

## МАССОВАЯ КУЛЬТУРА КАК ФАКТОР УНИФИКАЦИИ ОБЩЕСТВЕННОЙ ЖИЗНИ<sup>1</sup>

*Стычинский Максим Сергеевич*, аспирант

Государственный академический университет гуманитарных наук  
119049, Российская Федерация, г. Москва, Мароновский пер, 26  
E-mail: stichinsky@gmail.com

Статья посвящена одному из наиболее актуальных следствий процесса глобализации - феномену массовой культуры. Культурные различия являются одной из наиболее важных причин мировой напряженности и конфликтности. Распространение в глобальных масштабах массовой культуры представляется положительной тенденцией ввиду формирования единой общечеловеческой основы для межкультурного диалога. Феномен массовой культуры таким образом является объективным следствием процессов глобальной интеграции.

**Ключевые слова:** массовая культура, культура потребления, консьюмеризм, глобализация, декультурация, идентичность

### MASS CULTURE IS A FACTOR OF SOCIAL LIFE UNIFICATION

*Stychinsky Maxim S.*, postgraduate student

State academic University of humanitarian Sciences  
26 Maranowski per., Moscow, 119049, Russian Federation  
E-mail: stichinsky@gmail.com

The article covers one of the most actual consequences of the world globalization – a phenomenon of mass culture. Cultural differences are one of the most important causes of global tension and conflicts. Global distribution of mass culture seems a positive trend because single universal basis for intercultural dialogue is forming. Accordingly, the phenomenon of mass culture is objective consequence of the process of global integration.

**Keywords:** mass culture, the culture of consumption, consumerism, globalization, deculturation, identity

Одним из наиболее часто употребляемых в наши дни понятий, наряду с понятием «глобализация», является – «массовая культура», что в свою очередь является следствием наличия между ними тесной взаимосвязи. Во многом это обусловлено тем, что: «Культура, наряду с экономикой, оказалась, пожалуй, одной из самых важных сфер общественной жизни, в которой процессы глобализации проявились не только в первую очередь, но и самым непосредственным образом» [13, с. 172]. В качестве рабочего определения явления массовой культуры, воспользуемся энциклопедией «Глобалистика»: «Массовая культура – ...особый пласт современной культуры, развитие которого связано с усилением процессов интеграции, интенсификации развития средств массовой коммуникации, что способствует распространению стандартизированных культурных форм, норм и образцов, формированию транснациональной культуры» [2, с. 542]. Таким образом, массовая культура, может рассматриваться в качестве своего рода предтечи единой общечеловеческой культуры.

Массовая культура по своей структуре ничем принципиально не отличается от любой другой культуры, исключение здесь составляет лишь ее объект и он же – ее носитель: в данном случае речь идет о больших массах людей, под которыми понимается совокупность деперсонифицированных индивидов. Массовости противопоставляется элитарность, характеризующаяся высокими с точки зрения культурной ценности формами, своей эстетикой и эксклюзивностью, ориентированной на узкую прослойку общества – элиты или другими словами – на аристократию [5]. В условиях XX в. оппозиция между элитой и массами приняла достаточно четкие очертания, разделив тем самым общество как минимум на две части. И если первым приписывается производство культурных форм и образцов, то вторых характеризуют адаптированные под невысокий уровень эстетических потребностей псевдо – культурные продукты, в характерной для данной прослойки среде консьюмеризма. Массовая культура таким образом представляет собой коммерциализированное, поставленное на поток производство (в отличии от творчества) культурных штампов, модных течений и смыслов, которым занимаются «специалисты-ремесленники, нанятые бизнесменами» [13, с. 177].

В силу того, что влияние глобализации осуществляется не избирательно, а происходит комплексно, затрагивая все аспекты общественного устройства, существенные изменения также произошли и в сфере элит. Если раньше представители данного социального класса по

---

<sup>1</sup> Исследование выполнено при финансовой поддержке РГНФ в рамках проекта проведения научных исследований («Международные аспекты культурной политики России в постсоветский период»), проект № 15-23-21002.

большой части представляли собой локальные структуры, то в эпоху глобализации речь все чаще идет о мировых элитах, что в свою очередь подчеркивает наличие тенденций на унификацию и в данном сегменте общества, а также является следствием формирования нового субъекта / объекта (в зависимости от контекста) глобального общества – единого человечества [5].

Несмотря на то, что то и дело звучат высказывания об искусственном характере феномена массовой культуры, навязываемого и проектируемого для масс элитарным меньшинством, на наш взгляд все-таки существуют веские основания для выделения объективного характера появления массовой культуры: известно, что даже семеню для того, чтобы взойти нужна еще и благодатная почва. Поскольку, как уже подчеркивалось ранее, человек не может существовать вне культуры, равно как и любая общность людей, независимо от содержания объединяющих ее в единое целое оснований, также является носителем той или иной культуры, то массовая культура в свою очередь возникает в качестве объективной необходимости в результате оформления в некую целостность общественных масс. В этом отношении обратимся к книге «Метафизика глобализации. Культурно-цивилизационный контекст», в которой А.Н. Чумаков, раскрывая сущность и характер явления массовой культуры, пишет: «... она не является чьим-то изобретением или выдумкой, происками каких-то заинтересованных сил или результатом определенных целенаправленных усилий. Массовая культура – порождение, прежде всего, объективных причин и тенденций, которые заключены в универсальных чертах самой культуры как общечеловеческого, присущего всем странам и народам явления, а также в объективной логике ее развития в условиях становления целостных структур, которые складываются в процессе разворачивающейся многоаспектной глобализации, охватившей теперь уже все без исключения сферы общественной жизни» [13, с. 190].

Размеры социальных групп, на которые распространяется категория «массовости» как правило не подчеркиваются, однако в контексте дискурса о массовой культуре обычно подразумеваются масштабы транснационального характера. Таким образом, можно отметить, что явление массовой культуры становится объектом общественной рефлексии по факту возникновения самой «массы»: «массовая культура возможна только при наличии массового общества и такого же массового человека» [13, с. 190].

В отношении хронологии появления данного явления можно говорить о периоде Нового времени, когда начался процесс расширения экономических, политических, социальных, культурных связей и отношений в планетарных масштабах. «Планетарные масштабы», в этом отношении играют определяющую роль, поскольку напрямую связаны с появлением и формированием нового субъекта – человечества, которое ранее не являлось в полной мере единой системой. Ключевую позицию в этом процессе сыграло появление, распространение и совершенствование средств массовой коммуникации (СМК) и всего информационного пространства в целом, замкнувшего мир в единое коммуникативное пространство: «... глобальное информационное пространство первое условие существования массовой культуры» [11, с. 113]. Можно сказать, что технический прогресс с одной стороны сыграл объединительную роль (выступая одним из основных факторов в ходе разворачивания процессов глобализации XX–XXI вв.), а с другой стороны он же является каналом распространения в масштабах всего человечества единых стандартов (в том числе – культурных). Тесная связь между массовой культурой и техническим прогрессом отмечалась такими исследователями как Ж. Фридман, Х. Ортега-и-Гассет, Б. Розенберг, Т. Элиот, М. Маклюэн и др.

Помимо СМК, большую роль в формировании и распространении массовой культуры по всему миру сыграло развитие транспортных сетей [10], которое было направлено как на увеличение вместимости (перевозимого за единичный рейс): будь то информация (независимо от материального носителя), товары или люди, так и на увеличение скорости передвижения. Важно отметить, что если изначально транспортные перемещения, в особенности на большие расстояния, были делом лишь богатой прослойки населения (зачастую, элиты), то постепенно транспортные сообщения стали доступны и основной массе людей, вплоть до появления у многих личного автотранспорта. Возможность преодолевать большие расстояния, знакомиться с представителями иных культур, не могла не оказать своего влияния на трансформацию традиционных культурных устоев и ценностных ориентиров, а также на выработку неких упрощенных правил взаимоотношений глобальном мире на основе упрощенных, адаптированных под современные реалии единых культурных норм.

Таким образом, научно-технический прогресс привел к тому, что существовавшие в истории человечества границы между различными группами людей (прежде всего – национальные), начали постепенно размываться [12, с. 188], а люди, бывшие некогда, образно говоря, «крепостными» (находящимися в социальных ячейках, отделенных друг от друга), начали образовывать транснациональное массовое общество или иначе – единое человечество, пусть и с

сохранением к настоящему времени национальной государственности. Для иллюстрации сложившейся в мире ситуации можно воспользоваться методом аналогий и представить национальные культуры в виде сообщающихся сосудов, в результате соединения которых автоматически происходит выравнивание общего уровня жидкости. В этом отношении можно сказать, что в любой замкнутой системе, которой на данный момент и является человечество (замкнутость в данном случае обусловлена физическими границами планеты Земля), будут преобладать процессы унификации и уменьшения энтропии.

Безусловно, данные аналогии весьма условны, поскольку иллюстрируют лишь одну сторону происходящих процессов, в то время как на самом деле помимо интеграционных, существуют и процессы локализации, в результате протекания которых можно говорить о сохранении национального культурного колорита. Проиллюстрировать данную ситуацию можно на примере складывающейся в мире языковой картины, которая в свою очередь является частным примером общемировой тенденции: на фоне сохранения локальных языковых систем, все большее распространение получает язык мирового общения, роль которого на данный момент выполняет английский язык.

Массовая культура тесным образом связана с феноменом возникновения общества потребления, под которым в свою очередь подразумевается гипертрофированное и безудержное стремление к удовлетворению возникающих у человека потребностей, занимающее центральное место в системе жизненных ценностей и стремлений индивида. Российский исследователь проблем современности А.Н. Ильин в этом отношении отмечает: «... «умеренного» потребления не бывает. Обществом потребления является то, где не только культивируется желание покупать, но где само потребление является метапотребностью» [3, с. 113]. Формирование и распространение в глобальных масштабах единых культурных стандартов, в том числе и ценностей потребления, в условиях глобализации представляется на наш взгляд позитивной тенденцией: «Потребление стало не национальным, а наднациональным феноменом, а потребности и интересы людей все более становятся однородными и стандартизированными» [4, с. 10]. В этом отношении хочется лишь добавить, что чем больше общего между людьми (в особенности и прежде всего принадлежащих к разным культурам), тем легче им понимать друг друга, вести межкультурный диалог.

Помимо ориентации на объект / субъект в формате человеческих масс, массовая культура несет в себе также и другую смысловую нагрузку, а именно: массовость как количественную категорию. Развитие средств массовой коммуникации и в особенности появление глобальной сети Интернет привело к тому, что пространство, и время для его преодоления, фактически перестали существовать [1, с. 103], также произошло разрушение «информационных границ» национальных государств, что в совокупности привело к возникновению глобального общества. Действительно, прежде всего благодаря наличию и развитию СМК, появилась возможность трансляции и обмена в «онлайн» режиме большими массивами информации. Другое дело, что в соответствии с законом существования обратной пропорциональности между количеством и качеством, имеют место многочисленные негативные оценки и высказывания, касающиеся низкосортности и примитивизма, содержащегося в распространяемом таким образом в массы контенте.

Активное развитие и распространение массовой культуры помимо уже упоминавшихся технических факторов, также имело в своей основе процессы урбанизации, благодаря которым происходила аккумуляция человеческих масс в рамках города, и как следствие – их гомогенизация, сглаживание культурных различий, в том числе на основании формирования новой идентичности горожанина. Следующими этапами разворачивания массовости стали национальные государства, затем различные союзы и объединения (например, ЕС), и, наконец, глобальный мир.

Невысокий уровень культурных продуктов и ценностей массовой культуры, тотальная стандартизация обществ и ряд других изменений, постигших человечество конца XX – начала XXI вв., являются основными факторами критики и негативных оценок со стороны многих исследователей, в числе которых: М. Арнольд, Б. Паскаль, Л. Райт, У. Вордсворт, У. Хазлитт, Э. Фромм, Х. Ортега-и-Гассет и др. В контексте исследования феномена массовой культуры наибольшую известность в качестве отца-основателя данного направления получил испанский философ Х. Ортега-и-Гассет, работа которого «Восстание масс» (1930 г.) получила широкий резонанс в научных кругах. Несмотря на то, что сам по себе феномен представляется ученому объективным следствием оформления единой целостной системы человечества, он все же с некоторой грустью и сожалением пишет о появившемся в XX в. человеке массы. По мнению ученого, в современном мире все больше растет количество людей, не имеющих фундаментальных культурных основ традиционной культуры, что в свою очередь ведет к духовной де-

градации и росту безнравственности (об этом же писал и Г. Маркузе [7]). По мнению Х. Ортега-и-Гассета появившемуся человеку массы свойственны необузданные жизненные запросы и потребность в сиюминутном удовлетворении и решении возникающих проблем, кроме того в силу обилия совокупности всех тех средств и предметов в его окружении, меняется на пренебрежительное само отношение человека к ним [9]. Российские политологи А.В. Понеделков и С.И. Кузина в этом отношении также отмечают невозможность определения общества как цивилизационного и преуспевающего, в том случае, если люди в нем живут по принципу удовлетворения своих сиюминутных, насущных, материальных потребностей [10, с. 221–226].

Не последнюю роль в формировании описанного выше мировоззрения, играет реклама, значимое место которой в процессах распространения массовой культуры подчеркивается многими исследователями. Через рекламу происходит активное распространение целых массивов штампов и образцов поведения в различного рода жизненных ситуациях, представляющих собой готовые решения на любой случай жизни по принципу: «проблема – решение; желание – его удовлетворение и т.п.». Все это в свою очередь приводит к исчезновению потребности в том, чтобы самостоятельно прилагать усилия к поиску решения той или иной проблемы, что во многом и является причиной пренебрежительного отношения.

Известный французский философ-постмодернист Ж.-Ф. Лиотар подчеркивал присущий современной массовой культуре эклектизм [6], что на наш взгляд является лишь подтверждением тезиса о массовой культуре как интегративном явлении, своего рода «плавильном котле» по отношению к традиционным культурам. Образцы массовой культуры представляют собой своего рода упрощенные копии произведений высокой культуры, адаптированные до уровня «понятного каждому». Зачастую, они лишены изначально присущего им символизма, сакральности, который невозможно было бы понять в отрыве от контекста той культуры, в рамках которой они были созданы: это своего рода секуляризированные культурные образцы. Массовая культура, таким образом, во многом способствует протеканию процессов глобальной секуляризации, что в определенном смысле имеет и ряд положительных черт, главной из которых является снижение в мире межконфессиональной напряженности: «потребкульт лишен трансцендентного измерения; его не интересует надматериальное бытие...» [4, с. 12].

В XXI в. массовая культура выступает в качестве основного канала распространения культурных образцов и стандартов, формируя единые в глобальных масштабах стереотипы и мировоззренческие установки. Одновременно с распространением массовой культуры происходит процесс частичной (!) декультурации локальных культурных основ. Действительно, данный процесс имеет в своей структуре два вектора: глобализацию и локализацию. Однако, одновременно с процессами декультурации локальных традиционных культур, и как следствие – разрушением существовавшей ранее идентификационной структуры, через массовую культуру развиваются обратные процессы – новой идентификации, в своем большинстве основанной на культуре потребления по принципу: «Скажи мне, что ты потребляешь, и я скажу, кто ты».

Одним из основных факторов, способствующих распространению и что более важно – принятию массовой культуры в мире, является отсутствие в ней претензии на доминирование и абсолютность, она «... не дистанцируется от других культур, подобно «элитарной» субкультуре» [2, с. 543]. В то же время можно сказать, что массовая культура, тем не менее, не теряет своей значимости, а даже наоборот, занимает все более важные позиции в контексте разворачивания процессов глобализации, информатизации и интернационализации. Именно поэтому в качестве основных функций массовой культуры все чаще как правило выделяют: разрушение единства и структурной целостности национальных культур; и формирование единой транснациональной культуры.

Основу национальных культур составляет конгломерат культур входящих в нацию этносов, причем в результате получается некая мозаичная совокупность из культурных образцов и элементов, упрощенных по отношению к своим исходным культурным кодам. Примерно такую же картину можно обнаружить, анализируя сущностные характеристики массовой культуры, в которой аналогичным образом интегрируются культурные элементы уже национальных культур, значительно упрощаясь и становясь понятными для восприятия большими массами людей. Именно в результате такого рода процессов мы можем наблюдать в городах образцы, демонстрирующие псевдо-традиционные элементы национальных или этнических культур: будь то индейские пляски, организуемые на улицах городов индейцами; «традиционную» японскую кухню со среднеазиатским лицом; или отзвуки некогда традиционных обрядовых танцев, трансформировавшихся в образцы стилизованной пластики. Все это в совокупности привело к возникновению такого понятия как «этнический масскульт».

Массовая культура тесным образом связана с явлением тиражирования, поскольку только массовое производство культурных ценностей может удовлетворить массовый запрос со

стороны человеческого общества. Авторская вещь, независимо от того – является ли она продуктом духовной или материальной культуры, представляет собой единичный экземпляр, поэтому в условиях массовой культуры остается лишь тиражирование копий или псевдокультурных продуктов и образцов. В этом отношении можно не согласиться со сторонниками конспирологических теорий, согласно которым массовая культура является проектом неких западных заинтересованных кругов, целью которых стоит массовое «отупление» жителей других государств, поскольку, как уже было показано, специфика возникновения и распространения массовой культуры, включая в том числе и негативные составляющие, представляется объективной необходимостью в контексте протекающих интеграционных процессов.

В качестве иллюстрации причин объективного характера упадка общего уровня культуры в условиях массовой коммуникации, хотелось бы привести следующий пример. Представим, что мы являемся свидетелями попытки установления диалога между двумя людьми, пусть даже владеющими одним языком, но принадлежащим к разным социальным классам и имеющим разный культурный и образовательный уровень. В ситуации вынужденной необходимости такой коммуникации (а в условиях глобализации мир находится именно в таком положении) человек, имеющий более высокий уровень развития будет вынужден «опуститься» до уровня своего собеседника, поскольку тот в силу отсутствия такой возможности, не сможет сделать обратного. Таким образом, в условиях установления единого информационного пространства, в которое получают включены представители совершенно различных классов и культурных сред, общение чисто по объективным причинам будет иметь достаточно низкий уровень, т.е. будет простым. Аналогичная ситуация прослеживается и в отношении распространяемых массовой культурой образцов и стандартов, которые в свою очередь будут апеллировать к простым и понятным каждому общечеловеческим ценностям. А поскольку единым практически для любого человека, независимо от его расы, пола, культуры и других характерных черт, прежде всего является сфера удовлетворения им своих материальных потребностей, обусловленных биофизическим строением организма: будь то еда, кров, семья, продолжение рода и т.п., то именно на эти категории и делается основной фокус при контентном наполнении массовой культуры.

Можно сказать, что основным мотивирующим и определяющим характер взаимоотношений людей в глобальном мире фактором является подход с позиции прагматизма. В этом отношении основное отличие информационных потоков от знания заключается в том, что информация здесь, прежде всего: «...актуальна, интересна и предназначена для текущего использования» [8, с. 128]. Поэтому на сегодняшний день в условиях стремительно меняющихся условий и технического прогресса выигрывает тот, кто умеет быстрее приспосабливаться к реалиям жизни, пользоваться информацией. Обратной стороной данного процесса является общий упадок культурного уровня, значительная доля поверхностности знаний, не случайно даже в современных образовательных стандартах речь идет не о знаниях, а о формировании компетенций, т.е. навыков и умений. Также стоит отметить, что в контексте культурной парадигмы памяти и процессов забывания, данная тенденция представляется достаточно продуктивной с точки зрения выстраивания новой системы международных взаимоотношений «с нуля», без багажа ставших историей событий минувших дней. Конечно, существует и обратная сторона медали, однако данная тема заслуживает отдельного исследования.

Безусловно, массовая культура через технические средства и информационные каналы способствует формированию близкого по своему наполнению мировоззрения среднестатистического представителя глобального сообщества людей. Действительно, в силу того, что все большее количество людей по всему миру приобщается к так называемым техническим благам: радио, ТВ, Интернет, международным СМИ и т.п., черпая в них единую для всего человечества информацию и постоянно пребывая в однородной информационной среде, на выходе мы получаем нового человека XXI в., человека эпохи глобализации. Также как цветы, помещенные в подкрашенную воду, постепенно приобретают цвет воды, также и люди, «питаясь» информационными потоками, становятся другими. В таких условиях все чаще звучат обеспокоенные высказывания различных исследователей о ситуации кризиса идентичности, при которой разрушается система идентификации отдельных индивидов. Подобные тенденции действительно оказывают воздействие на сознание и самоощущение человека глобального мира, однако, на наш взгляд не должны оцениваться однозначно негативно, поскольку одновременно с разрушением структуры национальной идентичности, формируется и некая идентичность глобальная, наличие которой, как уже подчеркивалось в предыдущем разделе, представляется необходимым элементом в условиях глобализирующегося мира.

Таким образом, массовая культура, в силу своей способности к унификации общественной жизни, в достаточной степени может считаться своего рода предтечей, прообразом транс-

национальной культуры, которая в свою очередь подразумевает не столько универсальную культуру человечества, сколько некий единый свод общечеловеческих норм и установок, общечеловеческую платформу для диалога и взаимопонимания, в то время как локальное этнонациональное своеобразие по-прежнему может и, вероятно, будет сохраняться.

#### Список литературы

1. Бек У. Что такое глобализация? / У. Бек ; пер с нем. А. Григорьева, В. Седелника. – М. : Прогресс-Традиция, 2001. – 304 с.
2. Глобалистика: Энциклопедия / гл. ред. И. И. Мазур, А. Н. Чумаков. – М. : Радуга, 2003. – 1328 с.
3. Ильин А. Н. Влияние культуры потребления на экологию / А. Н. Ильин // Век глобализации. – 2013. – № 2. – С. 113–130.
4. Ильин А. Н. Культура общества массового потребления: критическое осмысление / А. Н. Ильин. – Омск : ОмГПУ, 2014. – 207 с.
5. Карабущенко П. Л. Триады политического сознания: массы – элиты – лидеры : мон. / П. Л. Карабущенко. – Астрахань : Издат. дом «Астраханский университет», 2004. – 316 с.
6. Лиотар Ж.-Ф. Состояние постмодерна / Ж.-Ф. Лиотар. – СПб. : Алетейя, 1998. – 160 с.
7. Маркузе Г. Эрос и цивилизация. Одномерный человек: Исследование идеологии развитого индустриального общества / Г. Маркузе. – М. : АСТ, 2002. – 526 с.
8. Новоселов С. В. «Мягкая сила» информационного общества / С. В. Новоселов // Каспийский регион: политика, экономика, культура. – 2013. – № 3. – С. 126–131.
9. Ортега-и-Гассет Х. Восстание масс / Ортега-и-Гассет Х. – Москва : Директ-Медиа, 2007. – 339 с.
10. Понеделков А. В. Перспективы Элит в условиях развития культурной глобализации / А. В. Понеделков, С. И. Кузина // Каспийский регион: политика, экономика, культура. – 2012. – № 4. – С. 221–226.
11. Сотников Е. А. Железные дороги мира из XIX в XXI в. / Е. А. Сотников. – М. : Транспорт, 1993. – 200 с.
12. Хорошкевич Н. Г. Неоднозначность массовой культуры / Н. Г. Хорошкевич // Социс. Социологические исследования. – 2011. – № 11. – С. 111–117.
13. Чумаков А. Н. Метафизика глобализации. Культурно-Цивилизационный контекст / А. Н. Чумаков. – М. : «Канон+», 2006. – 516 с.

#### References

1. Bek U. *Chto takoe globalizatsiya?* Per s nem. A. Grigoreva i V. Sedelnika. Moskva: Progress-Traditsiya, 2001, 304 p.
2. *Globalistika: Entsiklopediya*; gl. red. I.I. Mazur, A.N. Chumakov. Moskva: Raduga, 2003, 1328 p.
3. Ilin A.N. Vliyaniye kultury potrebleniya na ekologiyu. *Vek globalizatsii*. 2013, no. 2, pp. 113–130.
4. Ilin A.N. *Kultura obshchestva massovogo potrebleniya: kriticheskoe osmyslenie*. Omsk: OmGPU, 2014, 207 p.
5. Karabushchenko P.L. *Triady politicheskogo soznaniya: massy – elity – lidery: mon.* Astrakhan: Izd. dom «Astrakhanskiy un-ty», 2004, 316 p.
6. Liotar Zh.-F. *Sostoyaniye postmoderna*. Spb.: Aleteyya, 1998, 160 p.
7. Markuze G. *Eros i tsivilizatsiya. Odnomernyy chelovek: Issledovaniye ideologii razvityego industrialnogo obshchestva*. Moskva: ACT, 2002, 526 p.
8. Novoselov S.V. «Myagkaya sila» informatsionnogo obshchestva. *Kaspiyskiy region: politika, ekonomika, kultura*. 2013, no. 3, pp. 126–131.
9. Ortega-i-Gasset Kh. *Vosstaniye mass*. Moskva: Direkt-Media, 2007, 339 p.
10. Ponedelkov A.V., Kuzina S.I. Perspektivy elit v usloviyakh razvitiya kulturnoy globalizatsii. *Kaspiyskiy region: politika, ekonomika, kultura*. 2012, no. 4, pp. 221–226.
11. Sotnikov Ye. A. *Zheleznyye dorogi mira iz XIX v XXI vek*. Moskva: Transport, 1993, 200 p.
12. Khoroshkevich N.G. Neodnoznachnost massovoy kultury. *Sotsis. Sotsiologicheskie issledovaniya*. 2011, no. 11, pp. 111–117.
13. Chumakov A.N. *Metafizika globalizatsii. Kulturno-Tsivilizatsionnyy kontekst*. Moskva: «Kanon+», 2006, 516 p.

### «ОБЪЕКТ ВНИМАНИЯ» КАК ФАКТОР ИНТЕГРАЦИИ МАССЫ

**Вахменин Василий Николаевич**, аспирант

Волгоградский государственный университет  
400062, Российская Федерация, г. Волгоград, проспект Университетский, 100  
E-mail: tov-oscar@yandex.ru

В статье рассматривается проблема формирования массы в социальном пространстве. Понимание массы как неустойчивой, аморфной, анонимной общности, не имеющей внутренних связей, является основанием для поиска и определения внешнего фактора её интеграции. Структурный анализ массы показывает, что для неё характерен единственный вид связи – проявление внимания каждого образующего её индивида к общему объекту, называемому условно «объект внимания массы». Соотнесение не критичного восприятия, свойственного массе, с образным восприятием реальности показало, что «объектом внимания» является образ, содержащий в себе бескомпромиссное значение – мифологизированный образ. Определя-