

УДК 008(075.8); 008.001.14

ИМИТАЦИЯ «ДОКУМЕНТАЛЬНОГО» И СИМУЛЯЦИЯ «ХУДОЖЕСТВЕННОГО» В СОВРЕМЕННОЙ МАССОВОЙ КУЛЬТУРЕ

© Т.С.Злотникова

Известные тенденции упрощения, умеренной (а подчас и безмерной) агрессивности, физиологической акцентуации, присущие массовой культуре, являют собой прочную основу для внедрения «документального» в культурную практику. Однако «документальное» в телевизионных программах (реалити-шоу, ток-шоу, расследованиях) в действительности имитирует события, коллизии, психологические реакции, наконец, судьбы. Имитация рождается, во-первых, клишированностью, повторяемостью, следованием ранее сформированным (классическим) образцам; во-вторых, приблизительностью воссоздания ситуаций или явлений, где отсутствуют присущая подлинной документальности детализация, конкретность, в конечном счете – уникальность. Таким образом, имитация «документального» в массовой культуре – это замена подлинности, значимости, что вполне логично соотносится с представлениями Р.Барта о массовой культуре как средоточии «мифа об имитации», где метафорой массовой культуры выступает «пластмасса».

Представления о «художественном» в массовой культуре далеко не всегда связаны со сферой искусства, где, казалось бы, царят образная специфика, обобщенность, приподнятость над обыденностью. Такое «художественное» (иными словами – иное, чем встречается в обыденности, более эффектное, нарядное, вычурное) подчас становится основой симуляции, то есть неподлинности людей, поступков, признаков среды и жизненных обстоятельств. Мы видим в таком проявлении «художественного» острую зависть массовой культуры к романтическим традициям искусства прошлых эпох с их мощными страстями и незаурядными людьми, чаще всего злодеями (в массовой культуре это фэнтези, кинематографические блокбастеры). Однако «художественное» является лишь симуляцией, эстетическая и психологическая действенность которой обуславливается умелым и эффективным использованием матрицы архетипов (по К.Г.Юнгу).

Ключевые слова: документальное, художественное, массовая культура, имитация, симуляция, телевидение, уникальность, архетип.

Современный опыт массовой культуры доказывает правоту давнего суждения Г.Лебона, отмечавшего «исчезновение сознательной личности» и странное порождение простых и ясных образов, воздействующих на воображение, если человек оказывается в толпе [1: 11, 39, 40].

Особо значимым признаком массовой культуры мы полагаем конфликт между духовным творчеством, имеющим автономный, не зависящий от окружения характер, и «суррогатами» культуры, которые, по мысли В.Вейдле, значительно опаснее, чем прямое отрицание искусства [2: 280].

Именно «суррогатный» характер массовой культуры роднит ее с мелкобуржуазным здравым смыслом, по версии Р.Барта. Создание «однородного мира», без вариантов и отклонений, – это благо, заслуга и вина массовой культуры; здесь человек «уютно огражден от волнений и рискованных соблазнов мечты» [3: 129].

Сегодня в России мало говорят о механизме несправедливо представляющегося анахронизмом явления – пропаганды; тем не менее она существует, имеет немалое значение, привлекает внимание как модус массовой культуры. Прагматизм в его бытовых, обыденных проявлениях

обеспечивает действенность механизма пропаганды. Совершенно в духе собственно американской пропаганды, традиционно апеллирующей к самому простому и близкому, Э.Аронсон ссылается на примеры из школьных учебников по арифметике. Беря за основу простейших математических действий расчеты в магазинах, построение семейного бюджета, эти учебники «систематически подтверждают и одобряют... систему, легитимизируют ее» [4: 92]. Это ли не имитация «документального», проникающая в сферу образования?

Простота и польза – секрет успеха. Через несколько десятилетий после Г.К.Честертона, порицавшего «конфетное искусство» [5: 216], Р.Барт сформулировал адекватное своему времени представление о массовой культуре как средоточии «мифа об имитации». Метафорой массовой культуры у него выступает ... пластмасса, которая есть субстанция дешевая, полезная, «именно благодаря своему прозаизму она живет и побеждает» [3: 212].

Основанная на идее полезности, актуальная практика в таких сферах массовой культуры, как *пропаганда* и *реклама*, обозначает пути воздействия на личность с учетом внутренних различий

двух названных сфер: Г.Блуммер отмечал, что пропаганда стремится вызвать коллективные действия, а реклама пытается влиять на индивидуальное сознание [6: 562]. Определенное отличие пропаганды от рекламы позволяет отметить суждение Э.Аронсона о двух путях убеждения – центральном и периферийном. Кажется вполне очевидным, что «центральный путь», который базируется «на солидных аргументах, ... значимых фактах и цифрах» и заставляет людей задумываться, может определить собой специфику пропаганды, где и видна имитация «документального», тогда как в рекламе мы видим симуляцию «художественного». Вот почему «периферийный» путь мы бы отнесли к прерогативе рекламы, так как он не вовлекает человека «в мыслительный процесс», а старательно «снабжает его подсказками, стимулирующими принятие аргумента без серьезного осмысления» [4: 92].

Опережая позднейшие социокультурные теории, Б.Брект в публицистике и в художественном творчестве употреблял свои экономические познания для характеристики пропаганды и рекламы. Он оперировал понятиями «сбыт», «товар», «продажа», «продавец» и сравнивал хорошего пропагандиста с человеком, способным, продавая, «выдать селедку за щуку» [7: 94].

Культурологическая позиция Р. Барта вполне корреспондирует с социопсихологическими выкладками С.Московичи, который вслед за своими знаменитыми предшественниками от Г.Лебона до З.Фрейда упоминает о гипнозе как модели социальных действий и реакций, а состояние человека в массе сравнивает с сумеречным [8: 482].

Наконец, отметим философский акцент «физиологизма» массовой культуры, который Х.Ортега-и-Гассет охарактеризовал как способность заряжаться [9: 244]. Истоки масскультовского физиологизма в свое время определил Г.Лебон, сведя логику жизни толпы к способности воспринимать только образы [1: 39]. Здесь и обнаруживается путь к тому, что мы назвали симуляцией «художественного». Массовая культура дает толпе как таковой и человеку толпы, в частности, – образы, простые, доступные, повторяющие известные образцы и повторяющиеся, растиражированные сами по себе. Образ несет не информацию, то есть не является документально достоверным свидетельством, зафиксированным фактом, жизненным явлением, но является приказом, импульсом, побуждением к действию; так строится уже упоминавшаяся реклама. Содержательные характеристики такого образа малозначимы, а то и вовсе несущественны, используются

лишь инструментально, как об этом писал Ж.Маритен [10: 207].

Сегодня уже не стоит удивляться популярности молодежных «массовок»; они – следствие дефицита общения прежде всего у, казалось бы, благополучных, сидящих вечерами дома у телевизора юнцов, не имеющих в своем опыте пионерских лагерей или комсомольских собраний. Даже если на смену одним приходят другие реалити-шоу («Битва экстрасенсов», «Голос» или ток-шоу «Пусть говорят» – 1 канал, «Прямой эфир» – «Россия 1», «Говорим и показываем» – НТВ), суть явлений совершенно не меняется.

Телевидение играет не только на коммуникативном голоде публики разных возрастных групп, но и по-своему компенсирует жажду сильных впечатлений у массы, которую в прежние времена называли бы обывательской. Именно здесь актуализируется симуляция «художественного». Так происходит актуализация мотива «предельности», грандиозности, единственности – не от Раскольникова ли с его идеей «проверки», или от Пушкина с его едва ли не лозунгом «Есть упоение...» (мода на «экстрим» предсмотрительно включает в телепрограммы титры, призывающие не повторять опасные действия).

В контексте массовой культуры не просто очевидной, но весьма важной представляется особенность современного телевидения, опирающаяся на коммуникативные и психоэмоциональные аспекты. У многих телепроектов, даже если они «куплены» у зарубежных телекомпаний, в «подсознании» русские классические образцы. К примеру, «усадебна» («Растительная жизнь» с П.Лобковым, всевозможные «дачи», «фазенды» и пр.); «семья» («Пока все дома» с Т.Кизяковым, «Большая семья» с Ю.Стояновым); «русская баба» (удобный вариант для повсеместного употребления – «коня на скаку остановит», «побежит на шпильках» – «Женский взгляд» с О.Пушкиной, «Жена» с К.Прошутинской, позднее появившаяся программа «Наедине со всеми» с повзрослевшей Ю.Меньшовой, которой в более молодом возрасте было разрешено на более скромном канале вести программу с более «нахальным» названием «Я сама», так внутри архетипа произошла трансформация деталей); «трапеза» (Гоголь с Собакевичем, Чехов с историей о блинах, которые не в силах съесть иностранец, – и «кулинарные» программы с А.Макаревичем, Ю.Высоцкой, Д.Назаровым, О.Кучерой, вплоть до Н.Королевой и ее мамой Н.Порывай); «башня из слоновой кости» Вяч.Иванова («Апокриф» с В.Ерофеевым, «Игра в бисер» с И.Волгиным).

Актуализируя образное, симулятивно художественное начало, российское (как и любое другое) телевидение полностью базируется на *архетипических* представлениях. Этот принцип можно обнаружить даже в информационных программах, но наиболее отчетливо он обнаруживается в игровых программах, в ток-шоу, реалити-шоу.

В ходе осмысления опыта создателей популярных произведений современной массовой культуры важна мысль К.Юнга о соотношении архетипа с социальным и нравственным опытом в его конкретном, зримом воплощении: «Архетипы представляют собой системы установок, являющихся одновременно и образами, и эмоциями» [11: 136].

В числе прочих значимых аспектов рассматриваемой проблемы мы обнаруживаем, что массовое сознание начала XXI века опирается на выявленные К.Юнгом архетипы с их гендерной спецификой. У Юнга *мужской архетип* характеризуется сдержанностью, которая «достигается путем вытеснения эмоций», в то время как по сути своей мужчине свойственно стремление к особой чувствительности [11: 147]. Брутальные персонажи шекспировских хроник, романтические любовники из поэм Байрона или опер Верди органически входят в опыт современных создателей телесериалов в Мексике, Бразилии, как и в опыт русского писателя Б.Акунина, а затем его явного последователя и соперника А.Чиж. В отношении *женского архетипа* Юнг определяет чувство как «специфически женскую добродетель», видя парадокс в том, что «очень женственным женщинам» бывают свойственны сила и стойкость [11: 148]. Для подтверждения этого тезиса достаточно вспомнить шекспировскую Катарину из «Укрощения строптивой» с ее знаменитым тезисом: «Наша сила в нашей слабости». Рядом с нею выстраивается такой характерный логический ряд, как реальные женщины, современные писательницы (будь то Т.Толстая или М.Арбатова) и современные литературные персонажи типа хрупкой интеллектуалки Каменской.

У Б.Акунина и у А.Чиж – нарочитое отдаление от современной эпохи с ее брутальными поведенческими стереотипами (персонаж – джентльмен с ориентацией на восточные традиции либо разночинец с роскошными усами и неожиданной душевной деликатностью), потерей речевой культуры (у них – изысканный ритор либо грубоватый остроумец), средой (даже катакомбы и дворы доходных домов, где обитают воры и бандиты начала XX века, живут по законам, более гуманным, чем кварталы современных горо-

дов, показываемых в кино-, теле- и видеопродукции) [12: 8].

У Д.Донцовой, вклинившейся в достаточно плотный ряд авторов «женских детективов» (Маринина, Дашкова, Полякова, Серова, Бояджиева и т.д.), героиня и не профессиональный следователь (как у Марининой), но и не обыденная личность, которая сама попадает в экстравагантные ситуации. Героини Донцовой влились в ряд таких «международных» персонажей, как Джессика Флетчер из американского телесериала «Она написала убийство», шедшего в США с 1984 по 1996 гг., а затем «осчастливившего» и российский телеэкран [12: 9].

Масскультурное преломление архетипа невозможно без узнаваемости, воспроизведения эпохи жизни и реалий быта. Это придает признаки «документального» детективам современных авторов, которые откровенно стесняются своей принадлежности к авторам этого жанра (Б.Акунин, А.Чиж, А.Маринина, Т.Устинова добавляют «философичность», «психологизм» своим сочинениям, которые от этого становятся скучными и неприемлемыми для массовой аудитории). Особо скажем о психологизме. Для всех ипостасей Фандорина, его предков и потомков нет противоречия между «нужно» и «хочу». Очаровательному полицейскому (заметьте, уже не «свободному художнику») Родиону Ванзарову автор относительно недавно появившихся сочинений А.Чиж «придает» компанию в виде уникально обаятельного, прозорливого и циничного врача Аполлона Лебедева и юного «ассистента» Николая Гривцова, который кажется чем-то средним между Шурой Балагановым и доктором-для-битья Ватсоном. Силач-прозорливец, расследующий мерзости жизни, по большей части творимые дамами или в связи с дамами, точно вписывается в архетипические представления о «мужском».

Современная массовая культура в России «работает» в рамках со школьных лет усвоенной традиции. Бывшим средним ученикам запало в память: есть романтизм с его героем-одиночкой, сверхчеловеческими возможностями, часто магией, волшебством и прочими, контрастирующими с обыденностью явлениями; и есть реализм с его конкретностью, детальностью воспроизведения той жизни, которая кажется обычной и ничем не примечательной. К числу «романтических» мы относим, причем не наугад, а в связи с активным продвижением к публике, «Дозоры» С.Лукьяненко (для чистоты эксперимента мы обратились к третьей, неэкранизированной части, «Сумеречному дозору»), к числу «реалистических» – «Белое на черном» Р.Д.Г.Гальего.

В своих текстах Лукьяненко логично и успешно актуализировал мотив «предельности», «катастрофизма», замешенный на фольклорной экзотике, на раскольниковской идее «проверки» себя и мира жестокостью и вседозволенностью. По сути дела попытался в классической традиции написать роман испытания. Это ли не претензия на «художественное»?

Мотивы, коды, мифологемы, пришедшие из русской классики, в масскультовском тексте Лукьяненко учитывают опыт и неопытность читателей, части которых автор словно подмигивает: «вот мы какие с вами элитарные», думаем и шутим, печалимся и восхищаемся по одним и тем же поводам. Первая фраза романа наделена именно такими, ностальгическими коннотациями, которые вводят автора в круг избранных: «Настоящие дворы исчезли в Москве где-то между Высоцким и Окуджавой» [13: 86].

Имитируя документальность, писатель пытается достичь художественности путем своего рода «подмигивания» читателям, с которыми видит себя «на дружеской ноге». Не москвич по рождению, Лукьяненко считает, что большие зеленые дворы со столиками и скамейками были в относительно недавней Москве; он просто не знает, что весь «сталинский» и «послесталинский» центр города был таких дворов лишен, ибо его новые обитатели уже с 50-х годов выбирались на дачи и не нуждались в городском внеквартирном комфорте. Но, носитель массового сознания, автор современного текста полагает, что в той Москве, где он не жил, было так же замечательно, как в сказке о потерянном времени. Налицо – аберрация, подмена реалий фантомами (для чего и вводится мотив «московского дворика»), что характерно для массовой культуры.

Оставляя в стороне зашибленных бытом девушек в голубом, жителей и нежить у Л.Петрушевской, нежно-ущербных девочек, тетенок и старушек у Л.Улицкой, ибо обе писательницы достигли высокого мастерства в разработке духовных признаков маленьких людей, обратимся к одной из достаточно неожиданных попыток актуализации художественного воплощения маленького человека – реалистического «образа» русской культуры.

«Белое на черном» Рубена Давида Гонсалеса Гальего – метафора, но мнимая, слишком все буквально: белые простыни и халаты в бесконечных больницах, черный цвет букв, которые готовится оставить после себя автор, вплоть до «черножопой», бросившей его, новорожденного калеку, матери. Скорее уж что-то вроде «Ползком и на коляске» (это – если о физиологическом уровне трагедии) либо «Невероятные приключения гордого испанца в стане русских убожеств»

(если о моральном и социальном аспектах поведения). Публике была предложена удивительная в своей последовательности симуляция «художественного», основанная на имитации «документального», «записки из мертвого дома».

Не в России человек создал бы текст «потока сознания», но *выросший в России* автор, чувствующий себя испанцем, написал текст репортажный. Гальего пошел иным, чем Ю.Фучик, путем, написав экстремальный *репортаж из тела калеки*, сочетающего инфантильность клишированного восприятия с психологической эмпатийностью и интеллектуальной/компенсаторной силой [13: 89]. Объект для «документально» зафиксированных наблюдений в действительности был ограничен стенами домов (детдомов, домов престарелых, которые уже сами по себе представляют модель искаленного мира), и потому принципом организации текста произведения, названного романом, стала буквальная эксплуатация документального приема: «Еще один собеседник, еще одна история».

Гальего, как и Лукьяненко, как и авторы теле- и кинопродукции, начитался классиков. Мотивы свободы духа при физической несвободе, милого дома и трогательной любви с наивной явственностью опираются даже не на сами тексты, а скорее на атмосферу произведений русских классиков с присущим их текстам модусом «документального».

Работа выполнена при поддержке гранта Российского научного фонда №14-18-01833 «Текст и контекст массовой культуры: российский дискурс»

1. *Лебон Г.* Психология масс: хрестоматия, под ред. Д.Я.Райгородского. – Самара: Изд. Дом БАХРАХ-М, 1998. – 592 с.
2. *Вейдле В.В.* Умирание искусства // Самосознание европейской культуры XX века: мыслители и писатели Запада о месте культуры в современном обществе: сборник. – М.: Политиздат, 1991. – 366 с.
3. *Барт Р.* Мифологии. Пер. с фр. Вступ. ст. и коммент. С.Н.Зенкина. – М.: Изд-во им. Сабашниковых, 1996. – 312 с.
4. *Аронсон Э.* Общественное животное: введение в социальную психологию. Пер. с англ.; ред. В.С.Магун. – М.: Аспект пресс, 1998. – 517 с.
5. *Честертон Г.К.* Эссе // Самосознание европейской культуры XX века: мыслители и писатели Запада о месте культуры в современном обществе: сборник; перевод. – М.: Политиздат, 1991. – 366 с.
6. *Блуммер Г.* Коллективное поведение // Психология масс: хрестоматия, под ред. Д.Я.Райгородского. – Самара: Изд. Дом БАХРАХ-М, 1998. – 592 с.

7. *Брехт Б.* Легенда о Хорсте Весселе // Театр. Пьесы. Статьи. Высказывания. В 5 т. – М.: Искусство, 1965. – Т. 5/1. – 527 с.
8. *Московичи С.* Наука о массах // Психология масс: хрестоматия, под ред. Д.Я.Райгородского. – Самара: Изд. Дом БАХРАХ-М, 1998. – 592 с.
9. *Ортега-и-Гассет Х.* Дегуманизация искусства // Самосознание европейской культуры XX века: мыслители и писатели Запада о месте культуры в современном обществе: сборник, перевод. – М.: Политиздат, 1991. – 366 с.
10. *Маритен Ж.* Ответственность художника // Самосознание европейской культуры XX века: мыслители и писатели Запада о месте культуры в современном обществе: сборник, перевод. – М.: Политиздат, 1991. – 366 с.
11. *Юнг К.Г.* Проблемы души нашего времени; пер. с нем.; предисл. А.В.Брушлинского. – М.: Изд. гр. «Прогресс»: Универс, 1996. – 336 с.
12. *Злотникова Т.С.* Гендерный и возрастной аспекты архетипа современной массовой культуры // Ярославский педагогический вестник. – 2002. – №4. – 200 с.
13. *Злотникова Т.С.* Примирение с жизнью: «следы» классики в массовой культуре // Ярославский педагогический вестник. – 2008. – №1. – 210 с.

IMITATION OF «NON-FICTION» AND SIMULATION OF «FICTION» IN MODERN POPULAR CULTURE

T.S.Zlotnikova

Popular trends of simplification, moderate (and sometimes boundless) aggressiveness, physiological accentuation inherent in popular culture, represent a solid basis for the implementation of “non-fiction” in cultural practices. However, “non-fiction” in television programs (reality shows, talk shows, investigations) actually simulates events, conflicts, psychological reactions, and finally, fates. Imitation is generated, firstly, by clichés, repeatability, adherence to the previously formed (classical) models; secondly, by the approximate nature of recreated situations or events where there is no detailing, specifics, ultimately - uniqueness inherent in genuine non-fiction. Thus, imitation of “non-fiction” in popular culture means makeshift authenticity and relevance which logically correlates with the way R.Bart views popular culture as the center of “the myth of imitation”, where “the plastic” is the metaphor for popular culture. The idea of “fiction” in mass culture is not always connected with the sphere of art, which, seemingly, is characterized by figurativeness, generality, elevation over the commonplace. Such “art” (i.e. other than we meet in everyday life, more striking, smart, pretentious) often becomes the basis of simulation, that is false identity of people, their actions, features of their environment and life circumstances. We see in this manifestation of “fiction” acute jealousy mass culture feels towards romantic traditions of art of the past, with their powerful passions and remarkable people, who are villains in most cases (in popular culture this is fantasy, cinematic blockbusters). However, “fiction” is just simulation, aesthetic and psychological effectiveness of which is conditioned by skilled and efficient use of the matrix of archetypes (C.G.Jung).

Key words: non-fiction, fiction, popular culture, imitation, simulation, television, uniqueness, archetype.

1. *Lebon G.* Psihologija mass: hrestomatija, pod red. D.Ja.Rajgorodskogo. – Samara: Izd. Dom BAHRAH-M, 1998. – 592 s. (In Russian)
2. *Vejdle V.V.* Umiranje iskusstva. // Samosoznanie evropejskoj kul'tury XX veka: mysliteli i pisateli Zapada o meste kul'tury v sovremennom obshhestve: sbornik. – M.: Politizdat, 1991. – 366 s. (In Russian)
3. *Bart R.* Mifologii. Per. s fr. Vstup. st. i komment. S.N.Zenkina. – Moskva: Izd-vo im. Sabashnikovyh, 1996. – 312 s. (In Russian)
4. *Aronson Je.* Obshhestvennoe zhivotnoe: vvedenie v social'nuju psihologiju. Per. s angl.; red. V.S.Magun. – M.: Aspekt press, 1998. – 517 s. (In Russian)
5. *Chesterton G.K.* Jesse // Samosoznanie evropejskoj kul'tury XX veka: mysliteli i pisateli Zapada o meste kul'tury v sovremennom obshhestve: sbornik; perevod. – M.: Politizdat, 1991. – 366 s. (In Russian)
6. *Blummer G.* Kollektivnoe povedenie // Psihologija mass: hrestomatija, pod red. D.Ja.Rajgorodskogo. – Samara: Izd. Dom BAHRAH-M, 1998. – 592 s. (In Russian)
7. *Breht B.* Legenda o Horste Vessele // Teatr. P'esy. Stat'i. Vyskazyvanija. V 5 t. – M.: Iskusstvo, 1965. – Т. 5/1. – 527 s. (In Russian)
8. *Moskovichi S.* Nauka o massah // Psihologija mass: hrestomatija, pod red. D.Ja.Rajgorodskogo. – Samara: Izd. Dom «Bahrah», 1998. – 592 s. (In Russian)
9. *Ortega-i-Gasset H.* Degumanizacija iskusstva // Samosoznanie evropejskoj kul'tury XX veka: mysliteli i pisateli Zapada o meste kul'tury v sovremennom obshhestve: sbornik, perevod. – M.: Politizdat, 1991. – 366 s. (In Russian)
10. *Mariten Zh.* Otvetstvennost' hudozhnika // Samosoznanie evropejskoj kul'tury XX veka: mysliteli i pisateli Zapada o meste kul'tury v sovremennom obshhestve: sbornik, perevod. – M.: Politizdat, 1991. – 366 s. (In Russian)

11. *Jung K.G.* Problemy dushi nashego vremeni; per. s nem.; predisl. A.V.Brushlinskogo. – M.: Izd. gr. «Progress»: Univers, 1996. – 336 s. (In Russian)
12. *Zlotnikova T.S.* Gendernyj i vozrastnoj aspekty arhetipa sovremennoj massovoj kul'tury // Jaroslavskij pedagogicheskij vestnik. – 2002. – №4. – 200 s. (In Russian)
13. *Zlotnikova T.S.* Primirenie s zhizn'ju: «sledy» klassiki v massovoj kul'ture // Jaroslavskij pedagogicheskij vestnik. – 2008. – № 1. – 210 s. (In Russian)

* * * * *

Злотникова Татьяна Семеновна – доктор искусствоведения, заслуженный деятель науки РФ, профессор кафедры культурологии, директор Научно-образовательного центра «Культуроцентричность научно-образовательной деятельности» ФГБОУ ВПО «Ярославский государственный педагогический университет им.К.Д.Ушинского».

150000, Россия, Ярославль, ул. Республиканская, 108.
E-mail: zlotnts@rambler.ru, cij_yar@mail.ru

Zlotnikova Tatiana Semyenovna – Doctor of Arts, Honored Worker of Science, Professor, Department of Culture Studies, Head of the Scientific-Educational Center. Yaroslavl State Pedagogical University named after K.D.Ushinsky.

108 Respublikanskaya Str., Yaroslavl, 150000, Russia
E-mail: zlotnts@rambler.ru, cij_yar@mail.ru

Поступила в редакцию 16.06.2014