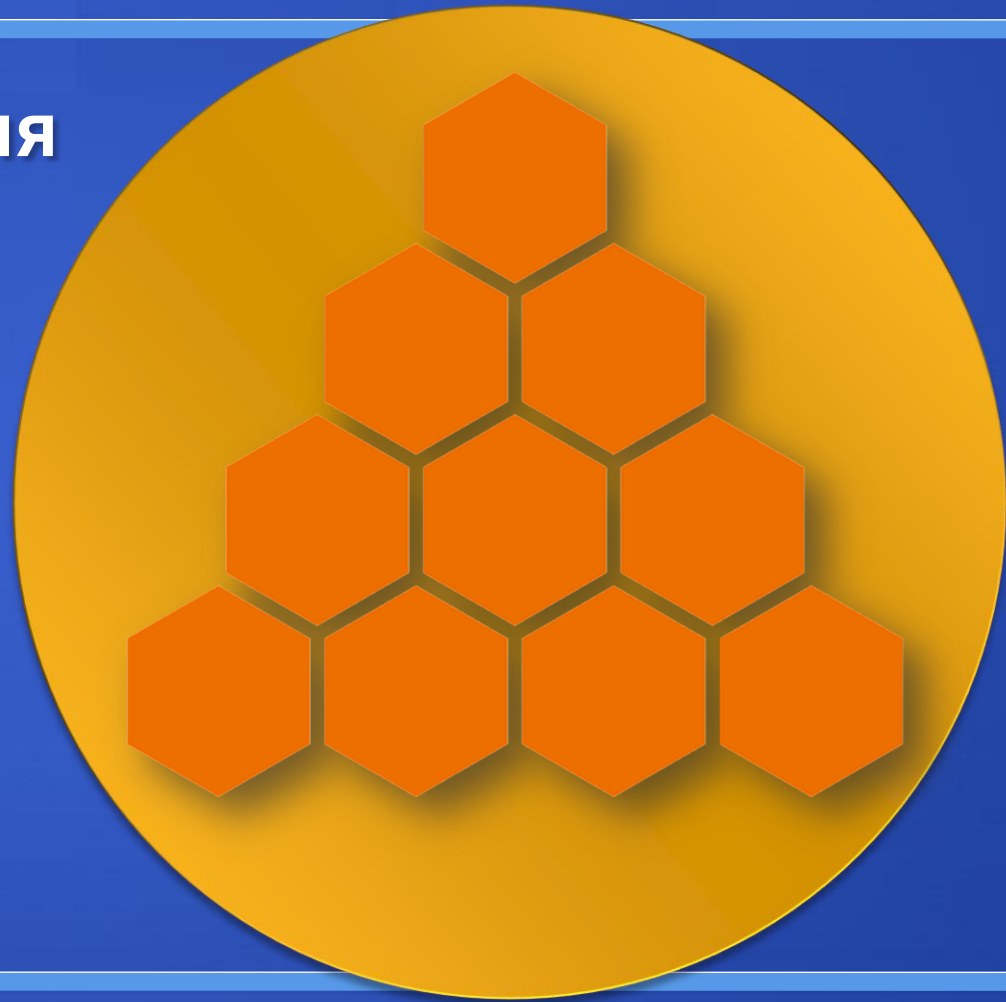


Плоский мир: Распад канона и новая роль критики

Разметка культурного пространства в постьерархическую эпоху

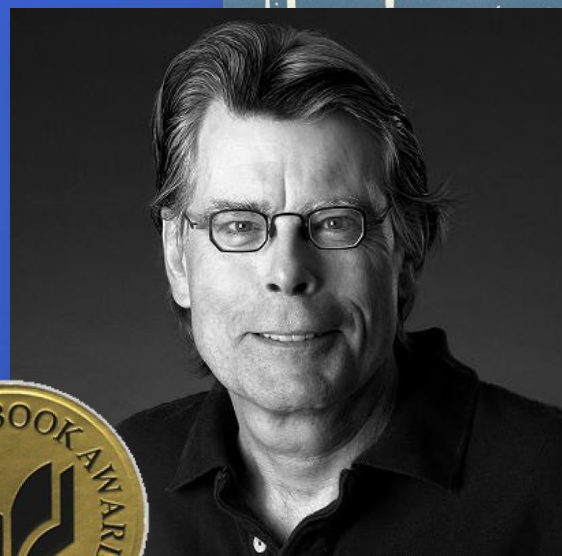
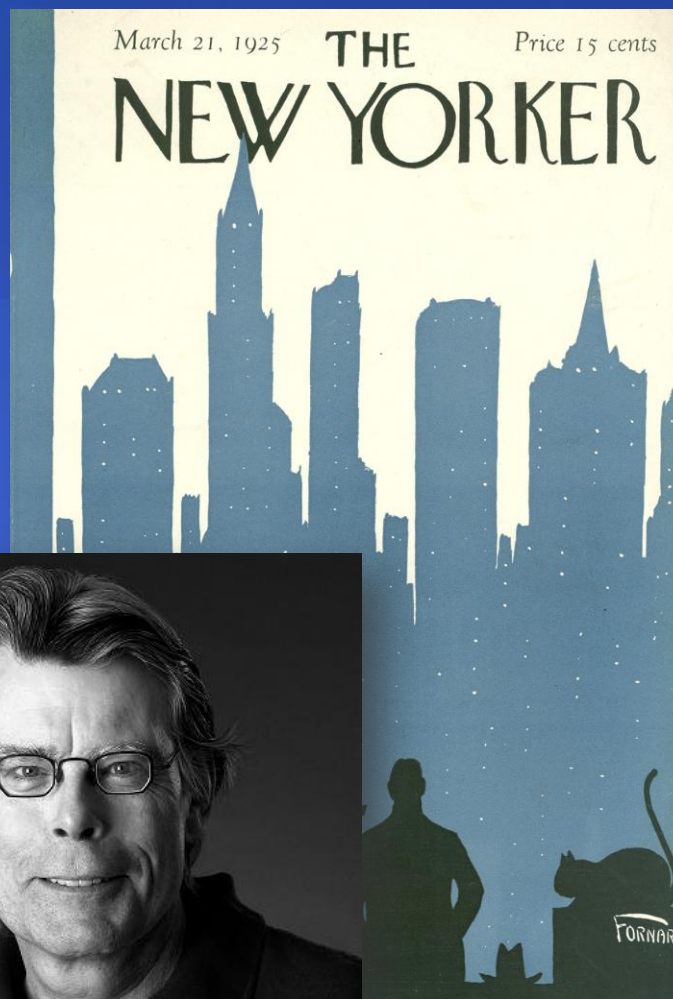
Культура как иерархия

- Тип культурного потребления характеризует человека с точки зрения статуса.
- Культура делится на высокую и низкую.
- Правом определять культурное потребление обладает экспертное сообщество.
- Чтение в иерархии занимает более высокое положение, чем другие типы культурного потребления.



Уильям Шон,
главный редактор:

«Мы слишком
культурны, чтобы
замечать **это...**»



Распад иерархии (начало 1980-х):

Социальные причины

Смена элит:

Поколение «яппи» –
young **urban** professionals

Культурные причины

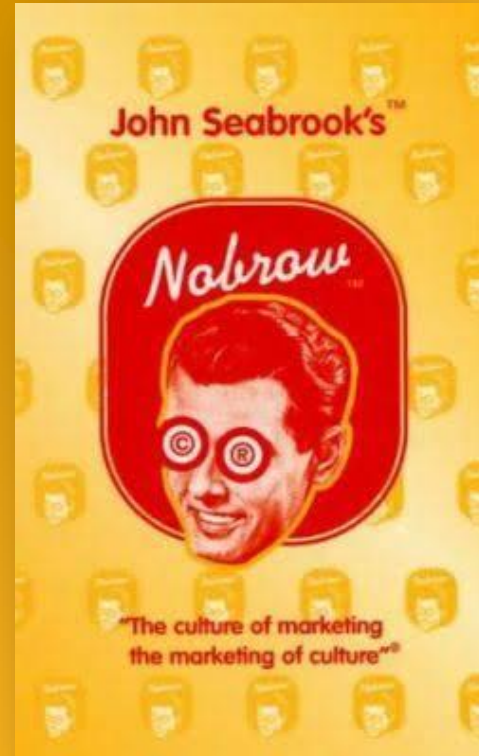
Торжество **постмодерна**:

«Медиа транслирует те идеологические принципы, которые адресат считывает в соответствии с кодами, берущими начало в его социальном статусе, уровне образования и актуальным настроениям в обществе».

Умберто Эко, *«К вопросу о тактике ведения семиологической партизанской войны»*, 1967 г.

Культура вне иерархий

- Типы культурного потребления равноправны.
- Культурное потребление не определяет социальный и образовательный статус.
- Описание и регламентирование культурного потребления децентрализовано.
- Чтение ничем не лучше других типов культурного потребления.



Кано́на больше нет

- **Екатерина Довженко:** Заинтриговало и легко читается)
- **Ира Паршенкова:** каааапец эта глава до такой степени нудная, что просто нереально дочитать!!!
- **М***о:** довольно интересно описано общение пилата и иешуа
- **Агнесса Кибирева:** Замечательная глава) Будто сидела сама в театре и наблюдала собственными глазами за необычным представлением)))
- **Sergey Alexeev:** У меня даже дыхание стало тяжелее и мучительнее.

(Из обсуждения романа **М. Булгакова «Мастер и Маргарита»** на сайте www.livelib.ru)

Brave **new** world...

- Количество объектов бесконечно
- Все объекты равноправны
- Все объекты доступны одновременно

Как **сориентироваться?**

Как издательство работало раньше



Джон Сарджент,
CEO Macmillan
Publishers

«Расходы на поиск книг для публикации, а также на маркетинг, рекламу и продвижение постоянно растут. В сущности, работа издательства сегодня состоит в том, чтобы найти правильную книгу и помочь ей найти своего читателя»



Как **все** работает сейчас



- Издатель
- Переводчик
- Книжный магазин
- **Критик**
- Блогер
- Селебрити
-?

