

Репрезентация американского города через призму массовой культуры

Научный руководитель – Рахманов Азат Борисович

Лисин Даниил Вадимович

Аспирант

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Социологический факультет, Кафедра истории и теории социологии, Москва, Россия

E-mail: LisinDan17@gmail.com

В современных условиях вполне очевидно, насколько серьезное влияние оказывает западная массовая культура на формирование ценностей и культурных паттернов у индивидов не только в "западных" странах, но и по всему миру. Массовая культура, как и культура вообще, несет на себе отпечаток тех социальных условий в которых она создается, таким образом она репрезентирует эти социальные отношения воспроизводя их в образном, метафорическом смысле.

Исследование городов как пространства социального взаимодействия на сегодняшний день можно признать классическим сюжетом в социологии. Город продолжает оставаться перспективным объектом для изучения, поскольку воплощает в себе множество разнонаправленных социальных процессов и раскрывает динамику социальных взаимодействий. Исследуя городское пространство, представленное в современной американской культуре, мы получаем знание о том, как именно репрезентируется типичный американский город и можем составить представление о том, как именно воспринимает и представляет себе американский город потребители продуктов массовой культуры. В свою очередь представление индивида об окружающем мире, которые определяют его реальное поведение во многом сформированы теми культурными кодами, идеологическими установками и образами, которые усвоены им через продукты массовой культуры.

Исследования проведенно на основе одного из самых известных и популярных телесериалов «The Simpsons» удалось выявить основные особенности и характерные черты, присущие американскому городу в произведениях массовой культуры.

Были реализованы контент-анализ и дискурс-анализ эпизодов телесериала, на основе которых был описан воспроизводимый в сериале образ типичного американского города.

Реконструировав образ города, воспроизводимый в сериале, мы смогли успешно определить, как именно репрезентируется типичный американский город в массовой культуре и в чем заключаются особенности этой репрезентации. Было установлено, что основными чертами американского города, которые многократно воспроизводятся в разных аспектах его образа, созданного массовой культурой является его структурированность совокупностью противоречивых ценностей, установок и паттернов поведения. Житель американского города постоянно сталкивается с множеством противоречий в рамках городской среды и воспроизводит их в своем собственном восприятии. Кроме того, второй доминантой типичного американского города является консервативность и ориентированность на привычные стратегии поведения и недоверие к изменениям.

Начиная собственное исследование, мы постулировали, что на сегодняшний день в академической среде отсутствует понимание того, как именно образ американского города

репрезентируется в массовой культуре. Важность научного знания об этой проблеме определяет тем, что образы, усвоенные через массовую культуру, оказывают непосредственное влияние на восприятие и даже поведение потребителей массовой культуры. В результате проведенного исследования мы, проведя эмпирический анализ, описали этот образ и определили его характерные черты.

Источники и литература

- 1) Adorno Th. W. The Culture Industry: Selected essays on mass culture. London - New York: Routledge, 2005.
- 2) Berger P., Luckmann T. The Social Construction of Reality. garden city - N.Y.: Doubleday, 1966. - 203 p.
- 3) Castells M. City, Class and Power. L.; N.Y: Macmillan, 1978.
- 4) Fiske J. Understanding Popular Culture. Boston: Unwin Hyman, 1989. P. 23.
- 5) Greenwald S.J. Popular Culture in Teaching, Scholarship, and Outreach: The Simpsons and Futurama // Mathematics Education. 2016. P. 349–362.
- 6) Lefebvre H. The Production of Social Space. Oxford: Blackwell. 1991. P. 173-174.
- 7) Popular Culture Theory and Methodology: A Basic Introduction, The University of Wisconsin Press, Madison 2004.
- 8) Бурдье П. Социология социального пространства. М., 2007.
- 9) Вирильо П. Информационная бомба. Стратегия обмана. М.: Фонд науч. Исслед. «Прагматика культуры»: Гнозис, 2002.- 190с
- 10) Зиммель Г. Большие города и духовная жизнь. М., 2002.