

Научная статья  
УДК 130.2(4/9)  
DOI: 10.17213/2075-2067-2024-2-240-248

## РАЗВИТИЕ ПРЕДСТАВЛЕНИЙ О МАССОВОЙ КУЛЬТУРЕ В ЗАРУБЕЖНОЙ ТРАДИЦИИ

Инна Сергеевна Якунина<sup>1</sup>✉, Ирина Александровна Тищенко<sup>2</sup>,  
Юлия Геннадьевна Тищенко<sup>3</sup>

<sup>1,2</sup>Шахтинский автодорожный институт (филиал),  
Южно-Российский государственный политехнический университет (НПИ)  
имени М. И. Платова, Шахты, Россия

<sup>3</sup>Ростовский государственный медицинский университет, Ростов-на-Дону, Россия

<sup>1</sup>[babushka30@yandex.ru](mailto:babushka30@yandex.ru)✉, ORCID: 0000-0003-2259-1932, AuthorID РИНЦ: 1085471

<sup>2</sup>[lingvan@yandex.ru](mailto:lingvan@yandex.ru), ORCID: 0000-0003-1147-7245,

WoS Research ID: ABG-6573-2020, Scopus ID: 57222245489

<sup>3</sup>[yuliatiss@yandex.ru](mailto:yuliatiss@yandex.ru), ORCID: 0000-0001-5948-0692

**Аннотация.** Цель исследования состоит в рассмотрении подходов к анализу массовой культуры для более осмысленного понимания особенностей функционирования данного феномена в современном обществе.

**Методологией исследования** являются различные подходы к рассмотрению массовой культуры, представленные в трудах А. Шопенгауэра, Ф. Ницше, Г. Лебона, Г. Тарда, З. Фрейда, К. Ясперса, Х. Ортега-и-Гассета, К. Маннхейма, Э. Тоффлера, Ж. Бодрийяра, в которых изучаются особенности и функции массовой культуры, ее влияние на личность. Анализ феномена массовой культуры осуществляется на основе принципов системности и диалектики.

**Результаты исследования.** Проанализировав существующие подходы к рассмотрению массовой культуры, авторы делают вывод о том, что, несмотря на усложнение общества и появление разнообразных культурных форм, массовая продолжает доминировать. Тем не менее в связи с технологическими и социокультурными изменениями, трансформацией системы ценностных ориентаций возникает тенденция персонализации культуры, связанная с субъективизацией социальных процессов, изменением мотивации и характера потребления, стремлением к обретению идентичности. Массовая культура подстраивается под все более усложняющиеся потребности аудитории, предлагая ей престижные и индивидуализированные продукты. Элитарная культура перестает существовать как недоступная масса, а выступает в роли эталона и культурного образца.

**Перспективой исследования** является дальнейшее изучение массовой культуры в силу динамичности ее развития, а также особенностей функционирования данного феномена в условиях современной российской действительности.

**Ключевые слова:** массовая культура, элитарная культура, массы, индустриализация, массовое общество, постиндустриальное общество, идентичность

**Для цитирования:** Якунина И. С., Тищенко И. А., Тищенко Ю. Г. Развитие представлений о массовой культуре в зарубежной традиции // Вестник Южно-Российского государственного технического университета. Серия: Социально-экономические науки. 2024. Т. 17, № 2. С. 240–248. <http://dx.doi.org/10.17213/2075-2067-2024-2-240-248>.

Original article

## THE DEVELOPMENT OF IDEAS ABOUT MASS CULTURE IN THE FOREIGN SCIENTIFIC TRADITION

Inna S. Yakunina<sup>1✉</sup>, Irina A. Tishchenko<sup>2</sup>, Yulia G. Tishchenko<sup>3</sup>

<sup>1,2</sup>Shakhty Road Institute (branch),  
Platov South Russian State Polytechnic University (NPI), Shakhty, Russia

<sup>3</sup>Rostov State Medical University, Rostov-on-Don, Russia

<sup>1</sup>[babushka30@yandex.ru](mailto:babushka30@yandex.ru)✉, ORCID: 0000-0003-2259-1932, AuthorID RSCI: 1085471

<sup>2</sup>[lingvan@yandex.ru](mailto:lingvan@yandex.ru), ORCID: 0000-0003-1147-7245,

WoS Research ID: ABG-6573-2020, Scopus ID: 57222245489

<sup>3</sup>[yuliatiss@yandex.ru](mailto:yuliatiss@yandex.ru), ORCID: 0000-0001-5948-0692

**Abstract.** *The purpose of the study is to consider approaches to the analysis of mass culture for a more meaningful understanding of the functioning of this phenomenon in modern society.*

**The methodology of the research** is various approaches to the consideration of mass culture, presented in the works of A. Schopenhauer, F. Nietzsche, G. Lebon, G. Tarde, Z. Freud, K. Jaspers, H. Ortega y Gasset, K. Mannheim, E. Toffler, J. Baudrillard, which study the features and functions of mass culture, its influence on personality. The analysis of the phenomenon of mass culture is carried out on the basis of the principles of consistency and dialectics.

**The results of the study.** Having analyzed the existing approaches to the consideration of the phenomenon of mass culture, the authors conclude that, despite the complexity of society and the emergence of various cultural forms, mass culture continues to dominate. Nevertheless, due to technological and socio-cultural changes, the transformation of the system of value orientations, there is a tendency to personalize culture associated with the subjectivization of social processes, changes in motivation and the nature of consumption, the desire to acquire identity. Mass culture adapts to the increasingly complex needs of the audience, offering them prestigious and individualized products. Elite culture ceases to exist as inaccessible to the masses, but acts as a standard and cultural model.

**The prospect of the research** is the further study of mass culture due to the dynamism of its development, as well as the peculiarities of the functioning of this phenomenon in the conditions of modern Russian reality.

**Keywords:** mass culture, elite culture, masses, industrialization, mass society, post-industrial society, identity

**For citation:** Yakunina I. S., Tishchenko I. A., Tishchenko Yu. G. The development of ideas about mass culture in the foreign scientific tradition // Bulletin of the South Russian State Technical University. Series: Socio-economic Sciences. 2024; 17(2): 240–248. (In Russ.). <http://dx.doi.org/10.17213/2075-2067-2024-2-240-248>.

**Введение.** Массовая культура представляет собой особый тип культуры, который возникает в эпоху индустриализации в условиях становления массового общества и особое значение приобретает в технологически развитом постиндустриальном обществе. Предпосылками возникновения массовой

культуры выступили становление индустриальной экономики, опирающейся на конвейерное производство, интенсивное развитие технологий, распространение средств массовой коммуникации. Все эти процессы сопровождались урбанизацией, разрушением прежних социальных целостностей, форми-

рованием новой картины мира, ценностных установок, поиском идентичности.

Массовая культура формировалась в ситуации разрушения традиционной структуры доиндустриального общества. Усилившаяся социальная дезориентация актуализировала необходимость выработки новых ценностных ориентиров, стандартов жизнедеятельности. Ценностно-ориентационную функцию взяла на себя доминирующая массовая культура, распространяя стереотипы общественной и индивидуальной активности, выступая механизмом социализации, способствуя самоопределению личности.

В результате разложения сословного устройства общества произошло значительное усложнение социальной структуры, выделение различных групп и слоев, перемещение между которыми происходило достаточно свободно. Некогда привычный жизненный уклад сменяется непредсказуемым и хаотичным. В результате интенсификации всех социокультурных процессов, ускорения темпа жизни, омасовления различных форм человеческой деятельности наступает эра массового общества и выдвижение человека массы. Для этого типа общества характерен ряд негативных тенденций, связанных с разрушением этнической, религиозной, культурной идентичности личности, стиранием мировоззренческих основ ее самоопределения. В результате омасовления культуры намечается тенденция упрощения культурных практик [8].

Массовизация зачастую сопровождается отходом на второй план таких черт личности, как компетентность и образованность. Устойчивые и всем понятные критерии, которые необходимы для продвижения в условиях массового общества, не действуют. Оно предъявляет к индивиду совсем иные требования, делает необходимыми для достижения успеха коммуникабельность, уверенность в себе, умение адаптироваться к быстро меняющимся условиям, относительность моральных качеств и т.д.

Тем не менее процесс становления массового общества сопровождался и положительными тенденциями, связанными с либерализацией, установлением равенства прав, свободным самоопределением личности в выборе места жительства, сферы деятельности, правом каждого самостоятельно вы-

бирать образ мыслей и действий. Таким образом, «восстание масс» представляет собой следствие осознания людьми открывшихся перед ними возможностей осуществления своих желаний и реализации планов.

Несмотря на кажущуюся простоту и достаточную освещенность в научной литературе, феномен массовой культуры является довольно противоречивым и малоосмысленным. Тем самым вполне очевидно, что рассмотрение специфики данной культурной формы, а также следствий ее влияния на личность предполагает прежде всего анализ тенденций развития представлений о данном явлении.

**Рассмотрение феномена массовой культуры в научном дискурсе: от выделения психологических черт представителей массы до экономических и социально-культурных аспектов информационного общества.** Одним из первых попытку изучения сущности зарождающегося типа культуры предпринял И.Г. Гердер. В своей работе «Идеи к философии истории человечества» он делит культуру на 2 типа: «культуру ученых» и «культуру народа» [2]. Призвание первой состоит в производстве, сохранении и передаче научного знания, а также обучении тех, кто самостоятельно к этому не способен. «Культура народа» отличается простотой, которая делает ее доступной для постижения всех слоев общества.

Анализ отличий массовой культуры от элитарной содержится во взглядах А. Шопенгауэра и Ф. Ницше. Первый в своем труде «Мир как воля и представление» рассматривает деление общества на «людей пользы», занятых преимущественно производительным трудом практической направленности, и «людей гения», которые обладают уникальной возможностью творческого преобразования действительности [12]. Ф. Ницше в своих работах «Человеческое, слишком человеческое», «Так говорил Заратустра» и др. описывал идеальный тип личности, «сверхчеловека», наделенного способностью эстетического восприятия и творчества [5; 6]. По мнению Ницше, для человека очень важно умение сохранять дистанцию между собственной личностью и обществом, оставаться одиноким. Это одиночество необходимо для того, чтобы не раствориться в потоке соци-

альных процессов и не утратить собственное «Я». Рассуждая об одиночестве, Ф. Ницше отмечает важность понимания собственных, а не навязанных извне массовой культурой желаний, вопреки «стадному чувству» [6].

Ницше, несмотря на сарказм, свойственный его форме изложения мыслей, точно уловил суть человека массы. С его точки зрения, это личность, обладающая заурядной душой, находящаяся в состоянии интеллектуальной и духовной дремоты, при этом не желающая делать ничего, кроме того, что приносит ей удовольствие. «Горе! Приближается время, когда человек не родит больше звезды. Горе! Приближается время самого презренного человека, который уже не может презирать самого себя... Земля стала маленькой, и по ней прыгает последний человек, делающий все маленьким... Нет пастуха, одно лишь стадо» [6, с. 13–17].

На рубеже XIX–XX веков выстраивается теоретическая дискуссия вокруг категорий «массового» и «массы», которая выражает негативное отношение к новому социально-психологическому феномену. Наиболее полно проблема психологии масс рассматривается в трудах Г. Лебона и Г. Тарда. В своих работах «Психология народов и масс» и «Публика и толпа» мыслители анализируют «массу» и ее первичную форму «толпу» как ранее не существовавший социальный субъект, обладающий такими чертами, как внушаемость, анонимность, размывание чувства ответственности, преобладание эмоционального над рациональным, нескритичность к восприятию информации, нетерпимость к инакомыслию, сужение многообразия восприятия мира до бинарных оппозиций (свой-чужие, хорошее-плохое) [3].

Лебон, изучая специфику толпы, подчеркивает, что ее психологические особенности совсем не совпадают с индивидуальными чертами каждого отдельно взятого человека. Люди, объединяясь в толпу, формируют совершенно новый социальный субъект, некую «коллективную душу», которая действует под влиянием случайных факторов либо неких возбудителей. Впрочем, Лебон не рассуждает о причинах возникновения толпы, сосредоточившись на анализе ее характерных черт. В силу осознания многочисленности толпы, ее анонимности индивид испытывает чув-

ство, толкающее его на такие поступки, которые он никогда не совершил бы в одиночку. В толпе все эмоции крайне заразительны, стремительно распространяются, заставляя индивида поступать в соответствии с ними, часто даже вопреки собственным интересам. В качестве одной из особенностей толпы Лебон выделяет восприимчивость к внушению, которая схожа с гипнотическим воздействием, когда человеческие поступки, чувства и мысли направляются чьей-то невидимой волей. Лебон невысоко оценивает интеллектуальные возможности толпы, отмечая, что она способна действовать в соответствии с привычными образами и чувствами, не требующими сложных умозаключений. Мыслитель также подвергает анализу идеи, которые могут вдохновить толпу, отмечая их консервативность, простоту, образность, восприимчивость к оборотам речи, умелое использование которых может сделать их автором кумиром и лидером. Лебон отмечает, что верховенство толп обладает разрушительной силой и является показателем периода варварства в развитии цивилизации.

Тард в основном разделяет выводы Лебона, выделяя такие черты толп, как склонность впадать в крайности, отсутствие чувства меры, нетерпимость и безнаказанность. Однако, он гораздо более снисходителен к толпам, акцентируя, что они могут быть для общества полезны, объединяя людей, способствуя формированию у них чувства солидарности, например, во время праздничных массовых гуляний и т.д.

Помимо Лебона и Тарда изучением психологии масс также занимался З. Фрейд. В своем известном труде «Психология масс и анализ человеческого Я» он сосредоточился на анализе особенностей поведения людей в составе массы, отмечая вслед за своими предшественниками, что человек, ставший участником такого рода объединения, начинает вести себя совершенно иначе, подчас прямо противоположно своей обычной манере поведения [10]. Людей, объединившихся в массу, с точки зрения Фрейда, связывает общее чувство единения и симпатии друг к другу. Инструмент подобной душевной солидарности связан с действием следующих факторов: наличием у данной толпы определенно-го престижа и авторитета, общего вождя либо

кумира и значимой идеи, разделяемой всеми. Чувство ответственности, роль всеобщего цензора и морального ориентира переносятся на вождя. Индивид, находясь в массе, может расслабиться и подчиниться ее устремлениям, находя в этом для себя удовольствие. Человек массы отказывается от самокритики, основанной на общекультурных ценностях и общественной морали, подчиняясь критике толпы, «совершенно очевидна опасность массе противоречить, и можно себя обезопасить, следуя окружающему тебя примеру, то есть иной раз даже “по-волчьему воя”» [11, с. 199]. В функционировании массы Фрейд выделяет такие ее проявления, как равенство всех ее членов, кроме вождя, и чувство социальной справедливости, общий корпоративный дух, который проявляется в равенстве, отсутствии стремления к выдвиганию, и равное владение имуществом.

В интервале конца XVIII начала XX века массовые общественные явления становятся все более отчетливыми, поставив перед мыслителями проблему их анализа как специфического коллективного единства и субъекта социального действия. Индустриализация, массовое производство радикально изменили повседневную жизнь людей, которая, как отмечал К. Ясперс, «превратила все существование в действие некоего технического механизма, всю планету — в единую фабрику» [13, с. 50]. Все, произведенное на этой фабрике, носит массовый характер, включая и человеческую «продукцию». Личность, формируясь под воздействием массового образования и направленных потоков информации, деиндивидуализируется, утрачивает свои уникальные черты, она обречена на анонимное существование, тем не менее представляя идеальную частицу массового общества.

Представителем этико-эстетического направления в описании массового общества является Х. Ортега-и-Гассет, который с тревогой описывал нарастание массовизированного типа личности, ориентированного на потребление [7]. Человек массы может быть представителем любого социального слоя — это средний индивид, который абсолютно посредственен, бездумно усваивает любую информацию, его отличают пассивность, полуобразованность, самодовольство. Автор подчеркивал, что в индустриальном

обществе происходит деление «... на два класса: на тех, кто требует от себя многого и сам на себя взваливает тяготы и обязательства, и на тех, кто не требует ничего и для кого жить — это плыть по течению, оставаясь таким, какой ни на есть, и не силясь перерасти себя» [7, с. 322]. Несмотря на это, представитель массы не хочет быть управляемым со стороны элитарного меньшинства, а, напротив, стремится вытеснить его из всех традиционных для него областей — культуры и политики, что влечет за собой снижение нравственности, духовную деградацию, падение общего уровня культуры. Ортега-и-Гассет отмечает два проявления человека массы: количественное и качественное. Количественное проявление заключается в росте численности населения, который наблюдается в XX веке, выдвигая массу как социальный субъект на авансцену мировой истории. В качественном отношении изменения происходят в духовном и культурном самоопределении человека массы, для которого характерными являются безответственность и неблагодарность. Неблагодарность проявляется в потребительском отношении к цивилизации, которая обеспечивает его существование. Желания и потребности человека этого типа имеют тенденцию к неумолимому росту. «Человек массы считает, что та цивилизация, которую он видит и использует со дня рождения, так же первозданна и самородна, как Природа, и тем самым становится в положение дикаря» [7, с. 322].

Традицию рассмотрения массовой культуры, заложенную Х. Ортегой-и-Гассетом, продолжил К. Манхейм, который следствием установления массовой культуры в качестве доминирующей видел возможность смены политического строя и установления различных форм тоталитаризма. Рассматривая проявления массовой культуры, он выделил два вида иррациональности: «позитивную» иррациональность, которая проявляется в спортивных состязаниях и праздниках, и «негативную», проникающую в те сферы, которые нуждаются в рациональном управлении, в том числе и политику. Этот процесс он называл «негативной демократизацией» [4, с. 144–145].

Сам термин «массовая культура» и попытка его дефиниции впервые встречается

в работах М. Хоркхаймера в начале 40-х годов в эпоху индустриально развитого общества. В этот период акцент исследования смещается с рассмотрения психологических черт представителей массы на экономические аспекты развития общества, а массовая культура рассматривается как коммерческая [14].

В различных концепциях постиндустриальный тип общества изучается как детерминированный прежде всего не экономическими, а социальными и культурными факторами, в котором происходят изменения и в сфере культуры, предполагающие возможность конвергенции культуры массовой и элитарной. Подчеркивается, что массовая культура выполняет компенсаторную и рекреационную функции, способствует снятию социального напряжения, уравнивая возможности и выступая признаком демократизации. Элитарная же культура начинает восприниматься не как закрытая культурная форма, чуждая широким слоям общественности, а как эталон, ценность которого в сознании людей высока. Таким образом, личность в таком типе общества не ограничена узкими рамками примитивной формы культуры и не отчуждена от высокой в силу ее недоступности, а имеет возможность выбора. Как раз эти явления Э. Тоффлер обозначил как индивидуализацию личности и демассификацию культуры [9].

В концепциях постиндустриального и информационного общества большое значение придается информации и знаниям, которые становятся основными факторами производства. Подчеркивается, что в обществе такого типа происходит интеграция новейших информационных технологий и социального порядка, изменения происходят и в сфере самоидентификации личности. Человек больше не рассматривается как частица безличной «массы», он более самостоятелен, критически анализирует информацию, менее подвержен манипулированию.

Стоит отметить, что в концепциях постиндустриального общества современные информационные технологии рассматриваются преимущественно как часть «индустрии развлечений», они функционируют в сферах стандартизированного мышления по законам масскульты, основная цель которого состоит в достижении коммерческого успеха.

Информация, поступающая от средств массовой коммуникации, часто лишена смысла и имитирует его, либо искажает, создавая иллюзорную гиперреальность. Эта проблема была осмыслена в исследованиях одного из теоретиков постмодернизма Ж. Бодрийера. Характеризуя современное состояние общества, Бодрийер отмечал, что ценности предшествующих стадий развития растворяются в новой социальной организации, универсальным признаком которой выступает повсеместное распространение «симулякров». «Симулякр» в концепции исследователя представляет собой некую социокультурную реальность, обладающую неподлинным, иллюзорным смыслом. При этом для нынешней фазы, регулируемой кодом, господствующим типом «симулякра» выступает «симуляция». Согласно воззрениям исследователя, массовая культура создает некое виртуальное пространство, способное имитировать константную действительность посредством «симулякров» и «гиперреального». Подобный процесс копирования мира необходим для его восприятия. «Сегодня же вся бытовая, политическая, социальная, историческая, экономическая и т.п. реальность изначально включает в себя симулятивный аспект гиперреализма: мы повсюду уже живем в “эстетической” галлюцинации реальности» [1, с. 256]. Согласно Бодрийеру, эпоха постмодернизма представляет собой эпоху нарастающей симуляции, где «симулякр» — это модель объекта, который в действительности не существует или давно забыт или утрачен, грань между знаками и реальностью постепенно стирается. В качестве универсальных признаков «симулякров» исследователь выделяет скрытость истинных мотивов симуляции и ее универсальность, проникновение во все сферы общества.

Массовая культура создает не совпадающие с реальными явлениями подобия и формирует на их основе мировосприятие человека. Таким образом, современная культура рассматривается как продуцирующая «симулякры» истории, природы, общественного мнения, политики, социальности, где означенное реальность с реальностью как таковой не соотносится.

**Заключение.** На нынешнем этапе развития в силу существенного усложнения обще-

ства и появления разнообразных культурных форм тем не менее можно констатировать доминирование массовой культуры, для которой характерны определенная заданность культурных объектов, их широкая тиражируемость и массовое потребление. Она ориентируется на повседневность и связана с такими моделями поведения, как достижение успеха любыми средствами, стремление к комфорту и т.д. Так или иначе недооценивать эту форму культуры невозможно в силу того, что ее носителем выступает большая часть общества.

Помимо этого, в информационном обществе складывается новая система ценностей, обусловленная технологическими изменениями, выдвиганием ценностей знания и информации, которые становятся основными факторами производства. С другой стороны, ценностные ориентации предопределены и соответствующими социокультурными установками, связанными с субъективизацией социальных процессов, трансформацией мотивации и характера потребления, которые ведут к демассификации и индивидуализации. Важной особенностью ценностей становится их символическая природа, основанная на статусных аспектах, в то же время существенной чертой обмена выступает не экономический, а символический характер.

Можно говорить о тенденции персонализации культуры, связанной с утратой личностью черт «массового индивида», стремлением к самовыражению и обретению идентичности. В условиях совершенствующихся технологий и повышения уровня жизни массовая культура подстраивается под все более дифференцирующиеся потребности аудитории, предлагая ей разнообразные, престижные и глубоко индивидуализированные продукты.

Таким образом, специфика потребляемой культуры становится иной: массовая продолжает существовать как универсальная форма, выполняющая развлекательную и компенсаторную функции с ориентацией на персонализацию запросов аудитории. В то же время элитарная культура перестает существовать как закрытая и недоступная массам, но, напротив, выступающая в роли эталона и культурного образца. Более целесообразным представляется установление диалога между данными видами культуры — это могло бы способствовать взаимообогащению, пре-

одолению негативных проявлений массовой культуры и развитию культуры в целом.

### Список источников

1. Бодрийяр Ж. Символический обмен и смерть. М.: Добросвет, 2000. 387 с.
2. Гердер И.Г. Идеи к истории философии человечества. М.: Наука, 1977. 703 с.
3. Лебон Г., Тард Г. Психология толп. Мнение и толпа. М.: Институт психологии РАН, КСП+, 1998. 416 с.
4. Манхейм К. Диагноз нашего времени. Очерки военного времени, написанные социологом. М.: ИНИОН, 1992. 254 с.
5. Ницше Ф. Сочинения в 2-х тт. Т. 1. М.: Мысль, 1990. 830 с.
6. Ницше Ф. Сочинения в 2-х тт. Т. 2. М.: Мысль, 1990. 829 с.
7. Ортега-и-Гассет Х. Восстание масс. М.: АСТ, 2002. 509 с.
8. Пономарев П.А., Тищенко И.А., Якунина И.С. Культурный иммунитет российского общества в научном дискурсе // Вестник ЮРГТУ (НПИ). 2021. №3. С. 270–280.
9. Тоффлер Э. Шок будущего. М.: АСТ, 2002. 557 с.
10. Фрейд З. Психология масс и анализ человеческого Я. М.: Э, 2016. 96 с.
11. Фрейд З. Тотем и табу. Психология первобытной культуры и религии. СПб.: Алетейя, 1997. 222 с.
12. Шопенгауэр А. Мир как воля и представление. Т. 1, 2. М.: Наука, 1993. 672 с.
13. Ясперс К. Истоки истории и ее цель. М.: АН СССР, ИНИОН, 1978. 210 с.
14. Horkheimer M., Adorno T. W. Kulturindustrie. Aufklärung als Massenbetrug. Frankfurt am Main: Fischer Verlag GmbH, 1987. 312 p.

### References

1. Bodrijjar Zh. Simvolicheskiy obmen i smert' [Symbolic exchange and death]. Moscow: Dobrosvet, 2000. 387 p. (In Russ.).
2. Gerder I. G. Idei k istorii filosofii chelovechestva [Ideas for the history of philosophy of mankind]. Moscow: Nauka, 1977. 703 p. (In Russ.).
3. Lebon G., Tard G. Psihologija tolpa. Mnenie i tolpa [Psychology of crowds. Opinion and the crowd]. Moscow: Institut psihologii RAN, KSP+, 1998. 416 p. (In Russ.).

4. Manhejm K. *Diagnoz nashego vremeni. Ocherki voennogo vremeni, napisannye sociologom* [Diagnosis of our time. Wartime essays written by a sociologist]. Moscow: INION, 1992. 254 p. (In Russ.).
5. Nicshe F. *Sochinenija v 2-h tt.* [Works in 2 volumes]. Vol. 1. Moscow: Mysl', 1990. 830 p. (In Russ.).
6. Nicshe F. *Sochinenija v 2-h tt.* [Works in 2 volumes]. Vol. 2. Moscow: Mysl', 1990. 829 p. (In Russ.).
7. Ortega-i-Gasset H. *Vosstanie mass* [The Uprising of the masses]. Moscow: AST, 2002. 509 p. (In Russ.).
8. Ponomarev P.A., Tishhenko I.A., Jakunina I.S. *Kul'turnyj immunitet rossijskogo obshhestva v nauchnom diskurse* [Cultural immunity of the Russian society in scientific discourse]. *Vestnik JuRGPU (NPI)* [Bulletin of the SRSPU] (NPI). 2021; (3): 270–280. (In Russ.).
9. Toffler Je. *Shok budushhego* [Shock of the future]. Moscow: AST, 2002. 557 p. (In Russ.).
10. Frejd Z. *Psihologija mass i analiz chelovecheskogo Ja* [Psychology of the masses and analysis of the human ego]. Moscow: Je, 2016. 96 p. (In Russ.).
11. Frejd Z. *Totem i tabu. Psihologija pervobytnoj kul'tury i religii* [Totem and taboo. The psychology of primitive culture and religion]. Saint Petersburg: Aletejja, 1997. 222 p. (In Russ.).
12. Shopengaujer A. *Mir kak volja i predstavlenie* [The world as will and representation]. Vol. 1, 2. Moscow: Nauka, 1993. 672 p. (In Russ.).
13. Jaspers K. *Istoki istorii i ee cel'* [The origins of history and its purpose]. Moscow: AN SSSR, INION, 1978. 210 p. (In Russ.).
14. Horkheimer M., Adorno T.W. *Kulturindustrie. Aufklärung als Massenbetrug*. Frankfurt am Main: Fischer Verlag GmbH, 1987. 312 p.

*Статья поступила в редакцию 26.02.2024; одобрена после рецензирования 20.03.2024; принята к публикации 12.04.2024.*  
*The article was submitted on 26.02.2024; approved after reviewing on 20.03.2024; accepted for publication on 12.04.2024.*

## ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРАХ



**Якунина Инна Сергеевна** — кандидат социологических наук, доцент кафедры «Экономика и управление» Шахтинского автомобильного института (филиала) Южно-Российского государственного политехнического университета (НПИ) имени М. И. Платова.

Россия, г. Шахты, пл. Ленина, 1

**Inna S. Yakunina** — Candidate of Sociological Sciences, Associate Professor of «Economics and Management» Department, Shakhty Road Institute (branch), Platov South Russian State Polytechnic University (NPI).

1 Lenina sq., Shakhty, Russia



**Тищенко Ирина Александровна** — доцент, кандидат педагогических наук, доцент кафедры «Экономика и управление» Шахтинского автодорожного института (филиала) Южно-Российского государственного политехнического университета (НПИ) имени М. И. Платова.

Россия, г. Шахты, пл. Ленина, 1

**Irina A. Tishchenko** — Associate Professor, Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor of «Economics and Management» Department, Shakhty Road Institute (branch), Platov South Russian State Polytechnic University (NPI).

1 Lenina sq., Shakhty, Russia



**Тищенко Юлия Геннадьевна** — кандидат социологических наук, специалист Учебного управления, Ростовский государственный медицинский университет Министерства здравоохранения Российской Федерации.

Россия, г. Ростов-на-Дону, пер. Нахичеванский, 29

**Yulia G. Tishchenko** — Candidate of Sociological Sciences, Specialist of the Training Department, Rostov State Medical University of the Ministry of health of the Russian Federation.

29 Nakhichevansky str., Rostov-on-Don, Russia

***Вклад авторов:***

***Все авторы сделали эквивалентный вклад в подготовку публикации. Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.***

***Contribution of the authors:***

***The authors contributed equally to this article. The authors declare no conflicts of interests.***