

Нина Фрольцова

Белорусский государственный университет

РЕАБИЛИТАЦИЯ МАССОВОЙ КУЛЬТУРЫ В ИНТЕРНЕТ-СРЕДЕ

Будучи порождением техногенной цивилизации, *массовая культура* всегда вызывала противоречивые оценки. С одной стороны, признавалась ее роль в приобщении к культуротворчеству широких слоев населения, невзирая на их социальный статус. Первым в конце XIX в. об этом написал Г. Тард (1843–1904), отметив воздействие имевшихся тогда средств коммуникации (телеграфа, телефона, книгоиздания, а особенно прессы) на появление *публики* – промежуточного социального слоя между «высшим» и «низшим» сословиями, «индивидом» и «толпой». Похожую мысль о демократической направленности культуры, определяемой массовостью ее потребления, отстаивал Д. Дьюи (1850–1952). Он указывал на недопустимый отрыв ее «элитистской» трактовки как «косметического кабинета цивилизации» от реального социального контекста, ссылаясь на творчество Бетховена, Рембрандта и других художников, работавших «под заказ» и при жизни не знавших, что спустя столетия они станут классиками «высокой» культуры и существенной частью культурного опыта миллионов людей. С другой стороны, культуротворческий процесс, как и производимый в его рамках совокупный продукт, постоянно упрекались в зависимости от рыночной конъюнктуры, превращающей вещь или произведение в товар, ценность которого регулируется не только спросом и предложением, но и доступом потребителя к технике. Обеспечение маркетинговым и техническим инструментарием послужило питательной почвой для расцвета *критической теории массовой культуры* в качестве неизбежного спутника *массового общества*, формирующего в условиях капитализма *одномерного человека* (Г. Маркузе, 1898–1979), горячо поддержанной в СССР, странах соцлагеря и развивающегося «третьего мира». Не растратив идейный пафос на фоне стремительно возрастающего с 1970-х гг. разнообразия профессиональных и бытовых электронно-технических средств (многоканального и кабельного ТВ, портативных радио- и телеприемников, видео- и звукозаписывающих устройств, кассетных носителей), эта теория повлекла за собой возникновение альтернативной концепции *демассификации* (Д. Белл, А. Тоффлер). Последняя сразу снискала известность тем, что не только охарактеризовала социально ценностный коммуникативный потенциал технических средств производства и потребления

культуры, но и обозначила эту тенденцию как «третью волну» в развитии цивилизации, переходящей к фазе «информационного общества». Это достаточно внятно объясняло, почему условно взятые массы не «одномерных», а вполне адекватных людей в разных странах, несмотря на капитализм или социализм, охотно участвуют, в том числе и своим кошельком, в культурно-техническом производстве и потреблении, принимающих индустриальный характер. Кстати, основная работа Д. Белла (1919–2011) так и называлась – «Конец идеологии». Под влиянием прогнозируемой «третьей волны» термин *массовая культура* уступил место дефиниции *популярной культуры*.

Разумеется, смена терминологии не разрешила окончательно коренной проблемы бывшей массовой культуры, связанной с технологической трансформацией ее коммуникативно-информационных качеств. Технически демассификация на рубеже XX–XXI вв. материализовалась в персональном компьютере с его модификациями в виде мобильных полифункциональных и мультимедийных устройств, интегрированных в глобальную телекоммуникационную сеть Интернет. Таким образом, возникли действительно уникальные условия для формирования культуротворческого процесса, массового по охвату, но индивидуального по участию в нем каждого пользователя. В этих рамках существенно преобразуется типология ценностей, не только ассоциирующихся с собственным контентом, как это происходило прежде в разобщенных секторах техногенного производства культуры. Важнейшую ценность приобретают *культурообразующие знания* и в целом *культурная компетенция*, отраженные в *рецептивных способностях личности как самостоятельного субъекта* производства того или иного продукта в виртуальной форме. В новую типологию ценностей входят также *личное жизненное время* и *лояльность* субъекта относительно вероятного множества других таких же субъектов. Обладая иным набором знаний и опыта, множество субъектов позволяет создавать отличающиеся друг от друга контенты, соответствующие спектру индивидуальных культурных интересов, запросов и предпочтений. Возрастает значимость и такого принципиального типа ценностей, как навыки и умения субъекта, берущего на себя роль *самостоятельного коммуникатора*, иницилирующего в электронно-цифровой среде взаимообмен контентом или поддержку их производства посредством консолидированного взаимодействия с другими коммуникаторами в онлайн и офлайн.

Культуротворческие ресурсы Интернета как особой инфокоммуникационной техногенной среды только начинают осваиваться, в чем-то напоминая историю, которую с разными скоростями и в разные вре-

мена прошли книгопечатание, кинематограф, радио, телевидение. Аккумулируя достижения мировой культуры в разных ее измерениях: от ведических текстов, созданных около 2000 лет до н. э. и переведенных с санскрита, праматери современных индоевропейских языков, на эти самые языки, до песен Фредди Меркури, эротических фильмов вроде нашумевшей «Эммануэль» Ж. Жакена и телеигр наподобие «Битвы хоров», каждое из прежних средств массовой коммуникации в свой отрезок истории новизной технического формата сначала поражало воображение людей, потом становилось привычным. Но главная цель была общей – сделать тексты, образы и символы достоянием как можно более широких масс населения, тем самым преодолевая инертность жизни, раздвинув ее горизонты и способствуя появлению подлинных художников, которые не могли бы никогда состояться вне окружения *массовой / популярной культуры*. Культуротворческая миссия Интернета, очевидно, не может не развиваться в русле этой всеобщей тенденции.

Виктор Шимолин

Белорусский государственный университет

МАСТЕРСТВО ФОТОЖУРНАЛИСТА: ОТ ТЕОРИИ К ПРАКТИКЕ

Яркость и выразительность публикации определяется умением корреспондента творчески использовать разнообразие газетных жанров, добиваясь вербально-визуальной выразительности в передаче новостной, аналитической или публицистической информации. Писатель Василь Быков подчеркивал, что жанровые законы остаются в силе, и безнаказанно преступать их невозможно. Профессор Московского государственного университета Виктория Ученова неоднократно утверждала, что забвение признаков жанра непременно рождает суррогат. Особых трудностей в изучении теории газетных публикаций быть не должно. В многочисленных учебниках, учебных пособиях и научных исследованиях, изданных в последние десятилетия, детально описаны определения, признаки, формы подачи жанров, особенности их графического оформления на газетных полосах. Критерием освоения теории была и остается практика.

В стенах Института журналистики БГУ студент овладевает солидным запасом знаний, в том числе и по основам фотожурналистики. Изучение данного предмета открывает дверь в творческую лабораторию