

## Колонка главного редактора

**Сергей Маленко,**  
Новгородский государственный  
университет имени  
Ярослава Мудрого  
(Великий Новгород, Россия).

**Sergey Malenko,**  
Yaroslav-the-Wise  
Novgorod State University  
(Veliky Novgorod, Russia).



[https://doi.org/10.34680/EISCRT-2023-2\(3\)-09-19](https://doi.org/10.34680/EISCRT-2023-2(3)-09-19)

## МАССОВАЯ КУЛЬТУРА: СОБЛАЗН АДАПТИРОВАННЫМ «ПЕРЕВОДОМ» С ЭЛИТНОГО ИЛИ ПОКОРЕНИЕ НОВЫХ ВЕРШИН?

Дорогие читатели!

Редакция журнала «Индустрии впечатлений. Технологии социокультурных исследований / Experience industries. Socio-Cultural Research Technologies» (EISCRT) представляет Вашему вниманию второй в текущем году выпуск нашего издания. Публикуемые в нем статьи отечественных исследователей сосредоточены на актуальных моментах междисциплинарного



современной массовой культуры, которую наши уважаемые авторы в этот раз сделали основным объектом своих научных изысканий. В то время как предметное поле сужается до изучения традиций и новаций в современном искусстве, которое выступает, в определенном смысле, квинтэссенцией всей человеческой культуры.

Традиционная дихотомия *высокого* и *низкого* в этом контексте трансформируется до противопоставления *элитарного* и *массового*. И если элитарное искусство и культура формируются в достаточно замкнутом пространстве и предполагают наличие профессиональных сообществ, меценатов и частных знатоков отдельных видов и жанров искусства, то массовое искусство и культура остаются принципиально, а местами и нарочито демонстративно открытыми. Показательно, что массовая культура ориентируются на широчайшую аудиторию и во что бы то ни стало стремятся стать и впредь оставаться узнаваемыми и популярными. Подобная ситуация создает предпосылки для того, чтобы массовое искусство не только шло на поводу у стереотипных культурных запросов, но и активно включало сюжеты и образы высокого искусства в ткань своих художественных повествований. Именно поэтому сегодня массовое искусство и культура не противопоставляют себя элитарной культуре, а выступают средой производства и тиражирования высоких художественных идеалов.

Авторы статей, представленных в выпуске, всесторонне рассматривают механизмы подобной адаптации, которые

создают условия для возникновения широкого спектра новых продуктов массовой культуры. Так рубрику «Имена» открывает исследование Ольги Ванюшкиной, посвященное рассмотрению механизмов художественной адаптации классического романа Ф. М. Достоевского «Преступление и наказание» в одноименной манге японского аниматора и доктора философии Осаму Тэдзуки, создавшего за свою творческую карьеру около пятисот манг. Исходный драматизм первоисточника Достоевского качественно перерабатывается и парадоксальным образом оказывается представленным в комическом ключе. Что свидетельствует о мощном запросе современного массового общества на разностилевую и полижанровую интерпретацию классической культуры прошлых эпох.

Екатерина Митина – свободный исследователь из Москвы – предлагает рассмотреть практику использования принципов театральной драматургии в многолетней традиции телевизионных интеллектуальных шоу «Что? Где? Когда?». Автор, режиссер и ведущий этой программы Владимир Ворошилов умело использовал в постановке телевизионных выпусков этой программы классическую театральную схему трехактной драмы. Что позволяло придать любимому телешоу черты сложного классического произведения, которое, будучи представленным в современном телеформате оказалось просто обреченным на всенародную популярность.

Неординарный симбиоз элитарного и массового, потребительского анализирует казанский философ Елена

Яковлева на примере творчества Энди Уорхола, которому в своей профессиональной деятельности удалось оригинально и вызывающе соединить идеологию консюмеризма с рекламой и искусством. Серийность и банальность его произведений свидетельствует не только об окончательном воцарении потребительства в западном обществе, но и наглядно демонстрирует критический потенциал художественного бунта известного мастера против такого положения дел.

Наша рубрика «Традиции» объединила авторов, изучающих практики формирования популярности в модернистском и постмодернистском искусстве. Новгородские исследователи Сергей Маленко и Андрей Некита много лет изучают американские фильмы ужасов и стремятся установить перечень наиболее популярных сюжетов этого сегмента кинематографического медиаконтента. На основании анализа широкого эмпирического материала они приходят к выводу о том, что популярность фильмов ужасов во многом связывается с более чем вековой традицией визуализации процессов подспудной милитаризации официальной и повседневной жизни современного обывателя. Визуальная привлекательность подобного экстремального медиаконтента закономерно оборачивается вытеснением традиционной системы ценностей, которая тут же заполняется искусственно идеологизированной и милитаризированной повседневностью.

Петербургский филолог Екатерина Коломейцева продолжает линию кинематографической рефлексии в нашем выпуске и

предлагает читателям обратиться к современным киносериалам. Опираясь на методику контент-анализа, ей удастся выявить спектр наиболее популярных тем сериальной продукции. В то же время автор специально подчёркивает, что определение роли сериалов в современной массовой культуре предстает делом весьма неоднозначным. А неизменная и всевозрастающая популярность этого жанра среди миллионов зрителей по всему миру свидетельствует об бессознательном стремлении их создателей и поклонников с помощью индустрии развлечений избавиться, или хотя бы частично вытеснить из поля зрения бремя накопившихся индивидуальных и социальных проблем.

Определение типологических признаков современного искусства становится предметом рассуждений Марины Околович и Ольги Гулевич-Линьковой, представляющих Новгородский государственный университет. Авторы утверждают, что специфика современного искусства последовательно отражает особенности эпохи и парадоксальным образом сочетает в себе популизм и эпатаж, которые фактически отрицают идеалы классического искусства. Именно поэтому, как утверждают авторы, постмодернистское искусство является либо своеобразной пародией на классику, или же выступает признаком подготовки нового, качественного скачка в развитии художественных практик цивилизации.

Феномен популярности и его изучение фактически объединяют все статьи, которые представлены в этом выпуске нашего издания. Молодой исследователь Вадим Токарев также

ставит перед собой эту задачу, утверждая, что на популярность в значительной мере влияют уникальность художественного стиля, личная мифология художника и соответствие художественной практики динамически меняющимся социокультурным пространствам. К подобным выводам он приходит на основе сравнительного изучения творчества В. Ван Гога, В. Кандинского и П. Пикассо.

Редколлегия журнала искренне желает читателям интеллектуального вдохновения при знакомстве с текстами очередного выпуска и не сомневается в том, что оно подвигнет их на собственное научное творчество, в том числе и на страницах нашего издания.

***Для цитирования статьи:***

Маленко, С. А. (2023). Массовая культура: соблазн адаптированным «переводом» с элитного или покорение новых вершин? *Индустрии впечатлений. Технологии социокультурных исследований (EISCRT), 2(3), 9–19.* [https://doi.org/10.34680/EISCRT-2023-2\(3\)-09-19](https://doi.org/10.34680/EISCRT-2023-2(3)-09-19)

## Editor-in-Chief's Column

### **MASS CULTURE: TEMPTATION BY THE ADAPTED "TRANSLATION" FROM AN ELITE LANGUAGE OR CONQUERING NEW HEIGHTS?**

Dear readers!

The editors of «Индустрии впечатлений. Технологии социокультурных исследований / Experience industries. Socio-Cultural Research Technologies» (EISCRT) present to your attention the second issue of our publication this year. The articles of Russian researchers published in it are focused on the topical moments of the interdisciplinary modern mass culture, which our esteemed authors this time made the main object of their scientific research. While the subject field is narrowed down to the study of traditions and innovations in contemporary art, which is, in a certain sense, the quintessence of all human culture.

The traditional dichotomy of *high* and *low* in this context is transformed to the opposition of the *elite* and the *mass*. And if elite art and culture are formed in a rather closed space and presuppose the presence of professional communities, patrons and private connoisseurs of certain types and genres of art, then mass art and

culture remain fundamentally, and in some places deliberately defiantly open. It is indicative that representatives of mass culture are oriented towards the widest audience and by all means strive to become recognizable and popular in the future. Such a situation creates the preconditions for mass art not only to be led by stereotypical cultural demands, but also to actively include plots and images of high art in the fabric of its artistic narratives. That is why today mass art and culture do not oppose themselves to elite culture, but act as a medium for the production and replication of high artistic ideals.

The authors of the articles presented in this issue comprehensively consider the mechanisms of such adaptation, which create conditions for the emergence of a wide range of new products of mass culture. Thus, Olga Vanyushkina's research on the mechanisms of artistic adaptation of the classic novel "Crime and Punishment" by F. M. Dostoyevsky in the manga of the same name by Japanese animator and Doctor of Philosophy Osamu Tezuka, who created about five hundred manga during his creative career, opens the "Names" rubric. The original drama of Dostoevsky's source material is qualitatively reworked and paradoxically presented in a comic key. This demonstrates the powerful demand of modern mass society for a varied and multi-genre interpretation of the classical culture of past epochs.

Ekaterina Mitina, a freelance researcher from Moscow, offers a look at the practice of using the principles of theatrical drama in the long tradition of television intellectual show "What? Where? When?".

The author, director, and host of this program, Vladimir Voroshilov, skillfully used the classic three-act dramatic scheme for the television episodes of this program. This allowed the beloved television show to have the features of a complex classic work, which, when presented in a modern television format, was simply doomed to national popularity.

Elena Yakovleva, a Kazan-based philosopher, analyzes the extraordinary symbiosis of the elitist and the mass, the consumerist using the example of Andy Warhol, who in his professional activities managed to combine the ideology of consumerism with advertising and art in an original and defiant way. The seriality and banality of his works testify not only to the final enthronement of consumerism in Western society, but also vividly demonstrates the critical potential of the famous master's artistic rebellion against this state of affairs.

Our "Traditions" column has brought together authors who study the practices of popularity formation in modernist and postmodernist art. Novgorod researchers Sergey Malenko and Andrey Nekita have been studying American horror films for many years and have sought to establish a list of the most popular plots of this segment of cinematic media content. Based on an analysis of extensive empirical material, they conclude that the popularity of horror films is largely due to more than a century-old tradition of visualizing the underlying militarization of official and everyday life for modern everyday people. The visual appeal of such extreme media content inevitably leads to the displacement of the traditional value

system, which is immediately filled with an artificially ideologized and militarized everyday life.

Ekaterina Kolomeitseva, a St. Petersburg philologist, continues the line of cinematic reflection in our issue and invites readers to turn to contemporary film series. Using the methodology of content analysis, she manages to identify the range of the most popular themes of soap operas. At the same time, the author specifically emphasizes that defining the role of soap operas in contemporary mass culture is an ambiguous matter. And the constant and ever-increasing popularity of this genre among millions of viewers around the world testifies to the unconscious desire of their creators and fans with the help of the entertainment industry to get rid of or at least partially displace the burden of accumulated individual and social problems from the field of vision.

Determining the typological features of contemporary art becomes the subject of discussion by Marina Okolovich and Olga Gulevich-Linkova, representing Yaroslav-the-Wise Novgorod State University. The authors argue that the specificity of contemporary art consistently reflects the peculiarities of the epoch and paradoxically combines populism and outrage, which actually deny the ideals of classical art. That is why, as the authors argue, postmodern art is either a peculiar parody of the classics, or a sign of preparation for a new, qualitative leap in the development of the artistic practices of civilization.

The phenomenon of popularity and its study actually unites all the articles that are presented in this issue of our publication. The

young researcher Vadim Tokarev also sets himself this task, arguing that popularity is largely influenced by the uniqueness of artistic style, the personal mythology of the artist and the correspondence of artistic practice to dynamically changing socio-cultural spaces. He draws such conclusions from a comparative study of the works of Van Gogh, Kandinsky and Picasso.

The editorial board sincerely wishes the readers intellectual inspiration in reading the articles of the issue and expresses no doubt that it will inspire their own scientific creativity, including on the pages of our publication.

***For article citations:***

Malenko, S. A. (2023). Mass culture: temptation by the adapted "translation" from an elite language or conquering new heights? *Experience industries. Socio-Cultural Research Technologies (EISCRT)*, 2(3), 9–19. [https://doi.org/10.34680/EISCRT-2023-2\(3\)-09-19](https://doi.org/10.34680/EISCRT-2023-2(3)-09-19)