как компьютерные и ролевые игры, фантастическая и фэнтези-литература, массовые политические акции и движения и т. п. Важно также то, что дилемма «быть» или «казаться» разрешается у массовизированного индивида в пользу последнего. Поэтому в создание привлекательного имиджа входит умение подать себя как эрудированного и грамотного человека, что является важнейшим инструментом для достижения успеха и повышения социального статуса. А для того чтобы быть собеседником «приятным во всех отношениях», можно формировать себя под лозунгом «лучше знать обо всем понемногу, чем все об одном». Усвоенных при потреблении массовой культуры знаний для этой цели вполне достаточно.

Глава II — «Модели трансляции специализированного знания: исторический аспект» — содержит описание истории вопроса передачи специализированного знания от продуцирующего новые смыслы «творческого меньшинства» (А. Тойнби) к не склонному к интеллектуальной активности «инертному большинству» (толпе).

В параграфе 2.1 — «Модель трансляции специализированного знания в Античности» — показано, что истоки многих идей, возникающих у современных ученых при анализе феномена массы, находятся в античной философии, которая уже с середины I тысячелетия до н. э. затрагивала проблему противопоставления «толпы» («большинства», «стада», «многих», «плебса», «черни») и индивидуальности. Интерес философов к этой проблематике был продиктован, прежде всего, особенностями античной культуры в целом. Наличие развитых городов, демократического правления, бурной общественной жизни, обилие зрелищных мероприятий предполагали укрепление социальных связей между людьми, их объединение в устойчивые сообщества. По мере перехода от родоплеменного общества к полисной демократии в Древней Греции повышался интерес к человеческой личности, ее внутреннему миру. Выдвижение в греческом обществе ярких личностей — полководцев, ораторов, философов, способных выступать против мнения большинства, усилило интерес к индивидуальности. На этом этапе исторического развития все античное общество поделилось на неравновеликие группы: большинство (народ, толпу, плебс и т. д.) и «творческое меньшинство» (индивидуальности, идущие своим путем и отрицающие общепринятые каноны).

Исследованию противоречий между индивидуальностями и «инертным большинством» уделяли внимание многие философы Античности. При этом они заложили основы понимания феномена толпы как антагониста личности в западноевропейской философии. Способность к продуцированию новых знаний и смыслов (способность к философствованию) являлась самым важным критерием, отделяющим «творческое меньшинство» от инертного

большинства. Таким образом, мыслители Античности понимали под толпой совокупность интеллектуально пассивных людей, не только не производящих новые смыслы, но и не умеющих понять смыслы, предлагаемые им творческими личностями.

Философы подчеркивали следующие качественные характеристики толпы: преобладание чувства над разумом (Гераклит, Платон, Плутарх, Сенека, Цицерон); потребность в руководстве извне, нежелание иметь собственное мнение, утрату членами толпы личной ответственности (Демокрит, Протагор); способность толпы внушать эмоции людям, в нее попадающим, «заражать» определенными чувствами и поведением (Сенека, Эпикур). Античные философы отмечали принципиальную невозможность толпы стать субъектом познания, причиной чего они считали неспособность «черни» отличить истину от заблуждений.

Таким образом, особенностью античной модели просвещения становится представление творческого меньшинства о невозможности, нецелесообразности, а иногда даже опасности перевода специализированного знания на язык обыденного сознания.

В параграфе 2.2 — «Модель трансляции специализированного знания эпохи Возрождения» — рассматриваются особенности новой модели трансляции специализированного знания, сформировавшейся в конце XIV — начале XV века. Главной причиной оформления новой модели становится поворот от средневекового представления о возможности познать истину только через Откровение к представлению о творческой природе человека и возможности познания им истины через интеллектуальную активность. Гуманизация культуры эпохи Возрождения выражается в возникновении интереса к исследованию творческой природы и уникальности человеческой личности. Кроме того, рост интереса к Античности, наблюдаемый у самых разнообразных слоев населения, провоцирует появление у «инертного большинства» определенного социального запроса на получение знаний.

Как и в представлениях античных философов, все общество было мысленно разделено мыслителями Возрождения на небольшой круг «аристократов духа» и чуждую учености вульгарную толпу, под которой гуманисты (Ф. Петрарка, Пико делла Мирандола, Э. Роттердамский, М. Монтень и др.) понимали общность, выделяемую, прежде всего, по ее низкому интеллектуальному уровню. Базовыми характеристиками толпы они считали невежественность и отсутствие стремления к самосовершенствованию. Однако отношение ренессансной интеллигенции к толпе носило несколько иной характер, чем у философов Античности. Во-первых, обособленный образ жизни гуманистов, их объединение в кружки интеллектуалов диктовали некоторую общность взглядов на толпу как нечто им противостоящее. Если античный философ оставался как бы один на один с толпой, то гуманисты противостояли ей сообща. Во-вторых, самое важное во взглядах «творческого меньшинства» эпохи Возрождения на толпу состояло в том, что интеллектуальная элита общества считала, что достоинства человека определяются не его про-

исхождением, а его личной способностью к овладению культурой, заключающейся в получении светского образования: изучении словесности, философии, искусства, христианских источников. Таким образом, гуманисты не отождествляли толпу и социально-политические низы общества, считая плебсом всех, кто был противопоставлен им мировоззренчески. Исходя из этого, гуманисты не создавали непроницаемых границ между собой и «чернью», допуская возможную диффузию мудрых и благородных (по состоянию души) представителей толпы в интеллектуальную элиту, более того, этой диффузии способствовали, на деле пытаясь заниматься наставлением и воспитанием представителей большинства, желающих услышать их высокий призыв к самосовершенствованию. Они считали, что представителям толпы можно и нужно передавать некоторые специализированные знания (в первую очередь религиозные), но в адаптированном виде (например, в форме притч).

Таким образом, в эпоху Возрождения гуманистами была реализована модель просвещения, в рамках которой допускалась возможность перевода специализированного знания на обыденный язык для отдельных представителей толпы, стремящихся к самосовершенствованию, жаждущих знаний и постижения истины.

В параграфе 2.3 — «Модель трансляции специализированного знания эпохи Просвещения» — представлена качественно новая в западноевропейской культуре модель, в рамках которой в XVIII веке впервые начинают разрабатываться идеи о необходимости всеобщего распространения специализированных знаний. Она явилась естественным продолжением гуманистических идей эпохи Возрождения и проявилась в интеллектуальном и духовном движении, именуемом Просвещением, оказавшем судьбоносное влияние на всю западноевропейскую культуру Нового времени. Просветители (Вольтер, К. Гельвеций, Й. Г. Гердер, П. Гольбах, Д. Дидро, И. Кант, Ж. Ж. Руссо и многие другие) чрезвычайно высоко оценивали роль разума в жизни как человека, так и общества, а невежество рассматривали как главную причину зла и социальной несправедливости. Философы эпохи Просвещения были убеждены в необходимости пробуждения интеллектуальной активности всех членов общества и передачи им специализированных знаний. При этом главной для просветителей стала задача такого преобразования разума невежественного большинства, вслед за которым они ожидали преобразование морали, общественного устройства, решение социальных проблем, что должно было, по их мнению, способствовать выведению из кризиса европейской цивилизации. Важно, что под разумом в эпоху Просвещения понимался свободный и критичный разум, основанный целиком и полностью на опыте, избавленный от мифов, магии, предрассудков, суеверий, влияния ложных авторитетов.

Просветители не только впервые оформили идею необходимости передачи специализированного знания толпе, но и предприняли для реализации этой идеи ряд практических шагов. Мыслителями Просвещения была предложена программа по формированию гражданина, основным пунктом кото-

рой был вопрос роста сознательности и «разумности» человека. Для этого ими, например, было выпущено одно из крупнейших справочных изданий XVIII века «Энциклопедия, или Толковый словарь наук, искусств и ремесел», получившее распространение по всей Европе, ставшее важнейшим культурным явлением и первым в истории примером популяризации целой системы знаний: исторических, философских, теологических, экономических, политических, математических, инженерных. Просветители ратовали за введение всеобщего начального образования, предлагали открывать в массовом порядке школы и высшие учебные заведения. Другими эффективными средствами для распространения своих идей просветители избрали академии, масонские общества, светские салоны, в которых происходили встречи с учеными и литераторами, интеллектуальные дискуссии. Просветители популяризировали знания через публикацию своей переписки, в которой содержалось много познавательной информации наукообразного характера, а также через эссе, очерки, где кратко, остроумно, живым разговорным языком формулировали свои идеи. Со второй половины XVIII века стали популярны и доступны более широким массам периодические издания: газеты, журналы.

Таким образом, в эпоху Просвещения впервые начинает формироваться идея необходимости всеобщего распространения специализированных знаний и их популяризации для неосведомленного большинства. Это позволяет нам выделить в культуре Западной Европы XVIII века принципиально новую модель передачи специализированного знания, которая подразумевает целесообразность и высшую необходимость предоставления специализированных знаний об истинном устройстве мира невежественной толпе.

Глава III — «Современная модель трансляции специализированного знания массовой культурой» — посвящена описанию механизмов и существенных особенностей реализации трансляционной функции массовой культуры в конце XX — начале XXI века.

В параграфе 3.1 — «Механизмы реализации трансляционной функции массовой культуры через СМИ» — обсуждаются некоторые теоретические аспекты соотношения знания и информации, которая понимается в данном диссертационном исследовании как сведения, используемые людьми в процессе практически-преобразующей деятельности. Информация может быть актуальна для общества (социально значимая информация) и не актуальна (шум). Полученная, переработанная, упорядоченная и сохраненная субъектом информация становится источником знания. Очевидно, что знания в системе науки отличны от знаний, представленных в СМИ, в которых они перекодированы в некую упрощенную, доступную для понимания форму. Думается, что в этом случае становится возможной следующая дифференциация знания. Знания в системе науки в диссертации обозначаются как собственно знания, качественно адаптированные научные знания — как научно-популярные знания, а циркулирующие в системе массовой коммуникации искаженные и низведенные в результате некачественной адаптации до профанного уровня — как «знания». Итогом коммуникации становится получе-

ние массами через средства массовой коммуникации не целостного систематизированного знания, а определенного количества цифровым образом кодифицированной социально значимой информации, что способствует превращению индивида из знающего в информированного.

Источниками познавательной информации являются властные политические и экономические структуры, представители СМИ, научные институты, представители научного сообщества. Производство любой, в том числе научной, информации осуществляется в конкретном социальном контексте под воздействием государства, правовой системы, рекламного рынка, экономической и идеологической среды. Результатом такой многофакторной зависимости становится ангажированность СМИ. Большая часть информации попадает к потребителю не непосредственно из мира науки, а из информационно-телеграфных агентств, служб по связям с общественностью, официальных лиц или их пресс-секретарей. Проходя через различные инстанции, информация накапливает коммуникационные искажения. Получатели познавательной информации — это совокупность представителей анонимной, гомогенной, не самостоятельной в суждениях массовой аудитории, являющейся для производителей информации объектом манипулятивного воздействия и источником коммерческой выгоды.

Содержание передаваемой познавательной информации не верифицируется потребителем, не имеющим непосредственного контакта с наукой. А потому задача максимально точного отражения реальности является далеко не главной для держателей СМИ. Это позволяет производителям научно-популярных текстов при отборе информации руководствоваться ее актуальностью, сенсационностью, эмоциональной насыщенностью, содержащимся в ней драматургическим конфликтом, социальной значимостью, провокативностью, то есть всем тем, что способствует коммерческому успеху.

Результаты передачи познавательной информации значительны как для отдельного человека, так и для общества в целом. Для индивида коммуникативный эффект прослеживается на всех уровнях его существования. На психологическом уровне результатом коммуникации становится удовлетворение индивидом потребности в познании, способствующей снятию психического напряжения и рекреации. Итогом получения познавательной информации может быть изменение поведения индивида (подражание интеллектуальным предпочтениям звезд шоу-бизнеса, использование широко предлагаемых СМИ оздоровительных практик и т. п.). Пересмотру могут подлежать ранее существовавшие установки (точки зрения на исторические события, мнение о культуре другой страны, религиозные взгляды и т. п.). Если говорить о нравственных последствиях познавательного информирования, необходимо отметить, что масскульт формирует в массовом сознании определенное отношение к этическим проблемам современной науки, расставляя при этом выгодные властным структурам акценты и культивируя определенную систему ценностей. Когнитивными последствиями познавательного информирования является приращение новых знаний, происходящее путем усвоения предло-

женных потребителю информации стереотипов, помогающих осуществлять селекцию информации для создания непротиворечивой, ожидаемой, «удобной» картины мира. Важнейшими результатами коммуникации для общества в целом становятся: сохранение единства общества через стандартизацию знаний и формирование общего информационного поля; внедрение потребителям информации готовых установок, создающих определенный образ мира; конструирование реальности, далекой от онтологически существующей; формирование мозаичной псевдокартины мира.

В параграфе 3.2 — «Специфика реализации трансляционной функции массовой культуры в конце XX — начале XXI века» — проводится сравнительный анализ крайних точек всего спектра репрезентации специализированного научного знания в массовой культуре: «академической» популяризации науки и ее «профанации».

Популяризация — процесс перевода специализированного знания на язык нарративного повествования. «Академической» популяризацией в данной работе называется перевод специализированного знания, осуществляемый специалистами-«интерпретаторами», вооруженными специально разработанной методологией, к числу которых можно отнести А. Азимова, С. П. Капицу, Я. И. Перельмана, К. Сагана, С. Хокинга и многих других. Их деятельность считается образцом адаптации научного знания для непосвященных, но жаждущих «инициации в науку» людей. Существует ряд положительных аспектов популяризации науки в СМИ. Во-первых, популяризация науки важна для масс, так как реализует потребность масс в познании, увеличивает их словарный запас, формирует навыки мышления, вырабатывает мировоззрение, обогащает внутренний мир, помогает ориентироваться в переменах, стремительно происходящих в мире, приспособливаться к ним или им противостоять. Популяризация науки может выполнять рекреативную функцию, так как в текстах массовой культуры используется определенное количество распространенных сюжетов, развлекающих публику и дающих возможность отвлечься от насущных проблем (тайны египетских пирамид, неопознанные летающие объекты, предсказания цивилизации майя и т. п.). Во-вторых, популяризация науки важна для общества, так как гарантирует определенный уровень знаний его членов и частично замещает деятельность учреждений образования, что становится особенно актуальным в эпоху кризиса образования, наблюдаемого в современном российском обществе. В-третьих, популяризация крайне важна и для самой науки, так как в ходе ее актуализируются глобальные проблемы, стоящие перед человечеством, стимулируется интерес масс к науке, обеспечивается приток новых кадров, осуществляется борьба с широко распространившимися лженаукой и псевдонаукой, формируется в глазах общества положительный образ науки, что служит оправданием финансовых затрат.

Однако эмпирический анализ текстов массовой культуры показывает, что в большинстве случаев уровень передачи специализированного знания массам далек от эталона. Массовая культура предлагает своим потребителям

колоссальный по объему информационный поток, сообщения в котором мозаичны, тавтологичны, не организованы в систему, не адекватны реальности, снабжены клишированным символическим кодом («нанотехнологии», «андронный коллайдер», «озоновые дыры» и т. п.). В силу низкого образовательного уровня масса оказывается не способной к критическому осмыслению и адекватной расшифровке потока информации, к рефлексии проблемных ситуаций. К тому же из-за возросшей сложности постнеклассической науки многие научные проблемы принципиально не могут быть обсуждаемы в СМИ. Специализированное знание передается в массовой культуре людьми, ориентированными, прежде всего, на получение коммерческой выгоды, а следовательно, не озабоченными подлинным просвещением аудитории, имеющей низкий образовательный уровень и не способной к усвоению интеллектуально сложных сообщений. Подобная репрезентация науки в массовой культуре приводит к превращению научного знания в поле массовой культуры в дискурс о науке, симулякр, «мир чистой коннотации» (Бодрийяр). Это в большинстве случаев позволяет определить сегодняшнюю репрезентацию науки в массовой культуре как ее «профанацию».

Основные методы репрезентации специализированного научного знания в массовой культуре традиционны для этой культурной формы. Массовая культура примитивизирует науку, редуцируя сложнейшие проблемы к легким для восприятия утверждениям. В итоге у масс формируется ложное мнение о легкодоступности научного знания, а также о собственной осведомленности. Маскульт мифологизирует науку и научную деятельность, превращая их из сложного явления в простой, но магический акт. Объяснительный потенциал мифа приходит на помощь при поиске надуманных связей, необходимых для заполнения лакун в образовании массовизированного индивида с его не критичным сознанием. Массовая культура апеллирует к эмоциям, а не к разуму своих потребителей. Арсенал средств, используемый для эмоционального окрашивания, велик: от снабжения привлекательной «картинкой» и сопровождения подходящей музыкой, до рассказа о научных открытиях через описание личной жизни их авторов. Наука делается привлекательной для масс не по причине своей содержательности, а только в том случае, если превращается в шоу. Процесс познания становится привлекательным для масс, если он наделяется признаками игры: осуществляется по собственному желанию, вовлекает в самую суть происходящего, приносит удовольствие, активен и эмоционально напряжен, мотивационно нагружен. Познание, осуществляемое через популярные сегодня интеллектуальные игры, не способствует развитию рефлексивного сознания, не учит неспешному, вдумчивому размышлению над проблемой, примитивизирует интеллектуальный поиск (ведь в игре есть только один правильный вариант ответа на вопрос). В некоторых случаях в текстах массовой культуры наблюдается сознательное искажение научного знания. Наиболее распространенные способы искажения, ориентированные на сферу логического мышления, — неясная формулировка тезиса, применение недостаточно доказанных или ложных аргументов, на-

рушение логической связи между тезисом и аргументами, расширение тезиса, верного в одних ситуациях, до тезиса, верного во всех ситуациях. Способы искажения, ориентированные на эмоциональную сферу, — использование при передаче информации внушения, убеждения аудитории через многократное повторение недоказанного или заведомо ложного тезиса, запутывание непонятными терминами, привлечение к дискуссии лжеученых.

Реализация трансляционной функции массовой культуры осуществляется под влиянием властных политических и экономических структур, вырабатывающих в конце XX — начале XXI века идеологический проект, который можно назвать «соблазнением масс знанием». Этот проект играет большую роль в современную эпоху, когда механизмы управления обществом претерпевают трансформацию от открытого насилия к скрытому соблазнению. Массовая культура становится мощнейшим инструментом подобного соблазнения. При массовом псевдопросвещении кажущаяся случайность в выборе масскультом познавательных стратегий «оказывается некоторым образом инвентаризована, классифицирована... следовательно, ею становится возможно управлять (в чем и состоит реальная задача системы в социоэкономическом и частном плане)»¹. Действительно, многие научно ориентированные тексты массовой культуры содержат в себе идеологически выгодные комментарии, и это говорит о том, что массовизированная «наука» маркирована властью. Целью «соблазнения масс знанием» становится обеспечение стабилизации общества путем предоставления общих знаний его членам и формирование в сознании масс идеологически выгодной властным структурам картины мира.

Познание, осуществляемое в рамках массовой культуры, является чрезвычайно привлекательным для массовизированного индивида по ряду причин. Во-первых, удовлетворение когнитивных потребностей масс способствует повышению их адаптационного потенциала. Предлагаемые массовой культурой объяснения законов существования и перспектив развития окружающего мира интеллектуально доступны массам, а потому удобны для них. Даже неверное истолкование масскультом природной и социальной среды усваивается массовизированным индивидом, отнюдь не склонным к поиску истины и помогает ему сохранить в условиях нестабильности психологическое, духовное и даже физическое здоровье. Во-вторых, при эмоционально насыщенном и доставляющем удовольствие познании индивид устремлен не на усвоение и переработку полученной информации, а на чувства и эмоции, которые он испытывает в процессе познания. Главное из этих чувств — вера в то, что о его просвещении заботятся некие общественные инстанции или все общество в целом (Ж. Бодрийяр). В-третьих, масскульт создает для своего потребителя специфическую среду существования, в которой тот способен ощутить свою онтологическую сопричастность к окружающему миру. В-четвертых, пробелы в образовании формируют у массовизированного ин-

¹ Бодрийяр Ж. Система вещей. М., 1995. С. 157.

дивида фрустрацию, частично искупаемую в процессе «познания», не требующего интеллектуальных усилий, временных или материальных затрат. Массовая культура, «просвещающая» индивида, позволяет ему самоутвердиться, почувствовать себя осведомленным и востребованным обществом. В-пятых, масскультом предлагается «свобода выбора» собственного мировоззрения, сулится возможность выразить через маркированное познание свою неповторимую индивидуальность. Каждый индивид может быть опознан через свои «научные интересы», поскольку, подобно тому как в обществе потребления «судят по одежке», в информационном обществе опознавательным кодом могут являться знания индивида. В-шестых, знание распределено массовой культурой по разнообразным маркам и брендам точно так же, как любой другой товар, то есть оно категоризировано, систематизировано и иерархизировано. Предлагаемый масскультом дайджест членит единую научную картину мира на мозаику различных взглядов, теорий, подходов и гипотез, мало связанных между собой. Подобная избыточность привлекает аудиторию и создает иллюзию свободного выбора.

В **Заключении** подводятся итоги исследования и обсуждаются его перспективы. Итак, массовая культура становится в эпоху современности важной культурной формой, «переводящей» специализированные научные знания на язык обыденного сознания. При этом переводе массовая культура более профанирует научное знание, нежели популяризирует его. Между тем массовая культура имеет большой потенциал для осуществления качественной популяризации: она доступна для большинства, имеет огромную сферу влияния, эксплуатирует в процессе коммуникации новейшие технические достижения. Такие возможности теоретически позволяют массовой культуре существенно расширять традиционные каналы трансляции специализированного знания, становиться инструментом подлинного просвещения масс, выработать у большинства запрос на повышение интеллекта путем формирования «моды на интеллект» (В. Гинзбург), что должно явиться одним из приоритетных направлений стратегической образовательной инициативы. Это особенно актуально сегодня для России, в которой наблюдается кризис таких социальных институтов, как семья и школа. «Академическая» популяризация науки должна стать образцом трансляции специализированного знания к обыденному сознанию. Популяризация науки важна для всего общества, а потому нуждается в государственном финансировании и серьезном, методологически взвешенном подходе.

Основные выводы и положения диссертационного исследования изложены в следующих публикациях:

1. Кожаринова, А. Р. Соблазнение знанием, как особенность реализации гносеологической функции массовой культуры в конце XX — начале

XXI веков // Этносоциум и межнациональная культура. 2009. № 7 (23). С. 124–128 (0,3 п. л.).

2. Кожаринова, А. Р. Основные методы репрезентации науки в массовой культуре // Знание. Понимание. Умение. 2010. № 1. С. 200–204 (0,44 п. л.).

3. Кожаринова, А. Р. Реклама в печатной продукции для женщин // Философия сервиса: проблемы теории, истории и практики: Межвузовский научный сборник. Вып.1. М. : Экон-Информ, 2008. С. 116–118 (0,14 п. л.).

4. Кожаринова, А. Р. Массовая культура: исследовательские подходы к определению // Політичні і правові проблеми становлення і розвитку держави на пострадянському просторі: матеріали міжнародної науково-практичної конференції, м. Харків, 26 червня 2009 р. / редкол.: Ю. П. Битяк, І. В. Яковюк, Г. В. Чапала. Харків: НДІ держ. буд-ва та місц. самоврядування, 2009. С. 215–219 (0,4 п. л.).

5. Кожаринова, А. Р. Феномен «толпы» в античной философии, как прообраз феномена «массы» в неклассической философии // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. 2010. № 2. С. 287–289 (0,25 п. л.).

6. Кожаринова, А. Р. Экономические и технологические факторы роста гносеологической функции массовой культуры в конце XX — начале XXI веков // Альманах современной науки и образования. 2010. № 2 (33) : в 2 ч. Ч. 1. С. 26–28 (0,3 п. л.).

7. Кожаринова, А. Р. Познавательные функции современной рекламы // Современные проблемы туризма и сервиса. Ч. II: Материалы Всероссийской научной конференции аспирантов и молодых ученых, 16 апреля 2009 г., ФГОУВПО «РГУТиС». М.: РГУТиС, 2009. С. 167–173 (0,3 п. л.).

8. Кожаринова, А. Р. Массовая культура как транслятор специализированного знания // Научные труды Московского гуманитарного университета. Вып.117. М.: Социум, 2010. С. 110–117 (0,5 п. л.).

9. Кожаринова, А. Р. Проблемы современного образования и их роль в расширении сферы влияния массовой культуры // Научные труды Московского гуманитарного университета. Вып.117. М.: Социум, 2010. С. 117–124 (0,5 п. л.).

10. Кожаринова, А. Р. Коммуникативный эффект от передачи познавательной информации в СМИ // Знание. Понимание. Умение. Электронный научный журнал. 2010. № 4. Портал зарегистрирован Федеральной службой по надзору за соблюдением законодательства в сфере СМИ и охраны культурного наследия. Свидетельство о регистрации: Эл. № ФС77-25026 от 14 июля 2006 г.

URL: http://www.zpu-journal.ru/ezpu/2010/4/Kozharinova/index.php?phrase_id=439137 (0,6 п. л.).

11. Кожаринова, А. Р. Эволюция моделей трансляции специализированного знания в западноевропейской культуре // Научные труды Московского гуманитарного университета. Вып. 118. М.: Социум, 2010. С. 47–54 (0,6 п. л.).

12. Кожаринова, А. Р. Применение структурно-функционального метода при анализе факторов актуализации познавательной функции массовой культуры

в постиндустриальном обществе // Научные труды Московского гуманитарного университета. Вып. 119. М.: Социум, 2010. С. 44–55 (0,7 п. л.).

13. Кожаринова, А. Р. СМИ как источник научно-популярной информации // Культура глобального информационного общества: противоречия развития : сб. науч. статей / отв. ред. А. В. Костина. М.: Изд-во Моск. гуманит. ун-та, 2010. С. 383–388 (0,4 п. л.).

Подписано в печать 13.10.2010 г. Заказ №
Формат 60x84 1/16. Объем 1,5 п. л. Тираж 100 экз.
Издательство ННОУ ВПО «Московский гуманитарный университет»
111395, г. Москва, ул. Юности, 5/1.