

Человек и культура

Правильная ссылка на статью:

Дунилов И.М. Массовая культура второй половины XX века в теориях постмодерна // Человек и культура. 2025. № 4. DOI: 10.25136/2409-8744.2025.4.73049 EDN: WFLJKO URL: https://nbpublish.com/library_read_article.php?id=73049

Массовая культура второй половины XX века в теориях постмодерна

Дунилов Иван Михайлович

ORCID: 0009-0007-6726-5088

независимый исследователь

656063, Россия, Алтайский край, г. Барнаул, ул. Монтажников, 5, кв. 38

✉ 2200imd@gmail.com



[Статья из рубрики "Глобализация, глокализация, массовая культура"](#)

DOI:

10.25136/2409-8744.2025.4.73049

EDN:

WFLJKO

Дата направления статьи в редакцию:

16-01-2025

Аннотация: В статье рассматриваются причины расцвета массовой культуры на Западе во второй половине XX века, а также некоторые современные тенденции её развития. Массовая культура часто становилась мишенью для различного рода интеллектуалов, но не подвергалась глубокому анализу. В частности, распространение массовой культуры темпорально совпадает с периодом «постмодерна». Постмодерн / Постмодернизм рассматривается в рамках теорий Ф. Джеймисона и А. Хюссена. Т. е. как явление, изначально появившееся в США — крупнейшей стране, меньше всего пострадавшей от Второй мировой войны. Одновременно с небывалыми стандартами потребления и развитием технологий, происходило «приручение», институализация искусства модернизма. В результате в США возникают протестные культурные движения против официального, элитарного, корпоративного модернизма. Основными методами, которые были использованы в данной работе, являются методы историко-генетического, компаративного, культурологического анализа. В теории постмодернизма как культурной логики позднего капитализма, сформулированной американским философом Ф. Джеймисоном, массовая культура, наконец, получила свое признание в качестве

объекта, достойного изучения. В данной статье автор выделяет ряд тенденций, присущих развитию массовой культуры. С одной стороны, это значительная утеря оригинальности, вторичные переработки старого материала. С другой стороны, следует отметить не упрощение, а усложнение многих произведений массовой культуры, появление нишевых продуктов, изначально рассчитанных на осведомленного и пресыщенного, критически настроенного читателя, зрителя или слушателя. Однако подобные культурные продукты и не должны вводить потребителя в заблуждение, а лишь дать материал для построения собственной идентичности в условиях тотального доминирования экономического дискурса.

Ключевые слова:

капитализм, поздний капитализм, постмодерн, постмодернизм, массовая культура, популярная культура, культурные иерархии, Ф. Джеймисон, искусство и коммерция, потребление

Концепты «постмодерн» и «постмодернизм», появившиеся и получившие изначальное распространение на Западе, описывают, преимущественно, особенности западной, в частности американской, культуры второй половины — конца XX века. Традиционно в отечественной литературе «постмодерн» обычно обозначает некий период, тогда как «постмодернизм» больше относится к художественным стилям. Но употребление этих терминов не является упорядоченным, поэтому часто они используются как синонимы.

Представляется, что эвристическая сила понятия «постмодернизм» зависит от того, насколько это понятие способно выходить за пределы описания собственно культурных трендов и становиться дополняющим для понятия «капитализм», т.е. насколько хорошо или плохо постмодернизм может служить для описания культуры современного капитализма, прежде чем перейдет из стана актуальных терминов в стан исторических. Поэтому для данного исследования опорной является теория американского философа Фредрика Джеймисона, представившего «постмодернизм» как культурную логику или культурную доминату позднего капитализма [\[1\]](#). Теория Джеймисона позволяет связать напрямую постмодернизм с расцветом массовой культуры — своеобразным американским культурным стандартом.

Вряд ли можно точно назвать дату рождения массовой культуры. По мнению искусствоведа Кирилла Разлогова, массовая культура появляется в конце XIX — начале XX века [\[2\]](#). Перечислим предпосылки, благодаря которым её существование стало неоспоримым фактом. Появление массовой культуры можно связать с социально-экономическими и технологическими сдвигами: модернизацией, урбанизацией, повышением общего уровня грамотности, массовым выходом женщин на рынок труда; появлением централизованной и стандартизированной системы образования, ориентированной на все более широкие слои населения, и т. д. Все больше и больше людей в развитых странах стали жить «лучше», появилась потребность в массовых товарах и развлечениях. Место марксистского представления об антагонистичных классах заняла непрерывная шкала состояний. И главное место на этой шкале заняла новая общность, т. н. средний класс, который из политической химеры, призванной имитировать общественный консенсус, невзирая на разнонаправленность групповых интересов, превратился в идентичность для многих миллионов людей богатых обществ. Антрополог Хадас Вайс в своей работе «Мы никогда не были средним классом» [\[3\]](#)

описывает средний класс как своего рода идеологию.

Послевоенный подъем в США и Европе сменился упадком: экономический кризис, война во Вьетнаме вынудили мирового лидера изменить политику, пересмотреть «кейнсианский консенсус» «большого правительства», «большого бизнеса» и «большого труда». И студенческие выступления 1968 г. в Париже сыграли злую шутку: они прекрасно подошли для легитимации неолиберальных изменений ^[4]. Эти изменения капитализма привели не к освобождению и реализации собственных проектов для большинства, а пересмотру трудовых отношений: наемные работники, деформированные дисциплиной, но с обещанным стандартным вознаграждением и предсказуемой карьерой, все чаще превращались в бесправных «партнеров». Текущая занятость стала называться поисками себя, а чемпионы успеха и различного рода гуру рассказывали, что нужно просто открыться миру и ловить попутный ветер. Отделение маркетинга от массового производства и перенос его значительной части в бедные регионы вкупе с новыми технологиями организации производства и логистики позволяли поддерживать и даже увеличивать потребление в странах Запада/Севера. Появились и новые потребители: возвышающиеся группы в «новых» промышленных странах. Так что «общество потребления» возникло не только из-за поразительных успехов послевоенного развития стран Запада, но и за счет сохраняющихся диспропорций между странами, т. е. неоколониализма, позволявшего держать достаточно низкими цены на многие потребительские товары. В таком случае родиной постмодерна должна была стать самая благополучная страна, меньше всего пострадавшая от мировой войны: США.

Технологические успехи в сфере медиа также всем известны: от распространения печатных СМИ и радио до цветного телевидения, видеопроката – это время постмодерна.

Литературный критик Лесли Фидлер в эссе «Пересекайте границы, засыпайте рвы» («Cross the Border — Close the Gap», 1968) ^[5] говорил о двойном кодировании, когда произведение оказывается многоуровневым: понятным рядовому массовому читателю, одновременно соответствуя элитарным вкусам.

Архитекторы Роберт Вентури, Дениз Скотт Браун, Стивен Айзенур ^[6] призывали учиться у Лас-Вегаса и Диснейленда, выделяя символическую добавку и функциональную основу заданий. Но в реальности обещанной демократизации не произошло. Архитекторы продолжали обслуживать корпоративный бизнес, а смешение жанров обернулось шуткой для своих. В качестве примера можно привести книгу «Имя розы» («Il nome della rosa», 1980) Умберто Эко — пионера теоретического постмодернизма в Европе. «Имя розы» — это не просто детектив в исторических декорациях – он обращен к читателю, достаточно глубоко погруженному в средневековые богословские споры, являющемуся знатоком трудов Аристотеля, монастырского быта, знакомому с контекстом средневековых религиозных конфликтов и т.д. И свобода интерпретации текста здесь выступает своего рода пажонством со стороны автора: Умберто Эко подмигивает Умберто Эко.

Американская интеллектуалка Сьюзен Зонтаг, ставшая одной из первых сторонниц постмодернизма, обратила внимание на массовую культуру, но лишь для того, чтобы найти образцы для коллекции диковинок, подходящих для описания эстетики кэмп ^[7], в которой соседствовали японские фантастические фильмы, боа из перьев, «Лебединое озеро», рисунки Бёрдслея и т. д.

Действительно, массовая культура по-прежнему слабо интересовала исследователей. Обычно социальные мыслители ограничивались критическими замечаниями по отношению к массовой культуре вне зависимости от того, к какому политическому лагерю

они принадлежали.

Для консерваторов массовая культура свидетельствовала об отрыве от корней и падении нравов, неуважении к социальным порядкам, высокий модернизм тоже не внушал доверия. Левыми массовая культура обычно обличается как «утвердительная» («аффирмативная»), реакционная, насквозь коммерциализированная, одурманивающая. Потребители подобных культурных продуктов предстают пассивными и лишенными субъектности. С другой стороны, левые критики были правы насчет роли культуры как механизма примирения индивида с обществом, в котором ему довелось существовать. Достаточно почитать М. Хоркхаймера и Т. Адорно [\[8, с. 149-209\]](#) или Г. Маркузе [\[9, с. 318-359\]](#). Глава книги Хоркхаймера и Адорно даже называется «Культуриндустрия. Просвещение как обман масс». По мнению известного культуролога Виталия Куренного, критика франкфуртской школы слабо отражала реалии, а сама организация «культурной индустрии» не могла привести к тотальному и слаженному контролю над обывателями: «Но отсутствие монополии на культурную политику и культурное производство, неизбежная конкуренция, существующая в буржуазном государстве, — все это в конечном счете обрекает такого рода затеи на провал. Там, где действует принцип открытой состязательности, нет основы для возможности тотального целенаправленного манипулирования» [\[10\]](#). Однако не следует забывать про то, что экономический дискурс тотален в любом случае.

Если первой причиной появления постмодерна в США является небывалый рост уровня потребления, то второй причиной можно считать особую судьбу модернизма. Оказалось, что модерн не так уж и независим, его политическая всеядность тоже вызывала вопросы. Например, многие крупные архитекторы, включая Ле Корбюзье, были готовы сотрудничать с любыми режимами, обещающими воплотить их видение городского пространства. Но именно в США, по мнению Андреаса Хюссена [\[11, с. 11-16\]](#), модернизм стал витриной официальной американской культурной политики. В Америке модернизм был скомпрометирован больше всего, обслуживая корпоративный капитализм, и, будучи использован в борьбе за культурную гегемонию во время Холодной войны.

Получается, что социально-экономические пертурбации и падение авторитета модернизма сподвигли культурных деятелей искать новые образы и средства выразительности. Ещё в 1930-х годах Клемент Гринберг пытался доказать, что США — величайшая культурная столица, а абстрактный экспрессионизм есть вершина модернизма. Однако культурная экспансия Америки базировалась не столько на гигантских полотнах Джексона Поллока, суповых банках Энди Уорхола, шокированном мальчике с бутафорской гранатой на фотографии Дианы Арбус [\[12\]](#), паузах в произведениях Джона Кейджа, текстах Джона Барта или попытках Сьюзен Зонтаг стать интеллектуальной it girl. Мир завоевывал Голливуд (до сих пор фантастические фильмы Джона Карпентера, например, «Нечто» («The Thing», 1982) и «Чужие среди нас» или «Они живут» («They Live», 1988), дают много материала для культурологов и философов), комиксы, компьютерные игры, сериалы, телевизионные программы, MTV, стандартизированные рецепты гамбургеров, и желание владеть всем тем, чем владеют чемпионы потребления по ту сторону океана.

Американский философ Фредрик Джеймисон не зря считал постмодернизм первой глобальной американской культурой. Отечественный исследователь Александр Павлов связывает постмодернизм с появлением популярной культуры [\[13, с. 61-63\]](#). Что же такое популярная культура, согласно А. В. Павлову? Если кратко, то это массовая культура,

выдержавшая проверку временем. Поэтому она появляется позднее массовой культуры: «Иными словами, признание популярной культуры, с одной стороны, и постмодерна – с другой, шло по двум параллельным путям, но в какой-то точке эти процессы должны были сойтись... В итоге две линии встретились в теоретической работе Джеймисона: будучи философом, он фактически первым высказал идею о том, что популярная культура и есть постмодернизм. К тому моменту популярная культура уже сложилась» [\[13, с. 82\]](#).

Формировалась «nobrow» («ноубрау») культура, т. е. некое общее культурное поле. Это не очень удачное и упрощающее определение, предложенное журналистом Джоном Сибруком [\[14\]](#), прижилось. Хотя слово «brow» переводится с английского как «бровь», в русском языке значение куда лучше передается словом «лоб». Джон Сибрук представляет «аристократическую иерархию культур» как дихотомию «высоколобой» «highbrow» — (элитарной) и «низколобой» — «lowbrow» (массовой). Между ними вклинивается «культура среднего интеллектуального уровня». Например, журнал «Нью-Йоркер» («The New Yorker»). Новая массовая культура, «культура супермаркета» в свою очередь иерархична: мейнстрим, субкультуры, индивидуальная культура [\[14, с. 74-75\]](#). Сибрук также вводит термин «шум» [\[14, с. 24\]](#), который можно охарактеризовать как вторжение чего-то сиюминутного, не прошедшего фильтрацию: что-то слишком злободневное, реклама, новейшие тренды и т. п. Постепенно ограждающая от «шума» функция культуры истончается. Более того, Д. Сибрук считает, что граница между культурой и маркетингом, «проводимая каждым конкретным человеком, определялась лишь его датой рождения. В этом и заключалось подлинное различие между поколениями — в какой степени невыразимое ощущение культуры рынка стало частью собственного мировоззрения под влиянием внешней культуры ...» [\[14, с. 105\]](#). По мнению журналиста, одной из «истин» новой коммерческой культуры стало то, что коммерческий расчет и анализ рынка были более надежными ставками, нежели оригинальность или художественная ценность. Неудивительно, что повторно используется все то, что уже известно зрителю, что когда-то сработало и стало культурным брендом. Пресыщенность продуктами того, что Сибрук называет «большой сетью» (корпоративная коммерческая культура, крупные студии, лейблы и т. д.) привела к небывалому расцвету разнообразных локальных, нишевых, авторских проектов («малая сеть»). Однако между ними не существует границы: буквально один хит может привести никому не известную группу к небывалому успеху. Граница между авангардом и массовой культурой стала условной [\[14, с. 110-113\]](#). Сибрук имеет в виду, в первую очередь, телевидение и конкретно MTV в качестве факторов этого смещения, то есть описывает ситуацию, характерную для прошлого, до массового распространения сети Интернет. Интернет многократно усилит эти тенденции.

А. В. Павлов использует собственную концепцию иерархии вкусов, которая не совпадает с предложенной Сибруком. Социальный философ считает, что массовая культура тяготеет к низам, тогда как популярная к верхним ступеням иерархии, хотя сам отмечает, что нужен определённый временной лаг, чтобы «отфильтровать» лучшее. С другой стороны, вызывает некоторое сомнение, что отбор всегда работает «правильно», поэтому именно самые качественные образцы (или же бизнес-модели?) становятся популярными или даже «культовыми». А. В. Павлов даже говорит о некой новой культурной грамотности, предполагающий знание артефактов популярной культуры [\[13, с. 87-88\]](#).

Таким образом, Ф. Джеймисон в какой-то степени задал новый тренд, сложившийся позже в cultural studies, принявшись рассматривать фильмы «Жар тела» («Body Heat»,

1981), «Звездные войны» («Star Wars», 1977–) и читать предтечу киберпанка Филипа Дика. С другой стороны, именно ему принадлежит применение понятия «пастиш» и «кинематограф ностальгии», которые можно считать и отголосками традиционной левой критики. «Кинематограф ностальгии» — своеобразный тип кинематографического симулякра, стилизация, отсылающая к воображаемому застывшему прошлому или даже настоящему [\[1, с. 113–117\]](#). «Американское граффити» («American Graffiti», 1973) — второй фильм, снятый Джорджем Лукасом, Джеймисон назвал первым образцом «кинематографа ностальгии» [\[1, с. 113\]](#).

Напротив, литературовед Линда Хатчеон считает, что постмодернистское произведение не отрицает свое происхождение, исторический контекст своего появления. Могут использоваться жанровые штампы, чтобы изнутри противостоять унификации массовой культуры, иронически обыгрывая и злоупотребляя условностями и массовой, и элитарной культур [\[16, pp.20–21\]](#). Однако Л. Хатчеон пишет все-таки об интеллектуальных бестселлерах, таких как произведения У. Эко, Э. Л. Доктороу и т. д.

А. В. Павлов отмечает, что Джеймисон отбирал солидные образцы, а не погружался в низы массовой культуры. Отметим лишь, что Джеймисон даже написал статью о сериале «Прослушка» («The Wire», 2002–2008) [\[15\]](#), который был отмечен как кинокритиками, так и завоевал популярность у простых зрителей, включая самих балтиморских бандитов и полицейских, чья жизнь в нем и показывается. Конечно, «Прослушка» задала определенный стандарт. Этот стандарт, по мнению автора статьи, до сих пор не был превзойден.

Другой марксист — социальный географ Дэвид Харви в книге «Состояние постмодерна» искал подтверждение своим тезисам об изменении ощущения пространства и времени на новом этапе капитализма (переходе к так называемому гибкому накоплению), сравнивая «Бегущего по лезвию» («Blade Runner», 1982) Ридли Скотта (популярный фильм) и «Крылья желаний» или «Небо над Берлином» («Der Himmel über Berlin», 1987) Вима Вендерса (элитарная культура). Харви даже приходит к парадоксальному выводу, что фильм Скотта более честный, а социальная критика в нем более выраженная [\[17, с. 491–516\]](#).

Так критики начали применять философский аппарат для анализа явлений массовой культуры, потеснив традиционных критиков, которые оценивали технические приемы и воспевали гениальность, не обращая внимания на социальные коннотации. Джеймисон писал, что после прочтения текстов Бурдьё уже невозможно оставаться наивным, за каждым творцом или исторической личностью мы можем увидеть карьерную траекторию человека в конкретных социальных обстоятельствах: «Я думаю, мы по-прежнему восхищаемся великими генералами (как и их визави, великими художниками), однако восхищение обращено уже не на их внутреннюю субъективность, а на их исторический нух, их способность оценивать “текущую ситуацию” и тут же определять возможную систему ее преобразований. Это, как мне представляется, и есть по-настоящему постмодернистская ревизия биографической историографии, которая характерным образом заменяет вертикальное горизонтальным, время — пространством, а глубину — системой» [\[1, с. 597\]](#).

А. В. Павлов считает, что «в какой-то момент популярная культура кончилась, а мы этого не заметили. И с ее концом мы вступили в новый этап постмодернистской эры — повторения, воспроизведения и мешапа. Тарантино зафиксировал этот переход, а «Южный парк» («South Park», 1997–) закрепил. В этом смысле массовая культура не

предлагает ничего сколько-нибудь популярного в том смысле, чтобы новый герой масс прижился и остался иконой» [18]. Отметим лишь, что этот новый этап развития культуры остается в рамках постмодерна, по Павлову. Вряд ли прошло достаточно времени, чтобы мы могли вместе с Павловым согласиться, что новых образцов популярной культуры больше не появится. В конце концов, многие произведения популярной культуры нам приходится «оправдывать» ретроспективно: они были лучше своих конкурентов потому, что они дошли до наших дней.

По мнению британского журналиста Стюарта Джеффриса новые технологии, Интернет смогли оживить постмодернизм [19, с. 355]. Культура постмодерна обрела новую жизнь в сети.

Но стоит ли пренебрегать новыми произведениями массовой культуры? Действительно, мы видим многочисленные перезапуски, переработки, ремейки, попытки перенести популярные компьютерные игры на экран и т. д. Культовые фильмы, персонажи и целые вселенные оживают вновь, чтобы принести прибыль. Кажется, налицо жесточайший кризис идей. С другой стороны, можно говорить об усложнении и диверсификации массовой культуры, отдельные произведения которой могут служить кирпичиками «индивидуальной» культуры, сочетаясь с признанными произведениями элитарного канона. Внутри массовой культуры появляется запрос на нишевые продукты. Само такое сочетание не говорит об устранении культурных иерархий. Более сложный мир порождает более сложные сочетания. Потребление определенных культурных продуктов и их брендов позволяет конструировать (в определенных пределах, задаваемых социальным бэкграундом) собственную идентичность.

Библиография

1. Джеймисон Ф. Постмодернизм, или Культурная логика позднего капитализма. М.: Издательство Института Гайдара, 2019. 808 с.
2. Разлогов К. Э. Массовой культуры теории // Новая философская энциклопедия. Т. 2. М.: Мысль, 2010. С. 504-505.
3. Вайс Х. Мы никогда не были средним классом. Как социальная мобильность вводит нас в заблуждение. М.: Издательский дом Высшей школы экономики, 2021. 200 с.
4. Болтански Л., Кьяпелло Э. Новый дух капитализма. М.: Новое литературное обозрение, 2011. 976 с.
5. Fiedler L. Cross the Border, Close the Gap // The collected essays of Leslie Fiedler. Vol. 2. New York: Stein & Day Publishers, 1971. P. 461-485.
6. Вентури Р., Скотт Браун Д., Айзенур С. Уроки Лас-Вегаса. Забытый символизм архитектурной формы. М.: Strelka Press, 2015. 212 с.
7. Зонтаг С. Заметки о кэмпе // Мысль как страсть. М.: Русское феноменологическое общество, 1997. С. 48-64.
8. Хоркхаймер М., Адорно Т. Диалектика Просвещения. Философские фрагменты. М.; СПб.: Медиум; Ювента, 1997. 312 с.
9. Маркузе Г. Аффирмативный характер культуры // Критическая теория общества: Избранные работы по философии и социальной критике. М.: АСТ: Астрель, 2011. С. 318-359.
10. Сысоев Т. Культуролог Виталий Куренной: «Возьмем ли мы Леонардо да Винчи, Рафаэля или иконописцев, – это всегда определенный рынок» // Газета «Культура». 26.03.2021 URL: <https://portal-kultura.ru/articles/world/332132-kulturolog-vitaliy-kurennoy-vozmem-li-my-leonardo-da-vinchi-rafaelya-ili-ikonopistsev-eto-vsegda-opr/> (дата обращения: 19.11.2024).

11. Huyssen A. Mapping the Postmodern// New German Critique, 1984. №. 33. P. 5-52.
12. Ребенок с игрушечной ручной гранатой в Центральном парке, Нью-Йорк Диана Арбус, США, 1962 г. // The Metropolitan Museum of Art. URL: <https://www.metmuseum.org/ru/art/collection/search/284712>
13. Павлов А. В. Постпостмодернизм: как социальная и культурная теории объясняют наше время. Изд. 3-е, дополненное. М.: Издательский дом «Дело» РАНХиГС, 2023. 584 с.
14. Сибрук Д. Nobrow. М.: ООО «Ад Маргинем Пресс», 2012. 240 с.
15. Джеймисон Ф. Реализм и утопия в сериале «Прослушка» // Философско-литературный журнал «Логос». 2013. № 3 (93). С. 37-54.
16. Hutcheon L. A Poetics of Postmodernism. History, Theory, Fiction. New York, London: Routledge, 1988. 284 с.
17. Харви Д. Состояние постмодерна: Исследование истоков культурных изменений. М.: Издательский дом Высшей школы экономики, 2021. 576 с.
18. Герман И., Пророков Н. «Самое интересное, что есть в массовой культуре, – это ее низы»: Александр Павлов о хорошем плохом вкусе // Теории и практики. URL: <https://special.theoryandpractice.ru/pavlov> (дата обращения: 19.11.2024).
19. Джеффрис С. Все, всегда, везде. Как мы стали постмодернистами. М.: Ад Маргинем Пресс, 2023. 368 с.

Результаты процедуры рецензирования статьи

В связи с политикой двойного слепого рецензирования личность рецензента не раскрывается.

Со списком рецензентов издательства можно ознакомиться [здесь](#).

Рецензируемый текст "Критика потребления и саморазоблачение как черты современной массовой культуры" представляет из себя достаточно объемное культурологическое исследование, в теоретической своей части опирающееся на теорию американского философа Фредрика Джеймисона, представлявшего «постмодернизм» как культурную логику или культурную доминату позднего капитализма; таким образом автор уделяет особое внимание социально-экономическому аспекту современной массовой культуры. Собственно текст состоит из двух больших разделов: в первом, теоретическом, автор отслеживает тенденции развития как самой массовой культуры, так и развитие ее трактовок в культурологии и философии. Представляется, что автор, увлекшись пересказом различных концепций, оценок, объяснением терминов и т.д., забывает о заглавии своей работы: «Критика потребления и саморазоблачение как черты современной массовой культуры». Первая часть может быть опубликована как отдельный текст, обобщающие основные тенденции и сопутствующие концепции развития массовой культуры, у этой части даже есть довольно логичное завершение: "А. В. Павлов считает, что «в какой-то момент популярная культура кончилась, а мы этого не заметили. И с ее концом мы вступили в новый этап постмодернистской эры — повторения, воспроизведения и мешапа.Отметим лишь, что этот новый этап развития культуры остается в рамках постмодерна, по Павлову.....По мнению британского журналиста Стюарта Джеффриса новые технологии, Интернет смогли оживить постмодернизм... Культура постмодерна обрела новую жизнь в сети....Но стоит ли пренебрегать новыми произведениями массовой культуры? Действительно, мы видим многочисленные перезапуски, переработки, ремейки, попытки перенести популярные компьютерные игры на экран и т. д. Культовые фильмы, персонажи и целые вселенные оживают вновь, чтобы принести прибыль. Кажется, налицо жесточайший кризис идей». Однако в этом завершении нет ничего на заявленную в заглавии тему, к тому же текст здесь не заканчивается, а начинается его вторая часть, состоящая из нескольких

разделов, в каждом из которых с неожиданной детализацией рассматривается какое-то произведение современной массовой культуры. Предыдущая часть, будучи исследованием теоретического характера, лишь называла произведения в качестве примеров/доказательств того или иного тезиса; теоретический характер исследования заявлен и собственно заглавием. Поэтому внезапные детальные погружения в сюжетные перипетии сериалов «Андор» и «Пацаны», фильмов «Детки», «Земля кочевников» (а каждому из названных произведений посвящен отдельный раздел!) выглядят нелогично и чужеродно в общем контексте исследования. Причем опять-таки нельзя сказать, что на примере выбранных произведений автор работает с заявленной в заголовке тематикой, он анализирует их как произведения постмодерна, отмечает ностальгические мотивы, приводит оценки различных критиков, но из этих кирпичиков никак не собирается четкая последовательность аргументов в заявленном направлении. Выводы, сформулированные автором, не вызывают особых вопросов («Можно говорить об усложнении и диверсификации массовой культуры, отдельные продукты которой могут служить кирпичиками «индивидуальной» культуры, сочетаясь с признанными произведениями элитарного канона. Само такое сочетание не говорит об устранении культурных иерархий. Более сложный мир порождает более сложные сочетания. Потребление определённых культурных продуктов, как и брендов позволяет конструировать (в определенных пределах, задаваемых социальным бэкграундом) собственную идентичность. Одновременно замечен и кризис идей, проявляющийся в появлении бесчисленных ремейков, сиквелов, ответвлений, переработок известных произведений и целых фантастических вселенных»), однако как мы уже отмечали эти выводы впервые фактически формулируются в середине текста, а дальше начинается обращение к контент-анализу. Представляется, что главная проблема текста – его избыточность, некоторые разделы второй части выглядят как конспект отдельной статьи, но автор должен придерживаться заявленной темы и подчинить все разделы текста решению главной задачи – доказательству заявленного тезиса; вторая часть должна быть сокращена и приведена в логическое соответствие с первой частью и заглавием текста. Или же автору следует изменить название текста на более соответствующее содержанию. Автору также следует придерживаться единого стиля в именовании произведений – «Середина 90-х» («Mid90s», 2018), а не только русский перевод названия или только оригинальное название. Автор периодически допускает фактические ошибки: американский автор Филипп Дик не является классиком киберпанка, он считается его предтечей; утверждение касательно «Звездных войн» (В первой трилогии нет никаких намеков на настоящие, реальные конфликты) ложно; как известно, Лукас находился под впечатлением Вьетнамской войны, что довольно очевидно отражено в шестом эпизоде. С исправлением указанных недочетов статья может быть рекомендована к публикации.

Результаты процедуры повторного рецензирования статьи

В связи с политикой двойного слепого рецензирования личность рецензента не раскрывается.

Со списком рецензентов издательства можно ознакомиться [здесь](#).

Предметом исследования рецензируемой статьи являются особенности массовой культуры второй половины XX века, рассмотренные через призму теорий постмодерна. Автор анализирует различные аспекты массовой культуры, такие как влияние социально-экономических и технологических изменений, роль в формировании среднего класса, а также взаимодействие разных социальных групп с постмодернизмом. Особое внимание уделяется американской культуре как ключевому примеру симбиоза

постмодернизма и массовой культуры.

Автор старается применить комплексный подход, включающий анализ социологических, культурологических и философских теорий. Использование работ известных мыслителей, таких как Фредрик Джеймисон, позволяет сформулировать более глубокое понимание связи между массовой культурой и постмодернизмом. Также привлекаются примеры из различных областей искусства и культуры, что делает исследование более наглядным и убедительным.

Актуальность темы обусловлена растущим интересом к изучению массовой культуры в свете постмодернизма, особенно в контексте современных исследований культурных процессов. Статья помогает понять, как социально-экономические и политические трансформации второй половины XX века повлияли на формирование современной культурной среды, но остается без ответа вопрос: можно ли эту культурную среду оценивать как постмодернистскую?

Научная новизна заключается в попытке систематизировать и проанализировать обширный материал по теме массовой культуры и постмодернизма. Автор предлагает оригинальный взгляд на связь между этими явлениями, подчеркивая важность понимания культурных процессов в контексте капитализма, по этой причине акцентируется внимание на роли США.

Нужно отметить, что кажется удивительным, что автор не использует в своем рассуждении популярный сегодня термин постпостмодернизм, через который многие задают исторические координаты постмодернизма. Тем более удивительно, что автор обильно цитирует, иногда уходит в пересказ работы Александра Владимировича Павлова «Постпостмодернизм. Как социальная и культурная теории объясняют наше время». Можно ли в этом влиянии социокультурных теорий на нашу сегодняшнюю жизнь увидеть наследие крепкой связи постмодернизма и массовой культуры? В работе нету ответа на этот вопрос.

Статья написана научным языком, структура работы логична и достаточно последовательна.

Библиография включает большое число наименований научной литературы, что свидетельствует о серьезной подготовительной работе автора. Приведены ссылки на классические и современные исследования, что усиливает аргументацию и делает работу более основательной. Жаль, что в работе не уделяется должного внимания тому факту, что в начале XXI века почти все теоретики «постмодернизма» отказались от этого термина. В этом смысле странно, что в работе нет упоминания Жана-Франсуа Лиотара.

Автор учитывает разные точки зрения на проблему, но некоторые точки зрения представлены избыточно и некритически, хотелось бы узнать, согласен или нет автор статьи с высказанными от лица авторитетных авторов мнениями.

Выводы статьи подчеркивают важность изучения массовой культуры и постмодернизма для понимания современных культурных процессов. Автор утверждает, что постмодернизм является культурной логикой позднего капитализма и тесно связан с развитием массовой культуры. Однако следует ли из такого рассуждения вопрос автора: стоит ли пренебрегать новыми произведениями массовой культуры? Кажется, в этот момент произошёл аргументационный сбой.

Действительно, если продолжить известное определение постмодернизма, высказанное в «Заметках на полях "Имени розы"», что «постмодернизм — это ответ модернизму: раз уж прошлое невозможно уничтожить, ибо его уничтожение ведёт к немоте, его нужно переосмыслить, иронично, без наивности», то постмодернизм как раз и должен переделать привычное, но почему эта переделка привел нас в ситуацию пост-пост-модернизма — серьезный вопрос, требующий дальнейшего исследования.

Статья будет интересна широкому кругу читателей, включая студентов, преподавателей,

исследователей в области культурологии, социологии и философии. Она также может привлечь внимание специалистов, занимающихся проблемами массовой культуры и постмодернизма. Несмотря на высказанные замечания, считаю возможным опубликовать статью в журнале «Человек и культура», идеально, если с учетом высказанных замечаний.