

УДК 130.2

ФЕНОМЕН МАССОВОЙ КУЛЬТУРЫ: ПРОБЛЕМЫ И ПРОТИВОРЕЧИЯ

Е.В. Кузнецова

Предмет исследования — феномен массовой культуры. Автор выделяет характерные черты этого явления и дифференцирует массовую культуру индустриального общества и массовую культуру постиндустриального общества. Рассмотрены опасности, связанные с дальнейшим развитием массовой культуры, подчеркивается важность сохранения этнических культур.

Ключевые слова: массовая культура; индустриальная цивилизация; массы; элита; средства массовой информации; иллюзии; клип-культура; коммуникация.

Теории Просвещения с культом равенства всех, с отказом от религиозных традиций и формированием доктрины рационализма легли в основу идеи самодостаточности бытия отдельного человека.

Средневековый человек, как отмечал философ и католический священник Р. Гвардини, «был абсолютно меньше Бога, но, безусловно, больше всякой другой твари, он был послушен высшей воли», но стоял «открытый со всех сторон Божьему взору» и «сам направлял во все стороны энергию духовного господства над миром» [5, с. 134]. Человек Просвещения и всей эпохи Нового времени уничтожил в своей душе чувство Бога и стал постигать мир как результат естественных природных процессов. Именно эпоха Нового времени, а именно индустриальная цивилизация, сложившаяся на данном историческом отрезке, сформировала тип массового потребителя, обладателя таких качеств, как вседоступность и вседозволенность. Научно-техническая революция позволила человечеству сделать немало жизненно необходимых открытий, но в то же время успехи в области науки и техники сформировали безграничную веру в возможности человеческого мышления. Слишком большая роль стала отводиться логике и рациональности. К. Лебак утверждает, что одна из основных ошибок человечества заключается в преобладании рационального метода познания как единственно верного.

Непоколебимая вера в рассудок привела еще к одной беде индустриальной эпохи — утрате духовного и нравственного начал в человеческой сущности. Одним из серьезнейших дефектов сознания современного человека стало чувство абсо-

лютного и ничем не ограниченного превосходства над природой. Р. Атфилд видит причину возникновения многих глобальных проблем в вере в прогресс, унаследованной от эпохи Просвещения и немецких метафизиков и абсолютизированной в эпоху индустриального капитализма, что дало оправдание безжалостной эксплуатации природных богатств. «Совершенно ошибочно считать, — пишет Р. Атфилд, — что если людям — существам моральным — столь всерьез многое вверено, то это непременно должно означать отсутствие моральных запретов на практике. Господь, по Библии, заботится о благосостоянии всего живого, а не только человека, и люди в соответствии с этим обязаны заботиться о природе, не разрушать ее целостность в подчинении собственным нуждам» [1, с. 232].

Однако по своей сути человек, провозгласив себя Господином на Земле, наедине с самим собой оставался слабым и нуждался в психологической защите, функцию которой ранее выполняла религия. В Новое время религиозные традиции были разрушены и функция защиты передана массовой культуре, создавшей и подарившей человеку новый иллюзорный мир.

Впервые в философских работах и социально-психологических исследованиях конца XIX в. и рубежа XIX–XX вв. были осмыслены феномены массы и массовой культуры, как следствие, элиты и элитарной культуры.

Одним из первых, кто поставил вопрос о существовании принципиально нового типа культуры, был представитель немецкой философской школы И. Гердер. Он разделял «культуру ученых» и «культуру народа». «Культура народа» —

это не что иное, как простая культура, не требующая каких-либо специальных условий (подготовки, образования) для усвоения. А. Шопенгауэр и Ф. Ницше обосновали достаточно четко понятия «массовой» и «элитарной» культуры.

А. Шопенгауэр рассматривал человечество как состоящее из «людей пользы», способных только к воспроизведению, и «людей гения», ориентированных на художественно-творческую деятельность. В работах Ф. Ницше обосновывается мысль о «сверхчеловеке», некоем аристократе духа, наделенном творческими способностями, эстетической восприимчивостью. Большая же часть человечества — люди неполноценные, принижённые до состояния рабов и орудий, и пожертвовать их жизнями во имя будущего Ницше считал возможным.

Русский социолог Н.К. Михайловский рассматривал понятия «одиноким человек» и «человек в массе». По его мнению, это два совершенно разных существа, где человек как часть массы становится воплощением стадности, шаблонности. Для такого субъекта характерны преобладание эмоции над разумом, утрата личной ответственности, нарушение контроля над своими действиями. В массе, как правило, у человека нивелируется нравственное начало.

Н.А. Бердяев также рассуждал о противопоставлении элитарной культуры массовой, подлинной культуры — цивилизации. Он считал, что «высшая культура нужна лишь немногим», а «для средней массы человечества нужна лишь средняя культура» [2, с. 259]. Согласно его позиции, подлинная культура может быть создана только родовой элитой, аристократией, а не буржуазией, не имеющей укоренившихся аристократических традиций, и не пролетариатом, даже не стремящимся к этому.

Идеи Бердяева близки знаменитому испанскому философу Х. Ортеге-и-Гассету, теоретически обосновавшему феномен массовой культуры и массовости. Массовая культура, как он считал, — это культура массового человека, воспринимающего жизнь как поле наслаждений, убежденного, что общество и государство должны удовлетворять его желания [12, с. 121–122]. Под «человеком массы» Ортега-и-Гассет понимал не социальный тип личности, а психологический феномен, считая, что социальное происхождение не определяет характер и уровень образованности. Он писал, что и в среде рабочих можно встретить исключительные характеры.

Массовый человек ограничен, стереотипен, ему для завершенности картины мира требуется

набор стандартизированных ситуаций. В то же время ему необходим мир фантазий и иллюзий, где он спасается от сложностей окружающего мира.

З. Фрейд, основатель психоанализа, со своей стороны также пытался рассматривать массу как феномен через призму эмоциональных, любовных, либидозных привязанностей. Он доказывал, что Эрос — стремление к любви и Танатос — стремление к смерти в равной степени позитивны, пронизаны одновременно и эротическим, и агрессивным началом. При этом Эрос выступает как инстинкт сохранения рода, Танатос — как инстинкт самосохранения, и если первый конструктивен всегда, то второй может выступать и как деструктивное начало. Фрейд считал, что вся человеческая история — это жестокость и половое влечение, тесно связанные друг с другом [17, с. 425]. Соответственно, если мы проанализируем содержание продуктов современной массовой культуры, то убедимся, что психоаналитик был действительно прав, поскольку в данных продуктах отражаются оба эти инстинкта.

Работами К. Манхейма ознаменован новый этап в осмыслении массы и массовой культуры. Проблему массовой культуры К. Манхейм рассматривал через социальные, политические, экономические процессы, происходившие в обществе [9, с. 41]. Причем феномен возникновения массовой культуры он объяснял социальными трансформациями не только массы, но и элиты. Изменение статуса высокой культуры в обществе связано, как он считал, с увеличением числа элитарных групп, утратой их обособленности, взаимной нейтрализацией, и произошло все это благодаря формированию в обществе массовой демократии. Размывание элиты повлекло за собой и политические уровни элитарной культуры.

С тех пор как была сформулирована теория индустриализма, массовая культура как типичный феномен индустриального общества стала объектом всеобщего внимания исследователей. Основными причинами возникновения и распространения массовой культуры принято считать:

- урбанизацию;
- разрушение сословных отношений и общинных связей;
- начало становления гражданского общества;
- распространение образования.

Специалисты выделяют на сегодняшний день следующие атрибуты массовой культуры: преобладание потребительского отношения к информативно-культурным ценностям, приобретаемым в развлекательных целях как предметы купли-

продажи; многократное репродуцирование этих предметов и их стереотипизация с помощью новейших технических средств; акцент на клишированных модных формах и рекламируемых стилях; усредненность вкусов, снижение интеллектуальных критериев; тяга к взаимоподражательству и единообразию в усвоении этих тенденций, закрепляемых с помощью СМИ, в первую очередь с помощью аудиовизуальных средств.

Но мнения по поводу массовой культуры (mass culture) расходятся. Ряд аналитиков высказывает точку зрения, что стандартизация, повышающая прибыльность массовой культуры, распространяемой в глобальных масштабах с помощью СМИ, приучает потребителей к китчу, к диктату моды и ее стереотипов, что препятствует сохранению и развитию интеллектуально-художественных традиций национальных культур и мировой культуры в целом. К этому ведет коммерциализация и интеграция средств массовой информации с рекламным бизнесом, поскольку прибыль и интеллектуально-культурная деятельность, общественные функции СМИ несовместимы.

Во второй половине XX в. родились такие понятия, как «человек-локатор» (Д. Рисмен), «одномерный человек» (Г. Маркузе), «самоотчужденная личность» (Э. Фромм).

Э. Фромм считает, что причина одиночества современного человека, его отчужденности от социальных институтов кроется в экономической деятельности, в стремлении достичь финансовой независимости. При капитализме, по мнению Э. Фромма, человек превратился в «деталь гигантской экономической машины», по отношению к которой он совершенно ничтожен [18, с. 90]. Наилучший способ уйти из действительности, в которой человек ощущает себя беспомощным и слабым, — массовая культура с ее компенсаторной функцией. Но в таком мире человек не является самим собой, исчезает «различие между собственным “Я” и окружающим миром».

Центральное положение концепции Г. Маркузе сводится к тому, что житель современной цивилизации находится под властью «тоталитарного универсума технической рациональности». Человек, вынужденный конформистски приспособляться к окружающему миру, имеет потребительскую идеологию, отсюда его «одномерность», т.е. ориентированность только на сохранение общества в его существующем виде, потребление и приобретение, а не на созидание и творение [10, с. 92].

Д. Рисмен связывает изменение качественных характеристик человека с переориентацией его внутренней событийности на внешнюю, что проявляется в потребности не выделяться из окружающего мира, жить будучи управляемым радаром, то есть как человек-локатор [20].

Д. Белл, в отличие от своих предшественников, систематизировал значение понятия «масса»:

- 1) масса как недифференцированное множество (в противоположность классу), характерными чертами которой в данном случае являются конформизм, безответственность, потеря индивидуальности;
- 2) масса как синоним невежественности, серости, необразованности;
- 3) масса как механизированное общество, жизнь массы в данном случае регламентируется полностью цивилизационными достижениями и нормами;
- 4) масса как бюрократизированное общество, когда все решения принимаются наверху, а основные производители теряют свои личные характеристики;
- 5) масса как толпа (психологическая трактовка Г. Лебона и З. Фрейда) [19].

По мнению самого Д. Белла, масса — это однородная, преобладающая часть населения, а массовая культура — все то, что составляло когда-то достояние элиты, а теперь доступна всем.

Но массовая культура 1990–2000-х гг., безусловно, отличается от массовой культуры 1950–1980-х гг. Коллажность культуры, эклектичное сочетание «всего со всем» рассматривается как новое «естественное» состояние для отдельного человека и для социума. Выделяются новые социокультурные группы, границы между которыми совершенно размыты, так как очень часто меняются критерии их классификации — вовлеченность в те или иные культурные практики. По справедливому убеждению многих авторов, своим нынешним обликом культура обязана в первую очередь средствам массовой коммуникации (СМК).

По мнению известного канадского исследователя в области СМК М. Маклюэна, решающим фактором процесса формирования конкретной социально-экономической системы, а значит, двигателем исторического прогресса выступает смена технологий, порождающая смену способа коммуникации [8]. Тип общества в значительной мере определяется доминирующим в этом обществе типом коммуникации, а человеческое восприятие — скоростью передачи транслируемой информации. Средства коммуникации определя-

ют структуру знания, регулируют принципы восприятия пространства и времени, навязывая их как отдельной личности, так и обществу в целом. Маклюэн считает, что создание новых технических средств, доступных обществу, носит революционный характер, весь путь развития цивилизации — это создание и развитие того или иного способа коммуникации. В частности, в истории цивилизации Маклюэн выделил три основных этапа:

- 1) первобытная дописьменная культура с устными формами связи и передачи информации, основанная на принципах коллективного образа жизни;
- 2) письменно-печатная культура («галактика Гуттенберга»), заменившая коллективизм индивидуализмом;
- 3) современный этап, когда общение происходит на электронном основе — с помощью радиотелевизионных и сетевых СМК, идет активное возрождение аудиовизуального.

Маклюэн убежден, что изобретение электрических и электронных средств массовой коммуникации совершили переворот в жизни человечества, сокрушив время и пространство и превратив мир в «глобальную деревню». Благодаря СМК, современный человек попадает в ситуацию «плюрализма миров и культур». Особое место Маклюэн уделяет телевидению, которому присущи следующие характерные свойства:

- мозаичность построения телевизионного изображения, представляющего весь мир в качестве набора несоединенных между собой сообщений;
- резонанс этих сообщений в воспринимающем их сознании, объединяющий их в целостное смысловое единство.

Для Маклюэна телевидение — мозаичное средство общения, образующееся из множества точек и пятен. Зритель активно участвует в освоении телевизионной мозаики, складывает свою собственную картинку в зависимости от уровня своего образования, жизненного опыта, менталитета и настроения в тот или иной момент просмотра телепередачи. С помощью современных СМК человек способен оценить и идентифицировать себя.

Э. Тоффлер продолжает вслед за Маклюэном изучать культуру информационного общества во взаимосвязи с СМК.

Современная культура — это имиджевая культура, клип-культура, как ее обозначает Э. Тоффлер. Она формирует такие уникальные формы восприятия, как «зэппинг», когда путем

безостановочного переключения каналов телевидения создается новый образ, состоящий из обрывков информации и осколков впечатлений. Телевидение конца XX – начала XXI в. — это набор «блицев»: полуминутного рекламного ролика, фрагментов песен и стихотворений, мультфильма и т.д. «Люди третьей волны ... залпом глотают огромное количество информации, они учатся создавать свои собственные “полосы” идей из того разорванного материала, который обрушивают на них новые средства информации» [14, с. 277]. Основная черта новой реальности — это большой объем информации, зачастую современный человек не успевает ее обрабатывать должным образом. В таких условиях, по мнению американского футуролога, естественным становится переход к личности нового типа — информационно-адаптированной, способной к адекватному восприятию полученной информации и ее использованию в своей деятельности.

В новом обществе под индивидуальные потребительские нужды подлаживается и культура. Уровень потребляемой культуры становится иным по сравнению с цивилизацией второй волны (индустриальной): массовая культура продолжает существовать, удовлетворяя нужды и желания большей части населения, однако элитарная культура начинает играть роль культурного образца. Этот феномен Тоффлер обозначает терминами «индивидуализация личности» и «демассификация культуры».

М. Кастельс считает, что понятия «масса» и «массовая культура» сохраняются в информационном обществе, но в измененном варианте [6, с. 202]. Культурная индустрия, как считает М. Кастельс, ориентирована, во-первых, «на экономику здравого смысла». Во-вторых, новые экономические формы достаточно стандартизированы, что предполагает, как прежде, унификацию культурного продукта. В-третьих, функция психологической защиты по-прежнему присуща массовой культуре, так как человек всегда нуждается в определенной «разгрузке» и «отдыхе».

Феномен массовой культуры продолжает существовать в информационном обществе в виде индустрии развлечений, а также в областях, связанных со стандартизированным мышлением. Социальной основой массовой культуры остается та часть общества, которая отчуждена от структур управления экономикой нового типа и вынуждена адаптироваться ко всем происходящим процессам.

Еще один исследователь феномена массовой культуры в современном обществе — итальянский философ и семиотик У. Эко. Он считает, что ос-

новая проблема, связанная с изменением способа трансляции информации, состоит не в крайней степени ее визуализации, а в сохранении у субъектов способности к ее критическому восприятию [16, с. 185]. У. Эко считает, что в будущем общество будет состоять из представителей визуальной культуры и элиты. Представители визуальной культуры не будут иметь возможность проверять информацию на предмет ее соответствия образам и понятиям реального мира и предпочтут получать готовые определения. Элита будет способна к отбору и применению информации.

По мнению Эко, современная культура создает виртуальное пространство, являющееся одновременно реальным и иллюзорным. Это некая знаковая совокупность, дублирующая мир, однако подобный процесс копирования мира является необходимым элементом восприятия субъекта, так как вне знаковости мир как бы не существует. Любой символический мир для Эко, будь то мир фотографии или кино, — кодированная реальность, дублирующая подлинную, позволяющая субъекту интерпретировать и конструировать мир вокруг себя. Не случайно в этой связи Э. Тоффлер указывает, что важнейшее свойство мышления жителя цивилизации третьей волны — это способность не к анализу, а к синтезу [15, с. 305].

Известный французский философ и социолог А. Моль, как и многие другие исследователи, признает, что характер современной культуры мозаичный, то есть это «целое, собранное из отдельных кусков» [11, с. 353]. «Необходимо свыкнуться с мыслью, что мы живем в окружении мозаичной культуры, что именно эта культура определяет наши поступки». Моль считает, что «мозаичная культура» является совокупным продуктом избытка всевозможных знаний и действия технических средств массовой коммуникации. Он пишет, что было бы ошибочным относить к культуре только произведения искусства, для него культура — «семантические или эстетические факты» повседневной жизни.

Следует, безусловно, согласиться с Модем в том, что культура настоящего — это набор различного рода явлений, когда на месте одного возникает другое, предыдущее исчезает, стирается подобно компьютерному тексту. И практически любое культурное явление, любой фрагмент на какое-то время может стать образом, т.е. мы имеем дело с «рассыпанием» и «собираанием» картин puzzle или калейдоскопом (термин принадлежит К. Леви-Строссу). В то же время как всякий puzzle, так и современная массовая культура не являются подлинной реальностью, а реально-

стью вымышленной, искусственной, гиперреальностью.

Массовую культуру как культуру гиперреальности рассматривал не кто иной, как Ж. Бодрийяр [3, с. 76]. Единица неподлинного смысла, существующего в культуре, называется им «симулякр».

Основная идея Бодрийяра заключается в том, что то, что мы пытаемся понять как проявление реальности, есть только образ реальности. Симулякр отрицает реальность, прячет, скрывает ее. В то же время реальность — единственное, что не существует. Реальность — то, чему можно найти только виртуальный эквивалент (симулякр). Бодрийяр уточняет, что реальность — не то, что можно воспроизвести, а то, что уже воспроизведено, т.е. чем больше реального, существующего, тем меньше реальности. На первой стадии существования знака симулякр отражает глубинную реальность, на второй — маскирует глубину реальности, на третьей — маскирует отсутствие глубинной реальности, на четвертой — полностью порывает с реальностью и становится собственно симулякром. После формирования симулякра обмен между знаками и реальностью прекращается: знаки взаимодействуют только друг с другом и образуют гиперреальность, состоящую из знаков. Бодрийяр рассматривает в качестве симулякров самые разнообразные события и явления современности и делает вывод об их виртуальности, так как они наполняются смыслом только благодаря своей перманентной повторяемости и трансляции по средствам массовой информации (коммуникации). Современные средства массовой коммуникации, по мнению Бодрийяра, заменяют собой реальность, подменяют ее, симулируют.

Еще одна проблема творчества Ж. Бодрийяра — телесность. Он считает, что разгул сексуальности в современной массовой культуре — признак общей болезни, это общий разгул форм масскульты, период «одичания» людей. Но современная массовая культура имитирует, симулирует эротизм. Изменить качество культуры может только насильственное ограничение «оргий» и практика запретов различного рода.

Российский исследователь В. Подорога также обращается к проблеме современной массовой культуры [13, с. 319]. Так, в современной культуре в целом В. Подорога выделяет три страты:

- 1) культуру труда (сюда относится все, что определяется задачами экономии человеческих усилий во времени–пространстве);

- 2) культуру памяти (по-другому эту культуру можно назвать «высокой» или элитарной);
- 3) культуру свободного времени (важнейшая страта, с точки зрения автора, представляющая собой не что иное, как индустрию развлечений, т.е. массовую культуру).

Подорога отмечает, что современная массовая культура или культура развлечений постепенно подчиняет себе страту высокой культуры, встраивает ее в те потребности, которые рождаются в массмедийной индустрии образов. «Высокая культура» разрушается, перестает существовать как влиятельная страта, маргинализируется, оказывается в ведении узкого круга знатоков. Носители высокой культуры вынуждены подстраиваться под желания масс, стараются услужить вкусам толпы, чтобы выжить.

В. Подорога выдвигает интересную гипотезу, заключающуюся в следующем: то, что мы называем массовой культурой, не культура, а среда, в которой одни культуры гибнут, другие трансформируются, третьи начинают быстро развиваться. И мировая культура станет в скором будущем глобальной, массовой.

Попробуем подвести некоторые итоги проделанному анализу и сделать выводы о том, что же представляет собой современная массовая культура и каковы перспективы развития культуры и человечества в целом.

Главным содержанием человеческой деятельности, безусловно, всегда являлась культура как творение и созидание. Между тем все явственнее обозначились разногласия, несоразмерность между культурными ценностями, традициями духовной жизни и достижениями технического уровня. Очевидно, что формируется особенный тип общественной формации — техногенный.

Техносфера — это механизм, необходимый для интеграции человечества при помощи единой сети коммуникации. Но в то же время техновещество требует огромного количества энергии биосферы для поддержания своего функционирования. И, как следствие, значительная трансформация биосферы: преобразованы естественные ландшафты, уничтожены или находятся на грани вымирания тысячи видов живых существ, меняется состояние атмосферы, распространяется «парниковый эффект». Между тем еще В.И. Вернадский достаточно определенно высказался относительно подобного рода изменений в биосфере: своими действиями человек разрушает равновесие в природе и калечит ее [4]. Отсюда отчуждение человека от природы.

Техногенная цивилизация поставила человека в трудные условия существования. Моральное право стало правом одного человека, вседозволенностью и вседоступностью, на частном интересе стало основываться все общество. Погоня за материальными достижениями — одна из причин доминирования массовой культуры, так как качество ее продуктов измеряется оценкой потребителя, т.е. покупкой или непокупкой, высоким или низким рейтингом и т.д. Философия массовой культуры — это философия успеха, в первую очередь материального.

Погоня за успехом, стремление к полной независимости отнимают у жителя техногенной или индустриальной цивилизации много сил, как физических, так и душевных. В этой связи легко объясняется реализация масскультом защитной психологической функции. Таким образом, благодаря современным СМК, а также ряду других технических средств, массовая культура создает новую реальность — виртуальную, подменяя подлинную. И все, с чем мы имеем дело в современной массовой культуре, — симулякры по Ж. Бодрийяру. При этом данная культура представляет собой набор отдельных эпизодов, фрагментов, клипов. Но это уже черта массовой культуры не эпохи индустриальной цивилизации, а наступающей эпохи информационной цивилизации, когда каждый человек выстраивает из предложенных ему фрагментов свою «картинку-puzzle». На этапе наступления цивилизации третьей волны узкая специализация остается позади, будущее — за мышлением глобальным, всеохватывающим. И элитарная культура, исчезающая сейчас, по мнению многих исследователей, сохранится в качестве культурного образца. Если же этого не случится и элитарная культура будет окончательно размыта под давлением массовой, то, к сожалению, содержание культуры будущего сохранится прежним и будет порождать агрессию и стремление удовлетворить телесные желания и потребности, т.е. удовлетворение инстинктов Эроса и Танатоса по З. Фрейду.

Говоря о необходимости сохранения элитарной культуры, отметим, что сохранение элитарной культуры означает во многом сохранение этнонациональных культур. Культурная унификация, осуществляемая сегодняшней массовой культурой, отчасти нивелируется за счет многообразия форм, в которых она выступает. В этом проявляются ее высокая адаптивность, пластичность и гибкость, способность сохранять свои сущностные качества при значительных внешних трансформациях. Мы можем говорить, что сего-

дняшняя массовая культура имеет различные варианты: американский, японский, российский [7, с. 100].

Масскульт — планетарный феномен, обусловленный ростом высоких технологий и объединением информационного пространства. Но все же было бы ошибкой отождествлять создание единой мировой культуры на основе межкультурной интеграции и глобализацию на основе стереотипизированных образцов масскульта. Не случайно во второй половине XX в. на фоне глобализационных процессов возникла тенденция культурной дифференциации. Не только понимание и уважение других этнокультурных традиций и ценностей, но и осознание своих собственных может и должно явиться условием дальнейшего развития межкультурных коммуникаций и диалога культур. А современная массовая культура в ее глобальном варианте — это система ценностей, образ жизни, манера и способ мышления американской культурной модели. За каждой этнонациональной культурой стоят своеобразие менталитета, ценностные приоритеты, традиции, обычаи, в противоположность массовой культуре — иллюзорной, основывающейся исключительно на научно-техническом прогрессе и зависящей от него, абсурдной зачастую из-за желания угодить как можно более широкой аудитории. От путей решения этой проблемы зависит содержание жизни будущих поколений, поколений цивилизации третьей волны.

Список литературы

1. *Атфилд Р.* Этика экологической ответственности // Глобальные проблемы и общечеловеческие ценности. М.: Просвещение, 1990. С. 203–257.
2. *Бердяев Н.* Философия неравенства. М.: ИМА–пресс, 1990. 286 с.
3. *Бодрийяр Ж.* Символический обмен и смерть. М.: Рольф, 2000. 387 с.
4. *Вернадский В.И.* Философские мысли натуралиста. М.: Наука, 1988. 520 с.
5. *Гвардини Р.* Конец нового времени // Вопросы философии. 1990. № 4. С. 127–163.
6. *Кастельс М.* Информационная эпоха: экономика, общество и культура. М.: Наука, 2000. 606 с.
7. *Костина А.В.* Массовая культура как феномен постиндустриального общества. М.: КомКнига, 2006. 350 с.
8. *Маклюэн М.* Галактика Гуттенберга: Становление человека печатающего. М.: Аккад. проект: Фонд. Мир, 2005. 486 с.
9. *Манхейм К.* Человек и общество в век преобразования. М.: ИНИОН АН СССР, 1991. 220 с.
10. *Маркузе Г.* Одномерный человек. Минск: Харвест, 2003. 384 с.
11. *Моль А.* Социодинамика культуры. М.: КомКнига, 2005. 416 с.
12. *Ортега-и-Гассет Х.* Восстание масс // Вопросы философии. 1989. № 3. С. 119–154.
13. *Подорога В.* Культура и реальность. Заметки на полях // Массовая культура: современные западные исследования. М.: Прагматика культуры, 2005. С. 308–337.
14. *Тоффлер Э.* Третья волна. М.: АСТ, 2002. 784 с.
15. *Тоффлер Э.* Шок будущего. М.: АСТ, 2003. 557 с.
16. *Усманова У.* Умберто Эко: Парадоксы интерпретации. Минск.: Пропилей, 2000. 200 с.
17. *Фрейд З.* Психология бессознательного. М.: Просвещение, 1989. 448 с.
18. *Фромм Э.* Бегство от свободы. Минск: Харвест, 2003. 383 с.
19. *Bell D.* The End of Ideology. Glencoe, 1964. P. 22–25.
20. *Riesmen D.* The Lonely Crowd. N.Y., 1953. 359 p.

PHENOMENON OF MASS CULTURE: PROBLEMS AND CONTROVERSIES

Evgeniya V. Kuznetsova

*Naberezhnye Chelny Branch of University of Management «TISBI»;
10, Tatarstan str., Naberezhnye Chelny, 423825, Russia*

The subject of investigation of the author is mass culture as a phenomenon. The author determines characteristic features of mass culture and differentiates mass culture of industrial society and mass culture of postindustrial society. She highlights all dangers that exist in the development of mass culture and underlines the importance of ethnic cultures' keeping.

Key words: mass culture, industrial society, mass, elite, mass media, illusions, clip-culture, communication.