

**Симонова  
Светлана Геннадьевна**

соискатель

Челябинский государственный  
институт культуры, Челябинск, Россия

преподаватель

Златоустовский индустриальный  
колледж имени П. П. Аносова,  
Златоуст, Россия

E-mail: Svetlanasimonova2015@mail.ru

## **ДИНАМИКА ВОСПРИЯТИЯ МАССОВОЙ КУЛЬТУРЫ В CULTURAL STUDIES**

*Исследование посвящено анализу эволюции понятия «массовая культура». Задача исследования состоит в выявлении ключевых факторов, обусловивших трансформацию дефиниций и интерпретаций, связанных с данным феноменом. Особое внимание уделяется актуальному состоянию терминологического поля в контексте современных культурологических исследований. Cultural Studies являются междисциплинарным полем исследования, объединяя множество теорий и практик современной гуманитаристики. Одним из ключевых аспектов штудий в Cultural Studies является осмысление феномена массовой культуры. Термин «массовая культура» появился в 40-е годы XX века, но в XXI веке начал менять свою трактовку в связи с социокультурными изменениями последнего времени. Проследить динамику терминологического наполнения, определить границы явления на современном этапе — важная часть работы явлениями новейшей культуры, в том числе с теми, которые получили распространение благодаря новым цифровым практикам конвергентной культуры. Автор приходит к выводу: можно определить три основных этапа эволюции понятия «массовая культура»: классический (критический), постклассический, современный (безоценочный), диахроническая перспектива показывает путь адекватного описания глубинных трансформаций социокультурной реальности, позволяет пересмотреть функциональное назначение массовой культуры.*

**Ключевые слова:** массовая культура, cultural studies, конвергентная культура, индустриальное общество, постиндустриальное общество, постмодернизм, метамодерн

**Для цитирования:** Симонова, С. Г. Динамика восприятия массовой культуры в Cultural Studies / С. Г. Симонова // Вестник культуры и искусств. — 2025. — № 4 (84). — С. 174–184.

**Simonova Svetlana G.**

*Applicant*

*Chelyabinsk State Institute  
of Culture and Arts, Chelyabinsk, Russia*

*Tutor*

*Zlatoust P. P. Anosov Industrial College,  
Zlatoust, Russia*

*E-mail: Svetlanasimonova2015@mail.ru*

## **Dynamics of Mass Culture in Cultural Studies Perception**

The study is devoted to the analysis of “mass culture” notion evolution. The purpose of the study is to reveal key factors of transformations of definitions and interpretations connected with the given phenomenon. Special attention is paid to the actual state of terminology field in the context of contemporary Cultural Studies. Cultural Studies is modern interdisciplinary field of studies uniting a lot of theories and practices of humanitaristics. One of key aspects of Cultural Studies is understanding of mass culture phenomenon. “Mass culture” term appeared in the 1940-s but in XXI century it started changing its definition in connection with social cultural changes of today. To follow the dynamics of terminological content, to determine the borders of the phenomenon at present is a very important part of work on the phenomena of the latest culture including the ones that have been spread due to new digital practices of convergent culture. The author draws the conclusion that it is possible to define three general stages of “mass culture” notion evolution – classic (critical), post-classic (non-evaluative) and diachronic perspective which shows how to adequately describe deep transformations of social-cultural reality and thus allowing to overview functional purpose of mass culture.

**Keywords:** mass culture, cultural studies, convergent culture, industrial society, post-industrial society, post-modernism, metamodern

**For citing:** Simonova S. G. 2025. Dynamics of Mass Culture in Cultural Studies Perception. *Vestnik kul'tury i iskusstv [Culture and Arts Herald]*. No 4 (84): 174–184. (In Russ.).

Актуальность дискуссий о массовой культуре продиктована современным культурным контекстом и его специфическими особенностями. Цифровизация, переводя культурные явления в цифровой формат, делает информацию более доступной и быстрой для передачи, трансформирует её формы существования и распространения, а также её суть. Подобно тому как в период модернизма искусство претерпело существенные метаморфозы, которые затронули не только инструментарий художников, но и их мировоззрение, новейшая культура меняет формы презентации, эстетизировать феномены неинституциональных креативных практик. Появление множества новых массовых культурных продуктов, ориентированных на широкую аудиторию, отказ от прежних ху-

дожественных правил стали ключевыми факторами в формировании нового искусства и нового подхода к его интерпретации в XXI веке. Массовая культура значительно воздействует на общество, изменяя как национальные, так и универсальные ценности, и эти процессы нуждаются в переосмыслинении в связи с определенной симметрией значимости трансформаций культуры в течение всего XX века. Междисциплинарность проблемы массовой культуры очевидна: ее исследовали представители различных направлений мысли, включая психологию, философию и культурологию. Дискуссии о массовой культуре сегодня особенно важны, поскольку они отражают изменения в том, как существует, воспринимается и передается искусство. Кроме того, существует

насущная необходимость в глубоком культурологическом анализе этого транснационального феномена.

В рамках междисциплинарного поля Cultural Studies, объединяющего различные теории и практики современной гуманитаристики, массовая культура постоянно подвергается ревизии в силу своей изменчивости. Несмотря на то, что термин «массовая культура» был введен еще в 40-е годы XX века (понятие «массовая культура» представил немецкий философ М. Хоркхаймер в работе «Искусство и массовая культура» [32, с. 435]), современные социокультурные трансформации требуют пересмотра его трактовки. Актуальность исследования динамики терминологического наполнения и определения границ этого явления в контексте новейших культурных практик, особенно тех, что распространяются через цифровые каналы конвергентной культуры, не вызывает сомнений. Попытки определить границы явления осуществляются регулярно, дискуссия интенсифицируется на каждом новом витке социокультурных изменений (см., например, работы А. Иваненковой [12], М. Арефьева, А. Давыденковой [5], С. Аблеева, С. Кузьминской [1], С. Федченко [25] и др.).

Данная статья ставит своей целью проанализировать эволюцию определения «массовой культуры», выявить ключевые точки для пересмотра существующих дефиниций и практик, и определить актуальное состояние терминосферы в современных Cultural Studies. Для достижения этой цели используется комплексный методологический подход, включающий сравнительно-сопоставительный и ретроспективно-компаративный анализ, позволяющие осуществить диахроническое рассмотрение понятия массовой культуры. Мы полагаем, что трансформационные изменения термина необходимо разделить на три хронологических этапа.

Классический подход, или первый этап изучения «массовой культуры» закреплен в трудах ученых первой половины XX века, где массовая культура рассматривалась как предназначенная для потребления народом (массами). Как отмечает В.М. Соловьев, «культура масс» оформлялась в трудах Г. Лебона, Г. Тар-

да, Ф. Ницше, З. Фрейда, М. Вебера, Н. Бердяева, К. Юнга, О. Шпенглера, Э. Фромма и др., т.е. входила в поле интересов крупнейших философов начала XX века.

В первых исследовательских работах, анализирующих массовую культуру, часто встречаются противопоставления «высокой» культуры «низкой»: первая рассматривается как продукт для интеллектуальной элиты, вторая — как развлечение для широкой публики.

На первом этапе в академических кругах было широко распространено мнение, что критическая теория массовой культуры возникла из социально-философского анализа развития общества, критики «массового общества». Изначально «массовая культура» воспринималась в основном негативно. Важную роль в формировании такого взгляда сыграла работа Х. Ортеги-и-Гассета «Восстание масс», посвященная опасностям вторжения «толпы» в столь тонкие и чувствительные сферы, как культура и принятие политических решений [19].

Х. Ортега-и-Гассет резко критикует массовую культуру, отождествляя «массу» с безликой «толпой». Его радикальная концепция массового общества противопоставляет активное «меньшинство» (элиту) пассивной «массе» — совокупности «средних» людей. Автор «Восстания масс» считает, что урбанизация и узкая специализация, породившие «массового человека», ослабляют культуру и духовно разрушают цивилизацию, ведя её к краху [19]. В идеях испанского мыслителя можно увидеть явные параллели с теориями массового общества, предложенными К. Мангеймом [18] и Э. Фроммом (ему принадлежит авторство термина «общество потребления», которым он характеризовал западноевропейское общество XX века [26]) а также исследователем Х. Арендт [4].

Американский социолог Д. Белл в работе «Конец идеологии» схематически представил идеи предшественников, определяя особенности современного общества через понятие «масса»: 1. Масса как недифференцированное множество (т. е. противоположность понятию класс). 2. Масса — синоним невежественности (как об этом писал и Х. Ортега-и-Гассет). 3. Массы как механизированное общество

(т. е. человек воспринимается как признак техники). 4. Массы как бюрократизированное общество (т. е. в массовом обществе личность теряет свою индивидуальность в пользу стадности). 5. Массы как толпа. Здесь заложен психологический смысл. Толпа не рассуждает, а повинуется страсти. Сам по себе человек может быть культурным, но в толпе — это варвар. И Д. Белл делает вывод: массы — есть воплощение стадности, унифицированности, шаблонности [29, с.78]. Таким образом, можно утверждать, что ко времени создания труда Д. Белла (60-е годы XX века), представление о массовой культуре уже теоретизировалось и конкретизировалось в культурологии и социологии в категориях оппозиций культуры.

Социолог Т. Адорно подвергал критическому анализу феномен «массовой культуры», рассматривая его как механизм легитимации существующего социального порядка, вводя его в политический дискурс. Он утверждал, что «массовая культура» посредством стереотипизации, примитивизации и репетитивности формирует консенсус масс с аппаратом господства [2, с. 7–21]. Таким образом, на первом этапе возникновения термина «массовая культура» и ее осмысливания была закреплена практика негативного отношения к явлению.

В последней трети XX века изучение массовой культуры переходит на новый уровень. Этот второй, постклассический этап развития исследований обусловлен как сменой культурной парадигмы от модерна к постмодерну, так и появлением новых аналитических инструментов в *Cultural Studies*, таких как структурализм и деконструктивизм.

Начиная с 1980-х годов, постмодернизм оформился в относительно связную систему взглядов, отражающую реалии западной культуры. Он появился как ответ на разочарование в идее прогресса, как изменение традиционных научных подходов и как приоритет прав личности над государственными интересами, а также как стремление к построению демократического общества, основанного на свободе и справедливости. Для постмодернизма характерны эклектизм и фрагментарность. В основе постмодернистской идеологии лежит идея о кризисе и исчерпанности культуры, вы-

ражаяющаяся в концепциях «конца искусства» и «конца истории». Мир в этой парадигме предстает как текст, подверженный бесконечному переосмысливанию, игре знаков и заимствованиям, как осознанным, так и спонтанным.

В концептуальное поле «массовая культура» в этот момент входят понятия структурализма и деконструктивизма. В характеристике массовой культуры постмодернизма используется понятие «симулякр» (подобие без подлинника, копия без оригинала), предложенное философом Жаном Бодрияром. Практика «деконструкции» — «означающее без означаемого», «край логоцентризма и бинарности», осмыщенная в трудах Л. Альтюссера [3, с. 159–175], «смерть автора», лишающая культуру субъектности, теоретизированная Ж. Бодрияром [7, с. 67–125], обозначают связь с первым этапом рассмотрения понятия «массовая культура». Но в практиках постмодерна уже начинается размытие границ между высокой и потребительской культурой, фиксируется момент, когда социальный статус перестает определять выбор досуга.

У. Эко, итальянский исследователь интертекстуальной культуры, стал одним из пионеров в переосмысливании социальной роли массовой культуры. Он утверждал, что в условиях постмодернистского общества, характеризующегося активным развитием массовой культуры, происходит замещение первичного и оригинального вторичным и производным [28, с.18]. В результате становится сложно отличить настоящее от подделки, а искусство для избранных — от развлечения для всех. Умберто Эко, говоря о постмодернистском «двойном кодировании», подчеркивал, что каждый читатель интерпретирует текст, опираясь на собственный набор знаний и опыта, от самых базовых до самых глубоких.

Благодаря признанию массовой культуры как значимой части мировой культуры, исследователи отказываются от предвзятых суждений и подходят к её изучению с большей объективностью. Канадский социолог М. Маклюэн утверждал, что масс-медиа создают принципиально новую культурную среду — новую массовую культуру. В работах «Галактика Гутенберга» и «Понимание средств

связи» он указывал на изобретение печатного станка Гутенбергом как на начало эпохи «индустриального человека». Современные медиа, формируя «глобальную деревню», по мнению Маклюэна, порождают и «нового племенного человека», чьи представления о мире формируются под влиянием электронной информации, в отличие от мифов древних племен. Определяя искусство ведущим элементом духовной культуры, М. Маклюэн подчеркивал эскейпистскую (т. е. уводящую от реальной действительности) функцию художественной культуры [17, с. 97].

Таким образом, постклассический этап исследований массовой культуры изменил представления о функциональном ее спектре: если на первом этапе «развлечение» виделось элементом снижения, дегуманизации личности, то второй этап показал, во-первых, гомогенизацию вкусов «элит» и «простонародья», а во-вторых, универсальность механизмов эскейпизма. Смешение высокого и низкого в постмодернистских практиках культуры обеспечило пересечение интересов различных социальных страт, поэтому резко критические высказывания философов культуры против «массовой культуры» постепенно сменяются выявлением новых зон эмпирического материала для теоретизации.

Нейтральный характер исследования массовой культуры, или третий этап предлагаемой нами схемы развития осмыслиения понятия «массовая культура» приобретают в связи с окончательным признанием ее как неотъемлемой части развития мировой культуры. Отказ от оценочного подхода в современных исследованиях массовой культуры, что позволяет говорить о них как о «постпостклассических», является следствием метамодернистских тенденций и развития культуры конвергенции. К наиболее авторитетным относятся исследования современной культуры, отказывающиеся от резко критических оценок: точки зрения, предложенные Э. Тоффлером [24]; Дж. Ритцером [20]; А. В. Костиной и А. Я. Флиером [14]; Д. В. Ивановым [11].

Концепция «макдональдизации» Д. Ритцера берет свои корни в классической теории М. Вебера о рационализации современного

общества. Вебер, говоря о «железной клетке» социума, описывал дегуманизирующее воздействие бюрократии на него. Д. Ритцер переносит эту идею в современность, используя корпорацию «Макдоналдс» как метафору для демонстрации того, как инструментальная рациональность, несмотря на свою эффективность, приводит к иррациональным и вредным результатам [20], а также он выделяет важную для нас концепцию «глобализации». Этот термин, образованный от слияния «глобализации» и «локализации», описывает ситуацию, когда глобальные продукты и услуги адаптируются к местным условиям и предпочтениям. Таким образом, глобализация проявляется по-разному в разных местах. Глобализация подчеркивает, что мир не становится однородным под влиянием западных стандартов, а местные сообщества активно формируют свою среду, выбирая и адаптируя глобальные предложения. Д. Ритцер рассматривает глобализацию как относительно позитивный процесс, способствующий разнообразию и неоднородности в обществе [20]. Таким образом, в данной работе намечается важный поворот от осмыслиения однородной массовой культуры к выделению различных целевых аудиторий, потребительских тактик, относящихся к явлениям массовой культуры одновременной серьезно и иронически, консьюмеристски и антипотребительски. Образ универсальных масс переживает кризис.

В эссе «Тернарная функциональная модель культуры» А. В. Костиной и А. Я. Флиера отражено новое понимание феномена культуры, делящегося на три социальные субкультуры: элитарную (к创ативную), народную (традиционную) и массовую (консьюмерную). Эта интерпретация основана на гипотезе А. В. Костиной, которая утверждает, что создатели и потребители упомянутых субкультур имеют различия в социальной психологии, восприятии жизни и понимании своей роли в обществе, а также на гипотезе А. Я. Флиера, который считает, что эти три субкультуры представляют различные подходы к адаптации к окружающим условиям и реализуют три разные модели передачи социального опыта. Обе гипотезы были успешно объединены в совместном исследовании [14, с. 23–36].

А. В. Костина и А. Я. Флиер назвали современную культуру консьюмерной культурой. Это вектор в целом совпадает с концепцией «глэм-капитализма», описанной в исследовании Д. Иванова «Глэм-капитализм» (2015). По его мнению, в то время как постиндустриальное общество и постмодернистская культура утратили актуальность и остались в прошлом, не став частью нашей реальности, на сегодняшний день важным явлением является гламур, который не стремится к статусу эпохального или судьбоносного. Слово «гламур» (от английского «glamour» — очарование) стало универсальной эстетической характеристикой начала XXI века. Мы привыкли называть гламурными различные вещи, такие как одежда, вечеринки, компании людей, рестораны, курорты, фильмы, журналы или книги. Однако теперь в это определение также входят бизнес-стратегии, технологии, политика и научные идеи [11, с. 37].

Культурологи зафиксировали момент, когда ситуация «снижения» массовой культуры окончательно изменилась. Так, по мнению Д. Сибрука, на смену привычной иерархии «высокой» (элитарной) и «низкой» (массовой) культуры пришло единое поле культуры ноубрау (nobrow): культуры не высокой (highbrow — «заумный», «высоколобый» или, дословно, «высокобровый») и не низкой (lowbrow — «низкобровый»), и даже не средней (middlebrow), а существующей вообще вне старой иерархии вкуса [22, с.17].

Культурологи С. Холл, А. МакРобби настаивают на самодостаточности массовой культуры как средства социализации, т. е. как средства усвоения и воспроизведения социокультурного опыта в ходе становления человека как личности. При этом исследователи отдельно подчеркивают, что и их собственная социализация прошла посредством погружения в массовую культуру и, соответственно, они не имеют права позиционировать себя как некую элиту, более просвещенную, чем потребители произведений массовой культуры, и неуязвимую перед лицом манипуляционных тактик [34; 35].

Этот вектор исследований совпадает с научными штудиями в зарубежной культурологии:

в работах Д. Миттелла, П. Бут, Мередит Д. Кларк изучается цифровую коммуникацию и медиа-искусство, как важные элементы современной медиакультуры, которая, в свою очередь, является частью массовой культуры [30; 31; 33].

Согласно трудам российского культуролога Е. В. Гиняятовой, в основе ценностно-смысловых ориентиров современной культуры лежат три важных тренда. Первый — это смещение акцента с пассивного потребления на активное участие в создании благ (просьюмеризм), когда потребитель становится одновременно и производителем. Второй — стремление преодолеть ощущение бессмыслицы существования через творческую деятельность и активное освоение окружающей среды. Третий — поиск новой идентичности, который осуществляется через самовыражение в ручном труде (*hand-made*) и через вовлечение в решение социальных проблем в рамках социального предпринимательства, что позволяет человеку ощутить свою значимость и принадлежность к обществу [9, с. 101–103]. Таким образом, внутри массовой культуры культурологи помещают множество индивидуальных практик переосмыслиния трендом массовости в индивидуально-креативных форматах.

Современное понимание массовой культуры в российских *cultural studies* также не является totally критическим, что подмечают исследователи теории масскультта. Отечественная традиция долгое время обходила вниманием массовую культуру. Лишь в конце 1990-х годов, благодаря дискуссиям о постмодернизме и других современных художественных течениях, начались попытки более серьезного анализа и определения границ этого понятия, поэтому в большинстве своем учение совпали с мировым вектором на постпостклассическое теоретизирование явления.

По словам Д. К. Самиевой, под влиянием постмодернизма и его последующих течений, представления о масскультуре претерпели значительные изменения. Характерными чертами этого нового подхода являются отказ от стандартов, непредсказуемость культурного развития, разнообразие интерпретаций, ирония, фрагментарность и стремление к эпатажу.

Культура рассматривается как единый поток смыслов, без разделения на элитарную и массовую [21, с. 124-126].

Очевидно, что понимание «массовой культуры» кардинально изменилось. Эволюцию исследований можно разделить на три этапа: от моральной негативной оценки массовой культуры через расширение эмпирической базы и изучение жанров, анализа функций и формальных особенностей в нейтральном ключе. Если изначально массовую культуру критиковали, то затем пересмотрели иерархии в культуре, то сейчас исследования находятся на этапе, когда существует множество интерпретаций различных культурных явлений. Это связано с тем, что современная культура становится все более разнообразной и взаимосвязанной, и невозможно охватить все направления ее развития.

И. Кондаков в работе «Русский масскульт: от барокко к постмодерну», и другие ученые, принадлежащие к третьей волне осмысливания массовой культуры, подчеркивают ее универсальный характер. Они полагают, что массовая культура существовала всегда и во всех обществах [13, с. 7]. Современные исследования подчеркивают рекреационную роль массовой культуры, например, З. И. Гершкович в «Парadoxах «массовой культуры» и современной идеологической борьбы», указал, что существует обусловленная способность удовлетворять потребность населения в отдыхе и психологической разгрузке. Массовая культура, благодаря своему развлекательному характеру, выступает в качестве компенсатора эмоционального дефицита, все более ощутимого в современном обществе [8, с. 8]. Массовая культура, продукт современных социальных и культурных изменений, выполняет ряд важных задач. Она предоставляет потребителю беспрецедентный выбор из огромного количества символических форм, образов и информации, формируя многообразное восприятие мира и оставляя за ним право решать, что именно ему интересно [12, с. 99]. Г. Ю. Литвинцева в «Дихотомии массовой и элитарной культуры в эпоху модерна» утверждает, что «в современном мире стираются различия между «высокой» и «массовой культурой». Массовая культура предстаёт как одна из репрезентативных культур полисти-

листической эпохи, имеющая право на равное существование с другими формами культуры [16, с. 30-33]

В научном труде «Массовая литература сегодня» авторы Н. А. Купина, М. А. Литовская, Н. А. Николина утверждают, что при исследовании массовой культуры как продукта исключительно современного индустриального общества возникают серьезные методологические трудности. Отсутствие унифицированного языка в исследованиях массовой культуры препятствует плодотворному взаимодействию между учеными и не позволяет интегрировать различные теоретические подходы для всестороннего изучения ее эволюции [15, с. 70]. Таким образом, устоявшиеся негативные коннотации и разнотечения в понимании термина «массовая культура» затрудняют объективный анализ новых процессов. А. В. Проныкина указывает на то, что массовая культура отнюдь «не наносит ущерба ни высокой культуре, ни людям, которые ее предпочитают, ни обществу в целом» [23, с. 4-12]. Таким образом, внутри массовой культуры культурологи помещают множество индивидуальных практик переосмысливания трендом массовости в индивидуально-креативных форматах.

Опираясь на труды Дж. Фиске, Ст. Холла, Е. Н. Шапинской вводит разграничение следующего порядка: популярная культура является универсальной категорией, как часть общекультурной ситуации в целом, она присутствует в любой исторической эпохе, тогда как массовая культура является частью специфического социального универсума, основанного на структурах массового общества [27, с. 112].

Иной взгляд у К. В. Богдановой: в исследовании, посвященном интертекстуальности в современной массовой культуре, она анализирует истоки и природу составляющих массовой культуры, утверждая, что социальная психология должна видеть в произведениях массовой культуры «ловушку», которая занимает человека благодаря использованию верbalных и неверbalных манипулятивных тактик, пробуждающих его слепые животные инстинкты. Однако в современном мире активное потребление произведений массовой культуры является практически неотъемлемой

частью социализации человека: под массостью должен пониматься всего лишь способ создания и тиражирования определенных произведений, без дополнительных коннотаций, отсылающих к их якобы низкому художественному уровню (автор отдельно подчеркивает, что художественное исполнение произведений массовой культуры может быть весьма высоким) или же к якобы примитивным интеллектуальным способностям и эмоциональным потребностям предполагаемой целевой аудитории [6, с. 27–40].

Таким образом, можно говорить о том, что понимание «массовой культуры» серьезным образом трансформировалось с течением времени. Корректно представлять эволюцию в виде трех поворотов, меняющих акцент исследований с оценки явления в русле этики

культуры, на расширение эмпирического поля в cultural studies и исследование его жанровой динамики, формально-содержательных особенностей образцов массовой культуры, прагматики и функций. От критики массовой культуры в классическом этапе, переосмыслиния иерархий культуры в постклассическом, исследования культуры пришли к постпостклассическому этапу, предлагающему разнообразие интерпретаций явлений различных секторов культуры, напрямую зависящих от сегментирования конвергентной культуры и принципиальной невозможности охватить все национальные и социальные векторы ее развития. Анализ этой динамики позволяет по-новому оценить роль «массовой культуры» и предложить более адекватное описание современных социокультурных процессов новейшего времени.

### Список литературы

1. Аблеев, С. Р. Экзистенциальные характеристики массовой культуры постиндустриального общества / С. Р. Аблеев, С. И. Кузьминская // Вестник Московского университета МВД России. — 2016. — № 6. — С. 218–221.
2. Адорно, Т. В. Диалектика Просвещения. Философские фрагменты / Т. В. Адорно, М. Хоркхаймер. — Санкт-Петербург : Медиум, Ювента, 1997. — 312 с.
3. Альтюссер, Л. Идеология и идеологические аппараты государства // Л. Альтюссер // Неприкованный запас. — 2011. — № 3 (77). — С. 159–175.
4. Арендт, Х. Истоки тоталитаризма / Х. Арендт. — Москва : ЦентрКом, 1996. — 704 с.
5. Арефьев, М. А. Массовая культура как доминантная культура глобализирующегося общества / М. А. Арефьев, А. Г. Давыденкова // Труды СПБГИК. — 2015. — Т. 206. — С. 190–196.
6. Богданова, К. В. Англоязычный дискурс ролевых видеоигр: интертекстуальный аспект / К. В. Богданова // Rhema. Рема. — 2017. — № 2. — С. 27–40.
7. Бодрийяр, Ж. Симулякры и симуляции / Ж. Бодрийяр. — Москва : Постум, 2017. — 240 с.
8. Гершкович, З. И. Парадоксы «массовой культуры» и современная идеологическая борьба / З. И. Гершкович. — Москва : Знание, 2003. — 66 с.
9. Гиниятова, Е. В. Современные социально-ориентированные практики и конструирование идентичности: области взаимодействия / Е. В. Гиниятова // Векторы благополучия: экономика и социум. — 2019. — № 4 (35). — С.101–103.
10. Глазычев, В.Л. Проблема массовой культуры / В. Л Глазычев // Вопросы философии. — 1970. — №12. — С. 14–22.
11. Иванов, Д. И. Глэм-капитализм. Мир брендов, трендов и трэша / Д. И. Иванов. — Москва : Страта, 2015. — 138 с.
12. Иваненкова, А. С. Массовая культура: сущность и основные черты / А. С. Иваненкова // Ученые записки Санкт-Петербургского имени В. Б. Бобкова филиала Российской таможенной академии. — 2007. — № 3 (29). — С. 167–179.

13. Кондаков, И. В. Русский масскульт: от барокко к постмодерну : монография / И. В. Кондаков. — Санкт-Петербург : Центр гуманитарных инициатив, 2018. — 544 с.
14. Костина, А. В. Три культуры — три функциональные системы жизнедеятельности / А. В. Костина, А. Я. Флиер // Вестник Челябинской государственной академии культуры и искусств. — 2009. — Т. 18, № 2. — С. 23–36.
15. Купина, Н. А. Массовая литература сегодня : учеб. пособие / Н. А. Купина, М. А. Литовская, Н. А. Николина. — Москва : Флинта, 2009. — 424 с.
16. Литвинцева, Г. Ю. Дихотомия массовой и элитарной культуры в эпоху модерна / Г. Ю. Литвинцева // Известия вузов. Серия «Гуманитарные науки». — 2015. — Т. 6, № (1). — С. 30–33.
17. Маклюэн, М. Галактика Гутенберга: Сотворение человека печатной культуры / М. Маклюэн. — Киев : Ника Центр, 2003. — 432 с.
18. Мангейм, К. Структурный анализ эпистемологии / К. Мангейм. — Москва : ИНИОН, 1992. — 38 с.
19. Ортега-и-Гассет, Х. Избранные труды / Х. Ортега-и-Гассет. — Москва : Весь Мир, 1997. — 704 с.
20. Ритцер, Дж. Макдональдизация общества / Дж. Ритцер. — Москва : Практис, 2011. — 592 с.
21. Самиева, Д. К. Роль русской литературы в жизни общества / Д. К. Самиева // Oriental renaissance: Innovative, educational, natural and social sciences. — 2024. — № 4 (01). — С. 124–126.
22. Сибрук, Д. Nobrow. Культура маркетинга. Маркетинг культуры / Д. Сибрук. — Москва : Ad Marginem, 2024. — 240 с.
23. Пронькина А. В. Массовая культура как культурологическая категория / А. В Пронькина // Вестник Рязанского государственного университета им. С. А. Есенина. — 2012. — № 34. — С. 1–12.
24. Тоффлер, Э. Демассификация средств массовой информации / Э. Тоффлер // Третья волна. — Москва : ACT, 2004. — 781 с.
25. Федченко, С. С. Противоречия использования термина масса и его синонимов в трудах теоретиков массового общества / С. С. Федченко // Ученые записки Казанского университета. Серия Гуманитарные науки. — 2014. — № 1. — С. 184–191.
26. Фромм, Э. Иметь или быть? / Э. Фромм. — Москва : Эксклузивная классика, 2024. — 320 с.
27. Шапинская, Е. Н. Очерки популярной культуры / Е. Н. Шапинская. — Москва : Академ. Проект, 2008. — 112–119 с
28. Эко, У. Заметки на полях «Имени розы» / У. Эко. — Москва : Corpus : Астрель, 2011. — 160 с.
29. Bell, D. The End of Ideology: On the Exhaustion of Political Ideas in the Fifties / D. Bell — Harvard University Press, 2000. — 501 p.
30. Booth, P. Watching Doctor Who: Fan Reception and Evaluation (with Craig Owen Jones) / P. Booth. — London : Bloomsbury Academic, 2020.
31. Clark, M. D. To Tweet Our Own Cause: A Mixed-Methods Study of the Online Phenomenon “Black Twitter” / M. D. Clark. — University of North Carolina at Chapel Hill Graduate School, 2021.
32. Horkheimer, M. Neue Kunst und Massenkultu/ M. Horkheimer. — Frankfurt : Fischer, 1988. — P. 435.
33. How to Watch Television / ed. J. Mittell, E. Thompson. — 2nd edition. — New York : New York University Press, 2020.

- 
34. Hall, S. The Meaning of New Times / S. Hall // Critical Dialogues in Cultural Studies / ed. Kuan-Sin Chen, David Morley. — London : Routledge, 1996. — Pp. 222–236.
35. Mac Robbie, A. Looking Back at New Times and Its Critics// Stuart Hall's book Critical Dialogues in Cultural Studies / ed. by Kuan Xing Chen, David Morley. — London : Rutledge, 1996. — Pp. 237–261.

Получено 05.06.2025

## References

1. Ableev S. R., Kuzminskaya S. I. 2016. Existential characteristics of the mass culture of post-industrial society. *Vestnik Moskovskogo universiteta MVD Rossii [Bulletin of the Moscow University of the Ministry of Internal Affairs of Russia]*. No 6: 218–221. (In Russ.).
2. Adorno T. V., Horkheimer M. 1997. Dialectics of Enlightenment. Philosophical fragment. St. Petersburg: Medium, Juventus. 312 p. (In Russ.).
3. Althusser L. 2011. Ideology and ideological apparatuses of the state. *Neprikosnovennyi zapas [Inviolable reserve]*. No 3 (77): 159–175. (In Russ.).
4. Arendt H. 1996. Istoki totalitarizma [The origins of totalitarianism]. Moscow: Tsentrkom, 704 p. (In Russ.).
5. Arefyev M. A., Davydenkova A. G. 2015. Mass culture as the dominant culture of a globalizing society. *Trudy SPBGIK [Proceedings of SPBGIK]*. Vol. 206: 190–196. (In Russ.).
6. Bogdanova K. V. 2017. English-speaking discourse of role-playing games: an instrumental review. *Rhema*. No 2: 27–40. (In Russ.).
7. Baudrillard J. 2017. Simulyakry i simulyatsii [Simulacra and simulations]. Moscow: Postum. 240 p. (In Russ.).
8. Gerkovich, Z. I. 2003. Paradoksy «massovoi kul'tury» i sovremennaya ideologicheskaya bor'ba [The paradoxes of “Mass culture” and modern ideological science]. Moscow: Znanie. 66 p. (In Russ.).
9. Giniyatova E. V. 2019. Modern socially oriented practices and identity construction: areas of interaction. *Vektory blagopoluchiya: ekonomika i sotsium [Vectors of well-being: economics and society]*. No 4 (35): 101–103. (In Russ.).
10. Glazychev V. L. 1970. The problem of mass culture. *Voprosy filosofii [Questions of philosophy]*. No 12: 14–22. (In Russ.).
11. Ivanov D. I. 2015. Glam-kapitalizm. Mir brendov, trendov i tresha [Glam-capitalism. The world of brands, trends and trash]. Moscow: Strata. 138 p. (In Russ.).
12. Ivanenkova A. S. 2007. Mass culture: the essence and main features. *Uchenye zapiski Sankt-Peterburgskogo imeni V. B. Bobkova filiala Rossiiskoi tamozhennoi akademii [Scientific notes of the St. Petersburg named after V. B. Bobkov branch of the Russian Customs Academy]*. No 3 (29): 167–179. (In Russ.).
13. Kondakov I. V. 2018. Russkii masskul't: ot barokko k postmodernu [Russian mass culture: from Baroque to postmodern]. St. Petersburg: Center for Humanitarian Initiatives. 544 p. (In Russ.).
14. Kostina A. V., Flier A. Ya. 2009. Three cultures – three functional systems of vital activity. *Vestnik Chelyabinskoi gosudarstvennoi akademii kul'tury i iskusstv [Bulletin of the Chelyabinsk State Academy of Culture and Arts]*. Vol. 18, No 2: 23–36. (In Russ.).
15. Kupina N. A., Litovskaya M. A., Nikolina N. A. 2009. Massovaya literatura segodnya [Mass literature today]. Moscow: Ilina. 424 p. (In Russ.).
16. Litvinseva G. Yu. 2015. The dichotomy of mass and elite culture in the Modern era. *Izvestiya vuzov. Seriya «Gumanitarnye nauki» [Izvestiya vuzov. Series «Humanities»]*. Vol. 6, No (1): 30–33. (In Russ.).
17. McLuhan M. 2003. Galaktika Guttenberga: Sotvorenie cheloveka pechatnoi kul'tury [The Gutenberg Galaxy: The creation of human print culture]. Kiev: Nika Center, — 432 p. (In Russ.).
18. Mannheim K. 1992. Strukturnyi analiz epistemologii [The structural analysis of epistemology]. Moscow: INION. 38 p. (In Russ.).
19. Ortega-i-Gasset X. 1997. Izbrannye trudy [Selected works]. Moscow: The Whole World. 704 p. (In Russ.).

20. Ritzer D. 2011. Makdonal'dizatsiya obshchestva [McDonaldization of society]. Moscow: Praxis Publishing and Consulting Group. 592 p. (In Russ.).
21. Samieva D. K. 2024. The role of Russian literature in the life of society. *Oriental renaissance: Innovative, educational, natural and social sciences [The Eastern Renaissance: innovative, educational, natural and social sciences]*. No 4 (01): 124–126. (In Russ.).
22. Seabrook D. 2024. Nobrow. Kul'tura marketinga. Marketing kul'tury [Nobrow. Marketing culture. Market of culture]. Moscow: Ad Marginem. 240 p. (In Russ.).
23. Pronkina A. V. 2012. Mass culture as a cultural category. *Vestnik Ryazanskogo gosudarstvennogo universiteta im. S. A. Esenina [Bulletin of Ryazan State University named after S. A. Yesenin]*. No 34: 1–12. (In Russ.).
24. Toffler E. 2004. Demassification of mass media. *Tret'ya volna [The Third wave]*. Moscow: AST, 781 p. (In Russ.).
25. Fedchenko S. S. 2014. Contradictions in the use of the term mass and its synonyms in the works of theorists of mass society. *Uchenye zapiski Kazanskogo universiteta. Seriya Gumanitarnye nauki [Scientific notes of Kazan University. The Humanities series]*. No 1: 184–191. (In Russ.).
26. Fromm E. 2024. Imet' ili byt'? [To have or to be?]. Moscow: Exclusive classics. 320 p. (In Russ.).
27. Shapinskaya E. H. 2008. Ocherki populyarnoi kul'tury [Essays on popular culture]. Moscow: Academic project. Pp. 112–119. (In Russ.).
28. Eko U. 2011. Zametki na polyakh «Imeni rozy» [Notes on the margins of “The name of the Rose”]. Moscow: Corpus, Astrel. 160 p. (In Russ.).
29. Bell D. 2000. The End of Ideology: On the Exhaustion of Political Ideas in the Fifties. Harvard University Press. 501 p.
30. Booth P. 2020. Watching Doctor Who: Fan Reception and Evaluation (with Craig Owen Jones). London: Bloomsbury Academic.
31. Clark M. D. 2021. To Tweet Our Own Cause: A Mixed-Methods Study of the Online Phenomenon “Black Twitter”. Graduate School of the University of North Carolina at Chapel Hill.
32. Horkheimer, M. New Art and Mass Culture / M. Horkheimer. — Frankfurt : Fischer, 1988. — 435 p.
33. How to Watch Television. 2020. 2nd ed. New York: New York University Press.
34. Hall S. 1996. The meaning of Modern Times. *Critical Dialogues in Cultural Studies*. London: Routledge, P. 222–236.
35. Mac Robbie A. 1996. Looking back at Modern Times and its Critics. *Stuart Hall's book Critical Dialogues in Cultural Studies*. London: Rutledge. Pp. 237–261.

Received 05.06.2025