



С. А. Маленко, А. Г. Некита

массовая культура

в институтах потребительского общества



Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
ФГБОУ ВО «Новгородский государственный университет
имени Ярослава Мудрого»

С. А. Маленко
А. Г. Некита

Массовая культура в институтах потребительского общества

Учебно-методическое пособие

Великий Новгород
2019

ББК 87.3(0)
М 18

Печатается по решению
РИС НовГУ
Учебно-методическая лаборатория
философского факультета
“Берестяная грамота”

Рецензенты:

доктор философских наук, профессор РАН **Ю. В. Синеокая**;
доктор филологических наук, доцент **А. Л. Семенова**.

Маленко С.А., Некита А.Г.

М 18 Массовая культура в институтах потребительского общества /
НовГУ им. Ярослава Мудрого. – Великий Новгород, 2019. – 46 с.

В предложенном для бакалавров-культурологов учебно-методическом пособии к дисциплине «Массовая культура» рассматриваются сценарии возникновения и трансформации массовой культуры в базовых институтах потребительского общества. При этом потребительское общество интерпретируется как искусственный конгломерат отчуждённых от своей родовой сущности социальных индивидов, для эффективного управления которыми и создается институциональное пространство массовой культуры. Анализируются механизмы формирования массовой культуры и потребительского общества как в индивидуальных, так и в иных возможных социально-стратификационных параметрах. Затрагиваются социокультурные и антропологические аспекты проблемы эволюции традиционных, государственно-иерархизованных знаковых систем и постиндустриальные горизонты трансформации массовой культуры в институтах потребительского общества.

В оформлении обложки использован коллаж из цикла «Containment Policy» Салли Эдельштейн.

ББК 87.3(0)

© Новг. гос. ун-т, 2019.

© С.А. Маленко, А.Г. Некита, 2019.

Оглавление

I. Организационно-методический раздел.....	4
II. Содержание учебно-методического пособия.....	6
Раздел 1. Социокультурное пространство потребительского общества: бессознательные предпосылки формирования.....	7
Тема 1. Родовое бытие индивида: основа общества и культуры	7
Тема 2. Мифические сценарии коллективных представлений.....	9
Тема 3. Семантика социокультурного конструирования потребительских масс	10
Тема 4. Социокультурные механизмы массовизации индивида и общества.....	12
Тема 5. Формирование институтов потребительского общества.....	14
Тема 6. Властные сценарии иерархизации потребительского общества.....	16
Тема 7. Манипулятивное взаимодействие массы и власти.....	18
Тема 8. Цивилизация масс: стратегии социокультурного воспроизводства.....	20
Тема 9. Цивилизация масс: стратегии формирования и социокультурного воспроизводства	23
Раздел 2. Трансформация социокультурных институтов потребительского общества.....	26
Тема 10. Постисторический характер культуры потребительского общества.....	26
Тема 11. Массовая культура как идеология потребительского общества.....	28
Тема 12. Научные сценарии массовизации мировоззрения и культуры в потребительском обществе.....	30
Тема 13. Техническое сопровождение массовой культуры в потребительском обществе.....	33
Тема 14. Доминанта потребительских инстинктов в массовой культуре.....	35
Тема 15. СМИ в процессах виртуализации социокультурного пространства потребительского общества	38
Тема 16. Товарная утилизация творчества в массовой культуре.....	40
Тема 17. Реклама в пространстве массовой культуры и институтах потребительского общества.....	42
Тема 18. Этологические основания массовой культуры.....	44

I. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ

Предметом учебно-методического пособия является специфика генезиса и особенности институциональных презентаций спектра массовой культуры в пространстве потребительского общества в контексте опыта его осмысления в современном социокультурном и философском дискурсе. Основной проблемой учебно-методического пособия является анализ процесса разложения сознания и деформации чувственного опыта человека в структурах отчуждённого социального пространства современного потребительского общества и массовой культуры.

Цель учебно-методического пособия состоит в анализе идейно-теоретической модели, раскрывающей сущность механизмов трансляции массовой культуры на уровне институтов современного потребительского общества, и определении стратегии изучения индивидуального и институционального уровней восприятия феноменов массовой культуры.

Задачи учебно-методического пособия. Опираясь на базовую гуманитарную подготовку бакалавров культурологов и философов, обобщить опыт духовного освоения проблем массовизации культурного пространства потребительского общества в следующих основных аспектах:

- посредством анализа бессознательных предпосылок индивидуального освоения действительности, раскрыть специфику функционирования детерминант социализации индивида в пространстве массовой культуры и институтах потребительского общества;
- выявить потенциал родовых форм коллективной деятельности человека и вскрыть механизмы их институциональной презентации в пространстве массовой культуры;
- представить панораму оформления спектра отчуждённых отношений «социального» индивида и «массового» социума в пространстве массовой культуры и институтах потребительского общества, очертив при этом основные параметры их цивилизационной динамики.

Планируемые результаты освоения содержания учебно-методического пособия, представленного в дисциплине «Массовая культура» по направлению подготовки 51.03.01

1. Требования к планируемым результатам освоения

Учебно-методическое пособие ориентировано на формирование у обучающихся ряда универсальных, общепрофессиональных компетенций.

1.1 Универсальные компетенции (далее – УК) и индикаторы их достижения приведены в таблице 4.1.

Таблица 4.1 – Универсальные компетенции и индикаторы их достижения

Наименование категории	Код и наименование универсальной компетенции	Код и наименование индикатора достижения универсальной компетенции
Системное и критическое мышление	УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК-1.1 Знать особенности систематизации информации, полученной о процессах в массовой культуре из разных источников и методы ее критического анализа; УК-1.2 Уметь выявлять системные связи и отношения между изучаемыми явлениями массовой культуры, ее процессами, практиками и определять противоречия, возникающие в данных связях и отношениях в массовой культуре; применять системный подход в интеллектуальной деятельности; УК-1.3 Владеть навыками анализа и синтеза научной информации о процессах, происходящих в массовой культуре; навыками логической аргументации выводов и суждений в решении профессиональных задач.

4.1.2 Общепрофессиональные компетенции (далее – ОПК) и индикаторы их достижения приведены в таблице 4.2.

Таблица 4.2 – Общепрофессиональные компетенции и индикаторы их достижения

Наименование категории	Код и наименование общепрофессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения общепрофессиональной компетенции
Применение полученных знаний в области культуроведения	ОПК-1. Способен применять полученные знания в области культуроведения и	ОПК-1.1 Знать теоретические основы культурологии и проектного подхода, принципы и правила практической реализации проекта в контексте массовой

Наименование категории	Код и наименование общепрофессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения общепрофессиональной компетенции
ия и социокультурн ого проектировани я	социокультурного проектирования в профессиональной деятельности и социальной практике	культуры; ОПК-1.2 Уметь применить теоретические знания в области культурологии и социокультурного проектирования в практической деятельности для решения конкретных задач в сфере массовой культуры; ОПК-1.3 Владеть навыками прикладных исследований; навыками практической реализации проектных разработок в сфере массовой культуры.

II. СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОГО ПОСОБИЯ

Специфика содержания учебно-методического пособия обусловлена особенностями его предмета, целями и задачами, сформулированными авторами. При этом актуализируемые его создателями идеи и концепции, преимущественно, находятся в русле социокультурного и историко-философского освещения затронутых проблем, однако, существуют широкие возможности творческой коррекции содержания учебно-методического пособия в зависимости от общей концепции изучения культурологических, социально-философских и иных гуманитарных дисциплин в конкретном вузе и личных предпочтений преподавателя, что позволяет включать в его ткань идеи и иных мыслителей, так или иначе сориентированных на разрабатываемое проблемное поле. Продуктивное освоение содержания предлагаемого учебно-методического пособия связано с необходимостью сравнительного изучения идейного потенциала ведущих течений в современной западной мысли: психоанализа, критической теории Франкфуртской школы, теоретических инноваций философии постмодерна, эволюционистского направления в позитивизме, концепций генезиса и трансформаций потребительского общества и массовой культуры, теорий постиндустриального общества, социологических, психологических, экономических, этологических учений и т.д. Усвоение материала организуется исключительно в форме

проблемно-ориентированного переосмысления обучающимися уже фактически известных им и ряда принципиально новых первоисточников.

В предлагаемом учебно-методическом пособии рассматривается центральная категория «массовая культура» как комплекс жанрово презентуемых сценариев взаимодействия бессознательно отчуждённых от своей родовой сущности и институционализированных социальных индивидов. Анализируются механизмы формирования и жанровой эволюции массовой культуры, как в индивидуальных, так и в иных возможных социально-стратификационных параметрах. Также авторами затрагиваются социокультурные и социально-философские аспекты проблемы эволюции традиционных, государственно-иерархизованных знаковых систем, а также постиндустриальные горизонты трансформации массовой культуры в институтах потребительского общества. Освоение спецкурса опирается на широкое использование современных информационных технологий (методические пособия и первоисточники в электронном виде, аудио- и видеоматериалы и т.д.

Разделы учебно-методического пособия

1. Социокультурное пространство потребительского общества: бессознательные предпосылки формирования (тема 1–9).
2. Трансформация социокультурных институтов потребительского общества (тема 10–18).

Раздел 1.

Социокультурное пространство потребительского общества: бессознательные предпосылки формирования

Тема 1. Родовое бытие индивида: основа общества и культуры

Принцип бессознательной детерминации социальных процессов как методология изучения массовизационных процессов в институтах потребительского общества. Бессознательное как поколенческое выражение индивидуальных и массовых аспектов бытия. Представление об индивиде в концепции «нелогического действия» В. Парето. Классификация бессознательных «остатков» и их идеологических «производных» как форма обоснования логичности социального поведения. Свобода творчества и воля к разрушению как экстремумы социального проявления бессознательного потенциала природной греховности человека (Р. Нибур). Механизмы организации бессознательных содержаний индивида в психоанализе: («вытеснение», «сублимация», «идентификация»). Проблема рационализации влечений в интересе. Учение о гомеостазе А. Адлера – модель гармонизации

социальной среды и органических недостатков человека. Компенсация неполноценности и оформление её в «комплекс» как индивидуальный способ легитимации бессознательного. «Страх» и «вина» – неосознанные проявления конфликта с бессознательным (З. Фрейд, О. Ранк). Концепция коллективного бессознательного К.Г. Юнга как реконструкция сущности филогенетического опыта человечества. «Архетипы» как априорные формы организации коллективного. Архетипическая диалектика индивидуального и коллективного, социальная диалектика «архетипического» и «инстинктивного». Волевые характеристики природы человека как отражение энергичности бессознательных процессов. Сущность учений о «воле» (А. Шопенгауэр, Ф. Теннис, В. Вундт, З. Фрейд, К.Г. Юнг, О. Ранк). Органические предпосылки и параметры социальной эволюции (борьба за существование, прогресс и конкуренция). Конкуренция как форма социализации естественного отбора в пространствах потребительского общества. Э. Тайлор о природе человека как о факторе естественной стабилизации социальной эволюции. Идея Ф. Гиддингса о развитии общества от «зоогенической ассоциации» до «демогенической ассоциации». Понятие социального процесса и его виды: «изобретение» и «подражание» в концепции Г. Тарда. Эволюционистские интерпретации основного закона социального развития (Г. Спенсер). Индивидуальность как выражение коллективного сознания (Л. Гольдман). Коллективный разум как образ приручения природной причинности. Изучение ментальных особенностей человеческих раса и пределов их изменчивости Г. Лебоном. Редукция бессознательных оснований бытия природы, индивида и общества в концепциях социализации воли (Ф. Теннис, В. Вундт).

ЛИТЕРАТУРА

Основная

Лебон Г. Психология масс. Минск; М., 2000.

Спенсер Г. Опыты научные, политические и философские. Минск, М., 1998.

Тард Г. Мнение и толпа / Психология толп. М., 1998., С. 255-408.

Фрейд З. Введение в психоанализ. Лекции. М., 1989.

Шопенгауэр А. Мир как воля и представление. Афоризмы и максимы. Новые афоризмы. Минск, 1999.

Юнг К.Г. Архетип и символ. М., 1991.

Дополнительная

Адлер А. Наука жить. К., 1997.

Вундт В. Проблемы психологии народов. М. 1998., С. 197-308.

История теоретической социологии в 5 тт., т. 4-5. М., 1997.

Ранк О. Миф о рождении героя. М., 1997.

Современная социальная теория: Бурдье, Гиддингс, Хабермас. Учебное пособие. Новосибирск, 1995.

Тайлор Э. Первобытная культура. М., 1989.

Mosca G. Elementi di scienza politica. Mil., 1953.

Pareto V. Compendio di sociologia generate. Torino, 1978.

Tönnies F. Einführung in die Soziologie. Stuttg., 1965.

Тема 2. Мифические сценарии коллективных представлений

Специфика интерпретации коллективного сознания и форм его социальной реализации у Э. Дюркгейма. Иерархия «глубинных» уровней социальной реальности по Л. Леви-Брюлю. Концепция коллективных представлений как главных ориентиров первобытного сознания и проблема их нечувствительности к логическим противоречиям. Приоритет «аффективной категории сверхъестественного» над профанностью обыденных значений. Специфика проявлений «закона сопричастности» Л. Леви-Брюля в институтах потребительского общества и массовой культуре. Обоснование неонтологичности рациональности как одного из возможных способов обоснования и «оправдания бытия» мира в концепции К. Хюбнера. Языковая деятельность как контекст осуществления коллективной воли (В. Вундт). Отражение природной связи структур языка со структурой бессознательного как исторического порядка культуры (Ж. Лакан). Язык как способ образования человеческого мира. Принцип Ж. Деррида «от метафизики бытия – к языку бытия». Концепция имажинации К. Г. Юнга как бессознательный сценарий формирования массовой культуры. Идея «символического интеракционизма» Дж. Мида. Уникальность экзистенциального освоения образов и символов бессознательного как воссоздание родового смысла жизни (В. Франкл). Архетип как квинтэссенция древности коллективного опыта. Статус предмета-символа в мифе и проблема его феноменологии у М. Элиаде. Мифология вещи. Миф как онтология и жизненная реальность. Миф как альтернативная науке система мышления, организации и воспроизводства опыта (К. Хюбнер). Мифологизация времени и пространства. Миф и модальности бытия. Миф и таинство. Миф как извечная модель Всего. Переживание сущности бессознательного как встреча со Святостью. Героика мифа как способ феноменологизации бессознательного (К.Г. Юнг). Игра как мифообраз осуществления бессознательного у Й. Хейзинги. Вытеснение антисоциальных влечений и их последующее символическое удовлетворение. Культура как сублимация или иллюзия в теории З. Фрейда. Миф как симулякр, всеобщая иллюзия, заблуждение и деформанс в концепции Ж. Бодрийяра. Мифическое разоблачение социального мира и проблема одиночества мифолога по Р. Барту. Коллективный язык как первичная среда для деятельности мифолога.

Проблема создателя мифа и его отчуждения от результатов своей деятельности. Формы цивилизованного отчуждения мифа: идеология, наука, искусство, реклама (Р. Барт).

ЛИТЕРАТУРА

Основная

Леви-Брюль Л. Первобытное мышление. М., 1994. 607 с.

Фрейд З. Психоанализ. Религия. Культура. М., 1992. 296 с.

Хюбнер К. Истина мифа. М., 1996. 448 с.

Юнг К.Г. Феномен духа в искусстве и науке // Собр. соч.: в 19 т., М., 1992. Т. 15. 320 с.

Элиаде М. Аспекты мифа. М., 1996. 240 с.

Лакан Ж. Инстанция буквы в бессознательном, или судьба разума после Фрейда. М., 1997. 184 с.

Дополнительная

Барт Р. Избранные работы: Семиотика. Поэтика. М., 1994. 616 с.

Барт Р. Мифологии. М., 2000. 320 с.

Бодрийяр Ж. Система вещей. М., 1995. 224 с.

Вундт В. Проблемы психологии народов. М., 2002. 864 с.

Дюркгейм Э. О разделении общественного труда. Метод социологии М., 1991. 576 с.

Мосс М. Общества. Обмен. Личность: Труды по социальной антропологии. М., 2011. 416 с.

Лобок А.А. Антропология мифа. Екатеринбург, 1997. 692 с.

Лосев А.Ф. Философия. Мифология. Культура. М., 1991. 525 с.

Мид Дж. Г. От жеста к символу // Американская социологическая мысль. М., 1994. С.116-120.

Франкл В. Человек в поисках смысла. М., 1990. 372 с.

Фрейд З. Тотем и табу. Психология первобытной культуры и религии. СПб. 1997. 222 с.

Хейзинга Й. Homo ludens. В тени завтрашнего дня. М., 1992. 464 с.

Элиаде М. Мифы, сновидения, мистерии. М.; К. 1996. 288 с.

Юнг К.Г. Душа и миф: шесть архетипов. К. 1996. 384 с.

Тема 3. Семантика социокультурного конструирования потребительских масс

Проблема происхождения социальной логики в работах Г. Тарда. Подражательные и логические формы языка как социального пространства для идей. Абсолютизация языковых форм знака и их диктат над смыслом. Форма знака как социальная интерпретация человеческой судьбы (Ж. Лакан). Теория исторического развития способа обозначения Ж.

Бодрийяра. Замена символического обмена архаических обществ самостоятельностью знаков от их референтов. Понятие мира «самореференциальных знаков». Четыре стадии развития знака: как отражения глубинной реальности; как маскировки и извращения этой реальности; как маскировки отсутствия всякой глубинной реальности; как утраты всякой связи с реальностью и перехода из строя видимости в строй симуляции. Проблема оформления бессознательного субъекта в речи «другого». Концепция «Голоса-Логоса» Ж. Дерриды. Идея прорыва от «пустой» речи к «полной» и проблема «подключения» индивида к символическому порядку как способ его адаптации к социальному окружению. Соотнесённость раскола внутри языка с социальным расколом (Р. Барт). Понятие «семиотической практики». «Обезображивание» мира с помощью речевых практик и устранение мифа как метаязыка. Опорные понятия и метафоры текста как понятия бытия. Деконструкция как условие преодоления европейской метафизики. Понятие дискурса. Миф как инструмент дискурса. Исторические типы дискурсов (Ж.-Ф. Лиотар). Особый статус «дискурса легитимации» как «метадискурса». Разложение легитимации в эпоху постмодерна. Понятие «языковых игр». Понятие «структурального человека» как оператора семантических структур социума и методы его мышления. Тексты как способы освоения структур. Проблема генезиса и институализации смысла текста. Типология социальных фактов как отражение структуры вещей по Э. Дюркгейму. «Цивилизация инстинктов» и «цивилизация объектов» в концепции Ф. Арьеса. Превращение потерявших свои имена вещей в тени и массовые имиджи. Внеприродные отношения с предметным миром как предпосылка становления институциональных отношений (М. Хоркхаймер). Социальная натурализация смерти как симулякр жизни. Символическое употребление смерти в пространствах потребительского общества (Ж. Бодрийяр). Обобщённые эквиваленты и символические посредники в общей теории социальных систем Т. Парсонса. Концепция «Господина» и «раба» Ж. Батай. «Господское» отношение к «другим вещам» как единственное условие воспроизведение истории потребительского общества. Текст и «дискурс Властителя» у А. Глюксмана. Социальные явления как тотальность и целостный факт (Л. Гольдман).

ЛИТЕРАТУРА

Основная

- Арьес Ф. Человек перед лицом смерти. М., 1992. 520 с.
Барт Р. Основы семиологии // Структурализм «за» и «против». М., 1977. С.114-164.
Батай Ж. Внутренний опыт. СПб. 1998. 336 с.
Бодрийяр Ж. Символический обмен и смерть. М., 2000. 387 с.
Бодрийяр Ж. Система вещей. М., 1995. 224 с.

Лакан Ж. Функция и поле речи и языка в психоанализе. М., 1995. 192 с.
Парсонс Т. Система современных обществ. М. 1997. 270 с.

Дополнительная

Барт Р. Мифологии. М., 1996. 312 с.
Барт Р. Удовольствие от текста // Барт Р. Избранные работы. Семиотика. Поэтика. М., 1994. С.462–518.
Барт Р. Избранные работы. Семиотика. Поэтика. М., 1994. 616 с.
Глюксманн А. Философия ненависти. М. 2006. 284 с.
Деррида Ж. Конец книги и начало письма // Интенциональность и текстуальность. Философская мысль Франции XX века. Омск, 1998. С.218–224.
Деррида Ж. Голос и феномен. Спб. 1999. 208 с.
Дюркгейм Э. О разделении общественного труда. Метод социологии. М., 1991. 575 с.
Лиотар Ж.-Ф. Состояние постмодерна. М.; Спб. 1998. 160 с.
Тард Г. Мнение и толпа // Психология толп. М., 1998. С. 255-408.
Goldmann L. Le Dieu cache. P., 1955. P. 322.
Glucksmann A. La cuisiniere et le mangeur d'hommes. P., 1975. P. 221.

Тема 4. Социокультурные механизмы массовизации индивида и общества

Теория «обобщённого другого» Дж.Мида как осмысление этапов превращения физиологического организма в рефлексивное социальное «Я», мишень манипуляций в институтах потребительского общества. Мышление как орудие приспособления субъекта к реальности и социальная природа «Я». Механизмы формирования социального индивида по А.Зиновьеву. Трактровка А.Шопенгауэром социальной организации как баланса частных эгоизмов. Бардье: подражание как стремление к уравниванию социальной среды во всех её частях. Эпидемический характер подражания массы по А.Жоли. Магия подражания как способ соотнесения бессознательного индивида с инстинктом у Эббара. Подражание как сопровождающий фактор социального взаимодействия в массовизационных процессах (В. Вундт). Обобщённая адаптивная способность как господствующий модус социальной эволюции по Т.Парсонсу. Шоковый характер воздействия социальных и технологических реформ и эскалация проблемности социальной адаптации в пространствах потребительского общества по О.Тоффлеру. Концепция «социального действия» как «элементарного действия». Понятие «интенциональности социального действия» А. Щютца. Социальность как совокупность типизированных «проектов социального действия», обладающих «дефицитом» повседневности. Понятие «ограниченности горизонта видения» человеком мира как

препятствие его подлинному существованию в потребительском обществе (Л.Бинсвангер). Понятие «базальной тревоги» К.Хорни как фиксация разрыва между природными возможностями человека и ограниченностью их социальной реализации в пространствах потребительского общества. Школа как институт систематического интеллектуального насилия масс над личностью ребенка (А.Лобок). Массовизированные и социализированные виды человеческой жизнедеятельности по Х.Арендт: «труд», «производство», «активность». «Труд» как условие самой жизни и обеспечения биологических процессов. «Производство» как полагание внеприродности человека в искусственном мире враждебных и конкурирующих с человеком вещей. «Активность» как непосредственное общение между людьми, порождающее нечто «принципиально новое». Анализ эволюции современного массового человека Д. Рисменом: от «субъекта, ориентированного изнутри» – к «личности, ориентированной извне». Торжество адаптированного субъективизма как показатель морального и социального хаоса в потребительском обществе (Ж. Маритен). Социальная направленность влечений по А. Адлеру. Теория коммуникативного и стратегического поведения Ю. Хабермаса как инструмент описания массовизационных процессов. Типология патологических социальных характеров как отражение способов самоотчуждения человека в концепции Э. Фромма. Патология как форма защитной реакции человека на изначально враждебную по отношению к нему среду потребительского общества по К. Хорни. Конфликт между социальным и идеализированным внутренним образом человека как типичный сюжет массовой культуры. Невроз как социальная форма поведения в пространствах потребительского общества. «Ненависть к себе» как показатель невротической войны человека с самим собой. «Бегство в болезнь» как итог эволюции отношения к неполноценности «преуспевающего человека» (А. Адлер). Защитные стратегии человека: движение к людям, движение против людей, движение от людей (К. Хорни). Эскалация сублимационных процессов в массовой культуре как отражение нереальности стремления к возврату в «потерянный рай» (О. Ранк). Образ социализированного «человека-полуострова» Э. Морена как отражение ощущения нарастающего одиночества индивида в пространствах потребительского общества.

ЛИТЕРАТУРА

Основная

Арендт Х. Vita Activa или о деятельной жизни. СПб. 2000. 437 с.

Мид Дж. Г. Интернализированные другие и самость // Американская социологическая мысль. М., 1994. С.121-122.

Парсонс Т. О структуре социального действия. М., 2000. 880 с.

Сигеле С. Преступная толпа // Преступная толпа. М., 1998, С.13-118.

Шютц А. Смысловая структура повседневного мира: очерки по феноменологической социологии. М., 2003. 336 с.
Хабермас Ю. Моральное сознание и коммуникативное действие. СПб. 2000. 382 с.
Хорни К. Невротическая личность нашего времени. Самоанализ. М. 1993. 220 с.

Дополнительная

Адлер А. Наука жить. К. 1997. 288 с.
Бинсвангер Л. Бытие-в-мире // Избранные статьи. Критическое введение в экзистенциальный психоанализ. М.; К., 1999. 300 с.
Морен Э. Утраченная парадигма: природа человека. К. 1995. 208 с.
Парсонс Т. Понятие общества: компоненты и их взаимоотношения // Thesis. 1993. № 2. С.94-122.
Тард Г. Социальная логика. М., 1996. 554 с.
Фромм Э. Анатомия человеческой деструктивности. М., 1994. 447 с.
Шопенгауэр А. Свобода воли и нравственность. М., 1992. 448 с.
Mead G.H. Mind, Self and Society. Chicago, 1934.
Schutz A. The Phenomenology of the Social World. L., 1972.

Тема 5. Формирование институтов потребительского общества

Социальная система потребительского общества как отражение внутренней структуры индивида у В. Райха. Интерпретация эволюции как процесса выработки наследственной предрасположенности масс людей к типам социального поведения по Г. Спенсеру. Физиологическая целесообразность отбора и закрепления полезных социальных обычаев как условие ретрансляции опыта потребительской социализации. Социальный институт как структура «социальных действий» и отражение социокультурной трансформации коллективного бессознательного. (Г. Спенсер, Ф. Арьес). Особенности социальных институтов как «центров систематизации» «социального бытия» масс и жизненных доминант эпохи массовой культуры (К. Мангейм). Социальные институты как каркас социума и стратегические узлы деятельности массового человека в концепции А. Р. Радклиффа-Брауна. Трактровка социальных систем как «суперорганизмов» потребительского общества. Функционалистское измерение социального организма по Г. Спенсеру. Аналогия «структуры общества» со «структурой механизма» как объяснительная модель потребительского общества. Социальные структуры потребительского общества как «омертвлённое человеческое» в структуралистской концепции М. Фуко. Общественное разделение труда как основа стратификации социальных масс и их культурных запросов в пространствах потребительского общества (Э. Дюркгейм, Ю. Росту). Идея Г. Моски о «вечности разделения труда» как отражение

эффективности социального функционирования бессознательного. Интерпретация социальных институтов как типизированного воплощения массовой рациональности, полигонов формирования массовой культуры и потребительской идеологии представителями школы социального эволюционизма. Институциональная гносеология человека по П. Друкеру. Человек как результат социальной организации общественных, экономических и политических отношений. Социализированное «Я» как заложник «Другого» в концепции Э. Левинаса. Социальный институт как «надындивидуальная реальность» и инструмент «ненасильственного подавления» индивида, формирования массовой культуры и потребительской идеологии (Г. Маркузе, Л. Гумплович). «Аномия» как комплекс дисфункций и нормативный базис социальной структуры по Р. Мертону. Корпоративизация ритуалов как способ формирования социальной солидарности нового типа в пространствах потребительского общества (Э. Дюркгейм, Г. Тард). Сакрализация социального и проблема государственной монополизации моделей человеческого общежития как результат насаждения массовой культуры и потребительской идеологии (Ф. Тённис, Э. Дюркгейм, Э. Юнгер). История человечества как история социальных институтов (государств) массовой культуры и потребительской идеологии в концепции Т. Веблена. Теория тотального государства как высшей политической общности К. Шмитта.

ЛИТЕРАТУРА

Основная

- Бодрийяр Ж.* В тени молчаливого большинства или конец социального. Екатеринбург, 2000. 95 с.
- Мертон Р.* Социальная структура и аномия // Социол. исслед. 1992. № 2-4.
- Парсонс Т.* Социальные классы и классовые конфликты в свете современной социологической теории // Социальная стратификация. М. 1992. Вып. 1. С.114-137.
- Спенсер Г.* Опыты научные, политические и философские. Минск; М. 1998. С.1408.
- Хальбвакс М.* Социальные классы и морфология. М.; СПб. 2000. 509 с.

Дополнительная

- Бергер П., Лукман Т.* Социальное конструирование реальности. М. 1995. 334 с.
- Бердяев Н.А.* Философия свободы. Смысл творчества. М. 1989. 608 с.
- Бердяев Н.А.* Философия неравенства. М. 2012. 624 с.
- Веблен Т.* Теория праздного класса. М. 1984. 367 с.
- Дюркгейм Э.* О разделении общественного труда. Метод социологии. М., 1991. 575 с.

Мангейм К. Идеология и утопия // Диагноз нашего времени. М. 1994. С.7-276.

Сорокин П.А. Человек, цивилизация и общество. М. 1991. 543 с.

Тард Г. Социальная логика. М. 1996. 548 с.

Шмитт К. Политическая теология. М. 2000. 336 с.

Юнгер Э. Рабочий. Господство и гештальт; Тотальная мобилизация; О боли. СПб. 2000. 539 с.

Veblen T.B. Instinct of the workmanship and the state of the industrial arts. N.Y., 1914. P. 356.

Тема 6. Властные сценарии иерархизации потребительского общества

Редукция познавательных подходов к человеку, к дискурсивным практикам, специфическим комплексам «власти-знания» и властным стратегиям формирования массовой культуры и потребительской идеологии в контексте генеалогии власти М. Фуко. Власть, согласие и территориальная целостность как факторы созидания и сохранения потребительского общества у Э. Шилза. «Всепоподнадзорность» («паноптизм»), дисциплинирование и нормирование как основные свойства современной власти в дисциплинарных пространствах потребительского общества. Особенности трансформации дисциплинарных пространств в институтах потребительского общества и массовой культуры. Причины и перспективы властно-социальной «индивидуализации» человека как объекта власти в пространствах потребительского общества. Мера социальной заданности человека и его шанс на «самоизобретение» в контексте массовой культуры и потребительского общества. Связь метанаррации с властью в концепции Ж.-Ф. Лиотара. Тоталитарность «метарескриптивных высказываний» и социальная прагматика. Язык как посредник между литературой и властью (Р. Барт). Политическая семиология и сценарии «деполитизации» мира в политических целях. Политика как высший модус человеческого существования и главный тип мышления у К. Шмитта. Роль войны в становлении и развитии политического типа мышления. Концепция «децизионизма»: авторитетное решение как последний источник истины и права. Различение «друга» и «врага» как главное в политике: враг как «общественный враг». Политика как сфера деятельности, обслуживающая борьбу с «врагом». Борьба за существование между социальными общностями как основа социума по Л. Гумпловичу. Порабощение как механизм создания и поддержания государства, сценарий формирования массовой культуры и потребительской идеологии. Теория «политической экологии» П. Друкера. Политическое регулирование как процесс формирования «малых конфликтов». Политика как единственно возможное свободное «исполнительское искусство» (Х. Арендт).

«Антропология» власти в концепции Э. Канетти. Роль массовых процессов в возникновении и развитии государства и формировании мировых религий. Влияние оппозиции «масса» – «власть» на становление, как древней мифологии, так и современной научной картины мира. Социальный консерватизм взаимодействия «массы» и «власти». Природа деспотической власти, как в традиционных, так и в современных тоталитарных её вариантах. Особенности трансформации «механики» власти на элементарном и институционализированном уровнях. Филантропия власти по отношению к массе в пространствах потребительского общества (Р. Барт). Власть и сексуальное подавление. Сексуальное как политическое (В. Райх, Г. Маркузе). Взаимосвязь «воли» и «разума» в политике и жизни человека (А. Мальро). «Учение о воли к власти» Ф. Ницше. Разум как обладание средствами управления массами и вещами: бюрократия как «столончатство». Идея М. Хоркхаймера об авторитарной личности как основного «героя» и потребителя продуктов массовой культуры в пространствах потребительского общества. Учение о сверхчеловеке и последнем человеке (Ф. Ницше). Бюрократическая структура власти как отражение структурно-функциональных интерпретаций личности. Концепция М. Вебера о рациональной бюрократии как высшем воплощении капиталистической рациональности в пространствах потребительского общества. Эскалация «научности» бюрократии, технизация и технологизация государственного управления. Концепция бюрократии как технической системы управления массами Ж. Эллюля. Технократия как гарант синхронизации социальных институтов и технического прогресса (Т. Веблен). Формы воздействия технократии на массовое общество: наказание, вознаграждение, убеждение по Дж. Гэлбрейту. Эволюция власти: от «заслуженной» через «компенсирующую» – к «регулирующей» как отражение омассовления социума. Государство как посредник в разрешении возможных противоречий между обществом и технократической элитой. Концепция «революции управляющих» Ж. Фурастье. Критика транснациональной бюрократии и её универсализма в работах Д. Рисмена. Разрушение бюрократии – «защитного слоя» капитализма как предпосылка глобальных социальных изменений (Й. Шумпетер). Трактовка бюрократии как антипода харизмы Р. Михельсом. Культивирование бюрократией массовой пассивности и неинформированности как коммуникативной предпосылки формирования массовой культуры и потребительской идеологии. Демократия как способ организации положенного бытия массы. Представительная демократия как протоолигархия. Бюрократия как сверхорганизованная демократия. Бюрократическая олигархия как предустановленная форма жизни массовых обществ.

ЛИТЕРАТУРА

Основная

- Барт Р.* Война языков // Барт Р. Избранные работы: Семиотика. Поэтика. М. 1994. С.535-541.
- Вебер М.* Политика как призвание и профессия // М. Вебер. Избранные произведения. М. 1990. С. 644-707.
- Канетти Э.* Масса и власть. М. 1997. 528 с.
- Фуко М.* Порядок дискурса // Фуко М. Воля к истине: по ту сторону знания, власти и сексуальности. Работы разных лет. М. 1996. С. 49-96.
- Эллюль Ж.* Другая революция // Новая технократическая волна на Западе. М. 1986. С.147-152.

Дополнительная

- Арендт Х.* Истоки тоталитаризма. М. 1996. 672 с.
- Бурдье П.* Социология социального пространства. М. 2007. 288 с.
- Веблен Т.* Теория праздного класса. М. 1984. 367 с.
- Гэлбрейт Дж.* Новое индустриальное общество. СПб. 2004. 602 с.
- Дай Т.Р.* Демократия для элиты / Т.Р.Дай, Х.Л. Зиглер. М. 1984. 320 с.
- Парентти М.* Демократия для немногих. М. 1990. 418 с.
- Райх В.* Психология масс и фашизм. СПб. 1997. 380 с.
- Фуко М.* Слова и вещи. Археология гуманитарных наук. СПб. 1994. 408 с.
- Gumplovich I.* Rasse und Staat, Wien, 1875.
- Michels R.* Zur Sociologie des Parteiwesens in der modern Democratie. В., 1970.

Тема 7. Манипулятивное взаимодействие массы и власти

Страх власти перед бесконтрольной энергией масс и направления ее властной канализации в (Ж. Бодрийяр). Манипуляция как способ властной организации и управления отчуждёнными массами (Д. Рисмен). Производство властью тотемов и табу для масс (Ф. Арьес). Упрощение и примитивизация как способы воздействия власти на обывателя в институтах массовой культуры и потребительской идеологии. Популистская редукция героического начала мифа к обыденному катаклизму как типичный сюжет массовой культуры. Властная эскалация конфликтов как универсальных факторов социального пребывания масс (Л. Гумплович). Механизм превращения чувства неполноценности в комплекс и его тиражирование в СМИ, жанрах массовой культуры и потребительской идеологии. (А. Адлер). Властные поощрения социальной активности масс как возможность безграничных манипуляций с ними (Ж. Бодрийяр). Социальная активизация массы как эскалация её инертности и

инерционности. Особенности инерциализации информации в восприятии массы. Информационное структурирование мира как способ воспроизводства массовой культуры и потребительской идеологии. Пороги чувствительности массы: потоки информации и плотины цензуры. Стадии трансформации информационного воздействия на массу. «Производство обстоятельств» как легитимных моделей пребывания толпы в пространствах потребительского общества (Барбаст). «Третирование» легитимной формой рациональности иных форм жизни в целях формирования массовой культуры и потребительской идеологии (Ж.-Ф. Лиотар). Символическое насилие как способ легитимации власти посредством навязывания ею системы значений и иерархий ценностей в образцах массовой культуры и потребительской идеологии. «Незнание» – бессознательное принятие значений власти. Понятие «структурной мистификации». (П. Бурдьё). Проблема властного изучения массы в пространствах потребительского общества и его основные способы: зондирование, диагностика, информационные потоки, тестирование, опросы, статистика, моделирование образа «среднего гражданина», программирование (Ж. Бодрийяр). Сценарии психотропного воздействия власти на массу как практика «принудительных встреч» с бессознательным. Возрастание рациональности без разума и проблема достижения иррациональных целей власти (Ч. Р. Миллс). А. Эспинас о специфике функционирования закона внушения в «социальной» толпе. Пропаганда как интеллектуальная технология манипуляции массами через формирование образа жизни, символику и реалии социального окружения (Ж. Эллюль). Властная мотивация массового действия и язык власти как система действия в пространствах потребительского общества (Т. Парсонс). Концепция «вызова» – «отклика» и «надлома» А. Тойнби и пропагандистский сценарий её интерпретации. Симбиоз массы и власти как союз глухих, слепых и немых. Отсутствие социального взрыва как результат бессмысленности отношений массы и власти («социальное согласие», базирующееся на бессмысленности массового пребывания и потреблении продуцируемых властью блоков мифов в жанрах массовой культуры). Политическое измерение мифологии в пространствах массовой культуры и потребительской идеологии. Институциональное «вдохновение» человека массы политикой. Фетишизация массы как аффективный модус суррогатного осуществления коллективного опыта предков (З. Фрейд). Властный патронаж разгула массовой сексуальности как замещение и табуирование смерти в жанрах массовой культуры. Сексуальность как массовый невроз (В. Райх, Ф. Арьес, Г. Маркузе). Связь соматика и механизмы внушения (А. Эспинас). Мечта масс об обретении человеческого тела в пространствах потребительского общества (Д. Рисмен). Идолизация тела и проблема пропагандистской эксплуатации игр с телесностью в жанрах массовой культуры. Культ одежды как преобразованного реального тела (Р. Барт). Мода как симулятивная модель

одежды и одежда как симуляция наготы в жанрах массовой культуры (Ж. Бодрийяр). Мода как асексуальное театрализованное представление тела. Мода как монолог с бессознательным эгоизмом (Р. Барт). Проявление всеобщей скованности массы в культе модных предметов и владение ими как источник иллюзии смысла существования среднего человека. Редукция «ментального» к «физическому» у Б. Скиннера. Интерпретация «ментального» как объяснительной фикции. «Технологии поведения» как способы контроля и манипулирования индивидом и средство установления социальной гармонии в пространствах потребительского общества. Культура как аппарат всеобщего подчинения. Пропагандистский потенциал «самооправдывающегося пророчества» и концепция «уготованного будущего» как результата властных манипуляций массами в пространствах потребительского общества (Г. Кан).

ЛИТЕРАТУРА

Основная

Аръес Ф. Человек перед лицом смерти. М. 1992. 520 с.

Барт Р. Мифологии. М. 1996. 312 с.

Бодрийяр Ж. Символический обмен и смерть. М. 2000. 389 с.

Бурдые П. Социальное пространство: поля и практики. Спб. 2005. 576 с.

Лебон Г., Тард Г. Психология толп. Мнение и толпа. М. 1998. 416 с.

Дополнительная

Араб-Оглы Э.А. Демографические и экологические прогнозы. М. 1978. гл.8.

Бодрийяр Ж. Система вещей. М. 1999. 224 с.

Кара-Мурза С.Г. Манипуляция сознанием. М. 2000. 832 с.

Ольшанский Д.В. Психология масс. Спб. 2002. 368 с.

Почепцов Г.Г. Имидж и выборы. Имидж политика, партии, президента. К., 1997. 140 с.

Скиннер Б.Ф. Технология поведения // Американская социологическая мысль. М., 1994. С.16-23.

Харрис Р. Психология массовых коммуникаций. Спб. 2002. 288 с.

Чалдини Р. Психология влияния. Спб. 2009. 288 с.

Шиллер Г. Манипуляторы сознанием. М. 1980. 325 с.

Riesman D. Individualism reconsidered. Glencoe, 1954. 529 p.

Тема 8. Социокультурная динамика элиты и массы в потребительском обществе

Проблема отождествления «общественного» и «массового» в жанрах массовой культуры и потребительской идеологии. Исчезновение индивида как уникальной личности и замена его на массу как скопления индивидов

по Э. Юнгера. Увеличение доли «массового» как условие и результат прогресса социальной организации (Г. Спенсер). Общество как «человеческий агрегат» в работах Г. Спенсера, С. Сигеле. Интерпретация «естественного отбора» как отбора социального в пространствах потребительского общества. Тотальность и автоматизм эволюции по У. Самнеру. Принцип «экономии мышления» Э. Маха как производная биологической потребности организма в самосохранении. Отражение неравенства в жанрах массовой культуры как «естественного» состояния потребительского общества. Евгенические трактовки социального неравенства: конфликт праздных и «непродуктивных» аристократов с «неприспособленными» массами (Ф. Гальтон). Социальная эволюция как «интеллектуализированная» борьба за существование и выживание наиболее «морально достойных» потребительского общества (Л. Т. Хобхаус). Социальная стратификация и проблема распределения власти в массовом обществе (Ч. Р. Миллс). Интерпретация классов как носителей стиля жизни и проблема «культурного капитала классов» (П. Бурдьё). Концепция социальной структуры Ф. Гиддинга: «жизненные классы», «классы личностей» и «социальные классы». Рабочий класс и социальные аутсайдеры (Г. Маркузе). Разобщённость социальных уровней массового общества и тенденция к их автономизации (Д. Белл). Уровни социальной массовизации в пространствах потребительского общества: «элита», «средний класс», «публика», «толпа». Игровой гедонизм, обострённое внимание к собственному телу, социальный конформизм и потребительство как основные параметры массового человека и критерии жанров массовой культуры. Проблема властного оперирования стратифицированным потребительским обществом. Идеиные предтечи элитизма: Платон, Н. Макиавелли, Т. Карлейль, Ф. Ницше. Процессы социального вырождения: элита и масса как «выродки» общества (Г. Тард). Генезис элит и их циркуляция в пространствах потребительского общества по В. Парето. Понятие «нормального состояния правящего класса» Г. Моски. «Властвующая элита» и её искусственный язык (Ч. Р. Миллс). Власть как «управление» побеждёнными с целью создания в пространствах потребительского общества выгодного всем социального порядка (М. Дюверже). Элита как «активное меньшинство» и проблема элитизации бюрократии по Р. Михельсу. Разработка типологии элит у А. Этциони, Т. Дайя, Л. Фройнда, А. Тойнби. «Интеллектуалы-предприниматели» как новый тип социальной элиты в пространствах потребительского общества (Й. Шумпетер). «Традиционная» и «органическая» интеллигенция и способы её воспроизводства в теории А. Грамши. Принципы пребывания аристократии в жанрах массовой культуры и пространствах потребительского общества (Х. Ортега-и-Гассет). Проблема элитизации социального творчества (Ч. Р. Миллс, Х. Ортега-и-Гассет, Н. Бердяев, А. Тойнби). Проблема топологии элиты. Трактовка общества как исторического типа взаимоотношения между

центром и периферией Э. Шилзом. Идея «педагогический провинции» в философской утопии Г. Гессе. Элита как структурообразующий элемент отчуждающей «системы» в концепции Ю. Хабермаса. Оценка «среднего класса» как сообщества средних способностей и средних возможностей К. Леонтьевым. Интерпретация «среднего класса» как буферной зоны социальной стабильности между элитой и массой в пространствах потребительского общества у Г. Моски. Теории «социального согласия», «баланса» и «пограничной ситуации» в пространствах потребительского общества. Типология массы по Г. Тарду: «публика» и «толпа». Публика как социальная группа, состоящая из индивидов, обладающих общим источником информации. Публика как будущее толпы. Закон «духовного единства толпы» по Г. Лебону. Социальные параметры толпы, структура и классификации толп. Проблема изменчивости мнений и представлений в толпе. Взаимосвязь духовного кризиса элиты и крушения массы в пространствах потребительского общества по Н. Бердяеву. Э. Канетти об «ослеплённости» массового человека и необходимости освоения бессознательного опыта «пребывания в массе». Институциональные анклавы массовости как следствие властного препарирования социума (Э. Канетти). Проблема защиты прав человека от посягательств правящих элит (Г. Лассуэлл). Аннигиляции смысла в массе и очарование бессмыслицей в форме «соблазна» и «сращения» в жанрах массовой культуры (Ж. Бодрийяр). Абсурд как восторг массы в пространствах потребительского общества. Импульсивность массы как поглощение ею всего, что попадает в поле её интересов. Масса как инертное тело социального в пространствах потребительского общества. «Массовизированное социальное» как всеобщий симулякр и его отражение в жанрах массовой культуры.

ЛИТЕРАТУРА

Основная

Бодрийяр Ж. О сращении // *Ad Marginem* '93: Ежегодник. М., 1994. С. 324–353.

Канетти Э. Масса и власть. М. 1997. 528 с.

Лебон Г. Психология народов и масс. СПб. 1995. 311 с.

Миллс Ч.Р. Властвующая элита. М. 2007. 844 с.

Сигеле С. Преступная толпа. Опыт коллективной психологии // Преступная толпа. М., 1998. С.13–119.

Тард Г. Социальная логика. М. 1996. 548 с.

Моска Г. История политических доктрин. М. 2012. 324 с.

Лассуэлл Г. Психопатология и политика. М. 2005. 356 с.

Дополнительная

Ашин Г.К. Современные теории элит: Критический очерк. М. 1985. 256 с.

Бердяев Н. Философия неравенства. М. 1990. 592 с.

- Московичи С. Век толп: Исторический трактат по психологии масс. М. 1996. 354 с.
- Ортега-и-Гассет Х. Восстание масс // Антология литературно-эстетической мысли. М. 1991. 506 с.
- Райх В. Психология масс и фашизм. СПб. 1997. 380 с.
- Сорокин П.А. Главные тенденции нашего времени. М. 1993. 195 с.
- Mosca G. Elementi di scienza politica. Mil. 1953.
- Shils E. The Intellectuals and the Power: Other essays. Chic. L. 1972.

Тема 9. Цивилизация масс: стратегии формирования и социокультурного воспроизводства

Социальное противостояние природе как исходная посылка западной цивилизации и источник её социокультурного «сумасшествия». Э. Дюркгейм, М. Хоркхаймер, Т. Адорно о цивилизации как массовизирующемся безумии и ее отражение в жанрах массовой культуры. Вытеснение «общинности» как естественного способа организации коллективной жизни «общественностью» как формой институциональной организации социума в концепции Ф. Тённиса. Анализ этапов становления цивилизации Т. Вебленом: доисторические времена первобытного общества, исторические времена грабительского общества, эпоха денежного общества. Теория круговорота локальных цивилизаций А. Тойнби. Проблема преемственности в истории цивилизаций в работах Г. Лебона, Г.Тарда, З. Фрейда, К. Г. Юнга, С. Московичи. Прогрессирующая рационализация как рок западной цивилизации (М. Вебер). Проблема стереотипизации ценностного мира массового человека у А. Глюксмана как аксиологическое основание массовой культуры и потребительской идеологии. Цивилизация как становление и оформление знаковой системы (Р. Барт, Ж. Бодрийяр). Анализ цивилизационных тенденций иррационализма и интуитивизма Й. Хейзингой. Кризис цивилизации как отражение прогрессирующей конфронтации с бессознательным (З. Фрейд, К. Г. Юнг, М. Элиаде). Драма цивилизованного отчуждения и «диалектика пессимизма» как форма отрицания социального прогресса в концепции Р. Арона. Бессмысленность идеи социальных преобразований и принципиальная неразрешимость противоречий цивилизации у Р. Нибура. Мегаломания как инобытие ничтожности массового социального индивида в жанрах массовой культуры. Индустриально-урбанистическая топология цивилизации. Город как кристаллизованная среда массы, очаг её социального оздоровления в представлениях «школы социальной гигиены» (Э. Чадуик, Л. Виллерме, Р. Вирхов). Город как пространственное оформление социальной институализации, территориальная доминанта массовой культуры и потребительской идеологии (М. Кастельс). Стратификационная разметка цивилизационного времени: «рабочие кварталы», «спальные районы», «рекреации», «центры развлечений».

Антагонизм «мы-групп» и «они-групп» как отражение противоречия «согласия» и «враждебности» в городских этнокультурных анклавах потребительского общества (У. Самнер). Социально-философские параметры урбанизма (М. Вебер, Ф. Теннис, Г. Зиммель, Р. Парк, Л. Вирт, Ж. Ле Гофф, Г. Маркузе, Х. Ортега-и-Гассет). Отражение экзистенциальной антропометрии цивилизации в жанрах массовой культуры: абсурд, апатия, одиночество, цинизм, обречённость, отстраненность, постороненность, равнодушие, пессимизм, неврозы и психозы. (А. Камю, Л. Бинсвангер, К. Хорни, А. Адлер, Д. Рисмен, М. Фуко). Отражение в жанрах массовой культуры трагедии объективации человечности как фундамента цивилизованных тоталитарных систем (Ф. Больнов). Внепоколенческий, вневозрастной и внеполовой модус пребывания «экономически активного населения» в пространствах потребительского общества. Диалектика «жертвенного кризиса» и «заместительной жертвы» в цивилизационной динамике потребительского общества по Р. Жирару. «Нацеленность на бедствие» как главная характеристика массового социального и массовой культуры в пространствах потребительского общества (П. Сорокин, Ж.-П. Сартр, Ж. Бодрийяр, М. Фуко, Ф. Ланге). Эсхатологичность и апокалиптичность как формы реакции массы на неподлинность социального бытия, представленную в жанрах массовой культуры. Власть и элита как создатели и проводники идеи катастрофы: социальные и техногенные катастрофы в жанрах массовой культуры. Социально-индуцированные неврозы в жанрах массовой культуры как способ гомогенной консолидации массы. Институциональный шантаж массы проблемой безопасности в жанрах массовой культуры. Инфляция апокалиптического мышления массы и мистицизм. Предрассудки, суеверия и «созидание идолов» как примитивная имитация массой императивов сознания в жанрах массовой культуры. Катастрофа как символическое жертвоприношение и бессознательное стремление массы к восстановлению первичного единства со средой в жанрах массовой культуры. Тяга к катастрофе и деструктивности как отражение социальной зависти массы в отношении элиты и ненависти к социальным низам. Социальная дегустация и симуляция смерти как превращение онтологического акта умирания в фальшивую идеализацию жизни в жанрах массовой культуры. Судьба масс как возвышенная бесцельность обыденного (Э. Юнгер). Экзистенциальный абсентизм цивилизованной приватности. «Частная жизнь» как массовая альтернатива «публичности» социального прогресса.

ЛИТЕРАТУРА

Основная

Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура. М. 2000. 606 с.

Катастрофическое сознание в современном мире конца XX века: По материалам международных исследований. М. 1999. 348 с.

Маркузе Г. Эрос и цивилизация. К. 1995. 352 с.

Новая технократическая волна на Западе. М. 1986. 453 с.

Форрестер Дж. Мировая динамика. М. 2003. 379 с.

Фромм Э. Анатомия человеческой деструктивности. М. 1994. 447 с.

Дополнительная

Бодрийяр Ж. Общество потребления. Его мифы и структуры. М. 2006. 269 с.

Больнов О. Ф. Философия экзистенциализма. СПб. 1999. 224 с.

Веблен Т. Теория праздного класса. М. 1984. 367 с.

Камю А. Бунтующий человек. М. 1990. 418 с.

Лоренц К. Агрессия: Так называемое «зло». М. 1994. 272 с.

Маркузе Г. Одномерный человек. М. 1994. 368 с.

Московичи С. Машина, творящая богов. М. 1998. 560 с.

Фрейд З. Психоанализ. Религия. Культура. М. 1992. 296 с.

Фромм Э. Бегство от свободы. М. 1990. 272 с.

Раздел 2. Трансформация социокультурных институтов потребительского общества

Тема 10. Постисторический характер культуры потребительского общества

Уход массового человека в мир «приватного индивидуализма» как способ анклавизации исторического процесса (А. Токвиль). Конфликт с бессознательным и проблема антагонизации индивида с «прошлым» в институтах массовой культуры и в потребительской идеологии. Идея М. Унамуно о бытии человека как о биографии: сценарии ее интерпретации демонстрации в жанрах массовой культуры. Индивиды как единственная конкретная историческая реальность по М. Хоркхаймеру. «Интраистория» как путь к подлинному единению человеческого рода. Прошлое как «заложник» свободы человека (Ж.-П. Сартр). Сущность «иронии истории» над греховным человеком по Р. Нибуру. Фатализация и фетишизация человеческой истории как «естественного процесса» и интерпретация социальных законов как элементарной разновидности законов природы Л. Гумпловичем. Несовместимость исторической необходимости и личной свободы как повод к «освобождению от истории» в массовом обществе (Ж. Эллюль). Иррационалистические интерпретации исторического единства человечества как элементарной совокупности взаимодействий органических культурных видов. Ж. А. Гобино о неравенстве рас и деструктивной роли отдельных «этнических смесей» в затухании «очагов цивилизации» и «вырождении человека». История человечества как «история неудавшихся цивилизаций» (Т. Адорно). История человечества как история проигранных войн и подготовки к ним по А. Глюксману. Ж. Сорель о насилии как высшем творческом начале истории и сценарии его интерпретации в жанрах массовой культуры. Критика традиционного философско-исторического схематизма в «культурно-исторической монадологии» О. Шпенглера. Концепция культурно-исторических типов Н. Я. Данилевского о самодовлеющей замкнутости дискретных социальных организмов. Отрицание закономерности исторического познания и замена его процедурой отнесения к надиндивидуальным, надсубъективным и надбытийственным ценностям (Р. Арон, В. Виндельбанд, Г. Риккерт). «Чувственный» тип культуры как экспонат в музее социокультурной патологии массовой цивилизации (П. Сорокин). Потребление антиквариата как паразитизм на творчестве прошлых поколений и сценарии его демонстрации в жанрах массовой культуры. Модная иллюзия «историчности» массового общества для элиты. Вещи старины как симуляция завершённости времен и поколений (Ж. Бодрийяр). Тезис Б. Кроче: «всякая истинная история есть современная история», в контексте тождества исторического бытия и мышления (Дж. Джентиле, Р. Коллингвуд). Парадоксы памяти масс и проблема диффузии поколений (Ж.

Бодрийяр). «Пережитки» как живые памятники прошлого и «тени» историчности (Э.Б. Тайлор). Массовый человек как воплощённое отрицание вечности по Н. Бердяеву. «Жажда бессмертия» и «голод по бытию» как образ переживания опыта массового социального «Ничто» в институтах массовой культуры и в потребительской идеологии. Обычай, обряды и исторические символы как способы социальной ритуализации пребывания массы в контексте утраты ею пространственно-временных ориентиров (Э. Б. Тайлор, Э. Канетти). Проблема «личного бессмертия человека» как способ постановки проблемы Человека вообще в жанрах массовой культуры (М. Унамуно). Буржуазное «упразднение» истории по Р. Барту. Параметры «социализации» времени в концепции К. Ясперса. Историческая наука – «тотальный», организованный ансамбль исторических данных (Ф. Ариес). История как орудие политической лжи (Й. Хейзинга). Миф как форма политизации прошлого и сакрализации настоящего (Ж. Бодрийяр). «Десакрализованная история» как причина возникновения Бунта и тезис А. Камю: «Я бунтую, следовательно, мы существуем». Трактовка массовой цивилизации как постисторической гиперреальности Ж. Бодрийяром.

ЛИТЕРАТУРА

Основная

- Бердяев Н.А.* Смысл истории. М. 1990. 175 с.
Бодрийяр Ж. Система вещей. М. 1995. 224 с.
Канетти Э. Масса и власть. М. 1997. 527 с.
Коллингвуд Р.Дж. Идея истории: Автобиография. М. 1980. 486 с.
Тойнби А. Дж. Постигание истории. М. 1990. 736 с.
Унамуно М. де. О трагическом чувстве жизни. К. 1996. 416 с.
Фукуяма Ф. Конец истории? // *Вопр. философии.* 1990. № 3. С. 134-148.
Ясперс К. Смысл и назначение истории. М. 1990. 527 с.

Дополнительная

- Данилевский Н.Я.* Россия и Европа: Взгляд на культурные и политические отношения Славянского мира к Германо-Романскому. СПб. 1995. 522 с.
Кроче Б. Эстетика как общая наука о выражении и как общая лингвистика. М. 2000. 171 с.
Поппер К. Нищета историцизма. М. 1993. 188 с.
Риккерт Г. Науки о природе и науки о культуре. М. 1998. 413 с.
Тайлор Э. Первобытная культура. М. 1989. 573 с.
Философия истории: Антология. Пособие для студентов гуманитарных Вузов. М. 1994. 351 с.
Хоркхаймер М. Диалектика просвещения. Философские фрагменты. М.; СПб. 1997. 312 с.
Шпенглер О. Закат Европы. Т.1. Образ и действительность. М. 1998. 663 с.

- Шпенглер О.* Закат Европы. Т.2. Очерки морфологии мировой истории. М. 1998. 606 с.
- Aron R.* La philosophic critique de l'hstoire. P. 1964.
- Tocquenille A.* L'ancien Régime et la Révolution. P. 1956.
- Gobineau G.* Essai sur l'inégalité des races humaines. P. 1884.
- Ellul J.* Propaganda. N.Y. 1973.

Тема 11. Массовая культура как идеология потребительского общества

Дезинтеграция исторического процесса и попытка его идеологической реконструкции в институтах массовой культуры и в потребительской идеологии. Социальный прогресс как изменение внушаемых массам идеологических парадигм (Г. Лебон). Проблема определения средств и методов поддержания желательного социального порядка и ее отражение в жанрах массовой культуры и в потребительской идеологии. Бессознательно шифруемые социальные импульсы как основа «ложной идеологии» и средство отражения исторического момента по Т. Адорно. Идеология как деривация и ее оппозиция истине (В. Парето). В. Парето о «языке чувств» массы как основе манипулятивных практик власти в институтах массовой культуры и в потребительской идеологии. Идеологическая направленность тезиса Д. де Траси «чувствую – значит существую». Маскирующая и заместительная функция идеологии по отношению к социальной реальности и ее отражение в жанрах массовой культуры и в потребительской идеологии. Властные объективации вещного мира как способ его идеологической формализации. Господство «количественности» как модус недиалектичности идеологии (М. Фуко). Коммуникация и информация как базис идеологического программирования масс в пространствах потребительского общества. Закономерности общественной несвободы в идеологической реконструкции отношений «господства – подчинения» (А. Глюксман). Идеология как апология существующего социального порядка в пространствах потребительского общества и взглядов господствующего класса (К. Мангейм). Антропологическая критика идеологических манипуляций человеком в массовом обществе (К. Апель). Аппелляция к «естественности» существующего социального порядка как основа онтологизации идеологического манипулирования массами в пространствах потребительского общества. Идеология как материализованная сила (В. Райх). Тезис В. Ленина: «идеи становятся материальной силой, когда они овладевают массами». Идеологический редукционизм духовной жизни к примитивным как наиболее эффективным механизмам эксплуатации витальности масс (З. Фрейд, К. Г. Юнг, В. Одайник, В. Райх, К. Хорни). Социальные теории как «производные» идеологии и их роль в борьбе элит за власть (В. Парето).

Макиавеллистский характер идеологии как профессионального оформительства массовых представлений в законченные продукты политической мифологии (Р. Барт). Роль идеологических мифов в политической адаптации истории для масс и ее отражение в жанрах массовой культуры и в потребительской идеологии. Миф о «народном представительстве» и «суверенитете» (Г. Моска). Идеолог как «инженер человеческих душ» (Миллс Ч.Р.). Подмена части целым: частичная идеология как выражение идей и представлений отдельного индивида относительно его общественного положения. Тотальная идеология как идеология эпохи или класса (К. Мангейм). Партийная идеология как «коллективный интеллект» (А. Грамши). Идеология как тоталитарная альтернатива вытесненным индивидуальным ценностям и ее отражение в жанрах массовой культуры и в потребительской идеологии. Тоталитаризм как «вещь-в-себе» и «конкретная универсалия». Деприватизация как путь к тоталитаризму (Х. Арендт). Иррациональность социальной практики в тотальном обществе (М. Хоркхаймер). Отражение в жанрах массовой культуры и потребительской идеологии мысли Дж. Оруэлла о мструктурности тоталитаризма и изощрённости форм физического и духовного порабощения человека идеологией. Утопия как «идеология социального реванша» угнетённых классов и сценарии ее демонстрации в жанрах массовой культуры. Дихотомия «идеологии» и «утопии» и их диалектика по К. Мангейму. Социальная утопия как «вечная» тема цивилизации у Й. Хейзинги. Революция и террор как формы социальной оппозиции идеологическому прессингу власти и сценарии их отражения в жанрах массовой культуры и в потребительской идеологии. Революция как насильственная смена идеологической парадигмы. Революция как повод укрепления власти в социуме (А. Глюксман). Идеологичность истории литературной политики буржуазии в семиологическом проекте Р. Барта. Текст и письмо как постмодернистские аналоги социальной революции и способы перенесения её во власть. Идеологический «новояз» как форма семантического террора (Дж. Оруэлл). Терроризм и его связь с массовыми идеологиями (коммунизм, фашизм, ислам, миллениаризм). Террор как «дедукция» из идеологии по Х. Арендт. Терроризм как форма теневого «альтернативного социального управления» на уровне манипуляции базальными инстинктами масс и сценарии его отражения в жанрах массовой культуры. Практика списывания террора «вовне» как способ консолидации и стабилизации «власти» и «среднего гражданина». Превращение социальной революции в одну из форм технического прогресса в контексте концепции «деидеологизации» (Д. Белл, Э. Шилз, Р. Арон, К. Поппер). Информатизация парадигмы манипуляции поведением масс в концепции реидеологизации (З. Бжезинский, О. Тоффлер, Е. Масуд, Дж. Пелтон).

ЛИТЕРАТУРА

Основная

- Адорно Т.* Проблемы философии и морали. М. 2000. 239 с.
- Арендт Х.* Истоки тоталитаризма. М. 1996. 672 с.
- Барт Р.* Избранные работы. Семиотика. Поэтика. М. 1994. 615 с.
- Белл Д.* Грядущее постиндустриальное общество. Опыт социального прогнозирования. М. 2004. 944 с.
- Манхейм К.* Избранное. Диагноз нашего времени. М. 2010. 744 с.
- Поппер К.* Открытое общество и его враги. Т.1: Чары Платона. М. 1992. 448 с.
- Поппер К.* Открытое общество и его враги. Т.2: Время лжепророков: Гегель, Маркс и другие оракулы. 1992. 528 с.
- Райх В.* Психология масс и фашизм. СПб. 1997. 380 с.
- Фуко М.* Воля к истине: по ту сторону знания, власти и сексуальности. М., 1996. 448 с.

Дополнительная

- Грамини А.* Формирование человека (Записки о педагогике). М. 1983. 224 с.
- Жижек С.* Возвышенный объект идеологии. М. 1999. 234 с.
- Идеологические и психологические аспекты исследования массового сознания: Сборник обзоров. М. 1989. 241 с.
- Маркузе Г.* Одномерный человек. Исследование идеологии Развитого Индустриального Общества. М. 1994. 368 с.
- Матц У.* Идеология как детерминанта политики в эпоху модерна // Полис. 1992. № 1-2.
- Сорокин П.А.* Голод как фактор. Влияние голода на поведение людей, социальную организацию и общественную жизнь. М. 2003. 684 с.
- Дюмон Л.* Номо аеqualis. Генезис и расцвет экономической идеологии. М. 2000. 240 с.
- Pareto V.* Compendio di sociologia generate. Torino. 1978. P.317.

Тема 12. Научные сценарии массовизации мировоззрения и культуры в потребительском обществе

Эксплуатация векового авторитета науки как гаранта легитимности и эффективности идеологического воздействия в институтах массовой культуры и в потребительской идеологии. Редукция «научного» к «политическому» в концепции Г. Лассуэлла. Тотальность политического как отражение тотальности научного (А. Глюксман). Роль науки в подавлении иных форм сознания и инициации негативных социальных и природных процессов. Наука как форма отчужденного мышления, источник догматизма, тоталитарных претензий цивилизации к миру и

сценарии ее демонстрации в жанрах массовой культуры. Сущность требования равноправия науки и ненаучных способов видения мира (К. Хьюбнер). Д. Белл о перспективах замещения наукой интегративных функций идеологии. Научная политика как инструмент господства правящей элиты в пространствах потребительского общества (Г. Моска). К. Мангейм о сущности научной методологии как побочного продукта становления буржуазии. Идеология как наука, рационально обосновывающая социальные аспекты бытия человека (Х. Альберт). Анализ принципов научной рациональности как определяющей черты современной цивилизации М. Вебером. Идея «неистинности целого» в контексте системного теоретизирования как генерализации и подавления индивидуального «тотальностью массы» (Т. Адорно). Современная наука как «фабрика феноменов» массовой культуры и потребительской идеологии в концепции Г. Башляра. Специфика перехода от «естественной феноменологии», основанной на описании природных данных, к «феноменотехнике», заранее, в мысли конструирующей феномены и превращающей их в эмпирические данности объективного мира. Парадоксы математизации разума. Роль анализа в процессе научного разложения мира. Интеллект как орудие оперирования «мёртвыми вещами» и форма адаптации к знаковым системам (А. Бергсон). Наука как система технизации символов, имеющая операциональное значение (Дж. Сантаяна). Роль «инструментального разума» науки в идеологической сервировке власти и ее в жанрах массовой культуры и в потребительской идеологии по М. Хоркхаймеру и ее отражение в жанрах массовой культуры и в потребительской идеологии. Наука как ведущая «социальная услуга» в пространствах потребительского общества. Фетишизация научного знания как теоретического источника политических решений в контексте самооценности НТР (Т. Адорно). «Формальность» и бессодержательность чистой эмпирии и «содержательность» формы как основная характеристика метода современной науки (Г. Башляр). Проблема специализации в науке как отражение упадка научной формы освоения знания. «Чистая» фундаментальная наука как нормативный источник развития прикладных отраслей. Деграция «чистой» фундаментальной науки как отражение измельчения и омассовления научной деятельности в пространствах потребительского общества. Эволюция науки: от энциклопедизма через отраслевизацию – к узкой специализации. Отрасли знания как самостоятельные институциональные анклавы в пространствах потребительского общества. Нормативная структура знания и её инструктивная направленность в контексте пуританского генезиса науки (Р. Мертон). Наука как оценочная деятельность и параметры эффективности научных исследований в институтах массовой культуры и в потребительской идеологии. Идея релятивности норм научно-познавательной деятельности. Научные приоритеты: универсализм, коллективизм, бескорыстность и

организованный скептицизм и сценарии их демонстрации в жанрах массовой культуры. Система стимулирования научных исследований. Наука как призвание и профессия. Институциональная профессионализация деятельности по М. Веберу и сценарии ее демонстрации в жанрах массовой культуры. Проблема «этоса науки» в контексте взаимодействия учёного и научного сообщества. Формы признания научных заслуг: эпонимия, награды и звания в жанрах массовой культуры. Формы социальной девиации в научном сообществе: плагиат, шельмование противников, отказ от борьбы за признание. Проблема социальной апатии науки (Х. Ортега-и-Гассет) и антропологическая критика идеологических манипуляций человеком и обществом (К. Апель, Ч. Р. Миллс). Ученый как «первобытный варвар» наших дней (Х. Ортега-и-Гассет). «Эксперт» и «специалист» как модусы «неграмотного ученого» в жанрах массовой культуры и потребительской идеологии. Нравственные императивы «неграмотных учёных»: самоуверенность, снобизм, эгоизм, цинизм. Учёный-интеллектуал как знак торжествующего человека массы в пространствах потребительского общества. Враждебность массы процессам интеллектуального порабощения «языком науки» и террору схематизации. Разгул зрелищности как альтернатива научной отчуждённой информации в институтах массовой культуры и в потребительской идеологии. Ж. Бодрийяр об утрате специализации в социальных исследованиях. «Всё обо всём» как показатель цивилизованности «знания» в институтах массовой культуры и в потребительской идеологии. Грани популяризации и популизма в науке и их интерпретация в жанрах массовой культуры. Наука и проблемы социальной упорядоченности. Научная разработка метрики социального пространства массового общества. М. Вебер об ориентации науки не на должное, а на политически возможное. Социальный заказ как детерминанта политизации содержания научных прогнозов и сценарии их демонстрации в жанрах массовой культуры. Наука как социальная астрология. Миссионерство ученых как выразителей общих интересов человечества и координаторов технологического развития мира (Г. Лассуэлл).

ЛИТЕРАТУРА

Основная

Баиляр Г. Новый рационализм. М. 1987. 376 с.

Бергсон А. Творческая эволюция. Материя и память. Минск. 1999. 1408 с.

Вебер М. Наука как призвание и профессия // Вебер М. Избранные произведения. М. 1990. С.707-736.

Манхейм К. Диагноз нашего времени. М. 1994. 538 с.

Мертон Р. Эффект Матфея в науке. Накопление преимуществ и символизм интеллектуальной собственности // Thesis. 1993. № 3.

Хоркхаймер М. Диалектика просвещения. Философские фрагменты / М.Хоркхаймер, Т.В.Адорно. М.; СПб. 1997. 312 с.
Хюбнер К. Критика научного разума. М. 1994. 326 с.

Дополнительная

Кун Т. Структура научных революций. М. 1977. 300 с.
Ортега-и-Гассет Х. Избранные труды. М. 1997. 704 с.
Поппер К. Логика и рост научного знания. М. 1983. 605 с.
Поппер К. Объективное знание. Эволюционный подход. 2002. 384 с.
Современная философия науки: знание, рациональность, ценности в трудах мыслителей Запада: Учебная хрестоматия. М. 1996. 396 с.
Степанов Ю.С. Альтернативный мир, дискурс, факт и принцип причинности // Язык и наука конца 20 века. М. 1995. С.35-73.
Степин В.С. Научное познание и ценности техногенной цивилизации // Вопр. философии. М., 1989. № 10. С. 15-18
Lasswell H. The structure and function of communication in society // Mass communications. Urbana. 1960. 695 P.

Тема 13. Техническое сопровождение массовой культуры в потребительском обществе

Принцип «технической рациональности» и технологизация статуса индустриального знания как основа и критерий социального развития в пространствах потребительского общества (Ю. Хабермас, Р. Арон, Д. Белл). Х. Ортега-и-Гассет о техническом прогрессе как условии и катализаторе развития массовой культуры и потребительской идеологии. Социальный прогресс как порабощение человека техникой и технологией в пространствах потребительского общества (Ж. Эллюль). Вытеснение гуманистических целей развития человечества техническими средствами господства над природой. Технические средства как самоцель развития «технологического общества». Социальный детерминизм как технологический императив развития человечества. Техника как «органическое продолжение работника» и материальная основа реализации его «воли к власти» и способы ее интерпретации в жанрах массовой культуры (Э. Юнгер, П. Друкер). Понятие «технологического придатка к машине» как интерпретация сущности человека по Ж. Эллюлю. Трактровка Ж. Бодрийяром электроники как социально-снятой витальности и суррогата «божественного» в постиндустриальном обществе. Иллюзии бессознательного господства человека массы в «производственном процессе» над материей и создании автономного человекоподобного механизма. Робот в жанрах массовой культуры как антропоморфный «защитник» человечества от агрессии непознанной природы и бессознательный проект освобождения человечества от вековых пут отчуждённого труда. Робот в системе социальной стратификации

потребительского общества: «серые воротнички», «синие воротнички», «белые воротнички» и «стальные воротнички». Многофункциональность техники как отражение содержательного ничтожества массового человека и предел его инструментального измерения в пространствах потребительского общества. Уничтожение интимности внутреннего мира человека в жанрах массовой культуры как неизбежная плата за телесную сохранность и комфорт. Комфорт как технологическая иллюзия «освобождения от обыденности» потребительского общества по Ж. Бодрийяру. Техника как товарное позиционирование бессознательной человеческой агрессивности. Ю. Хабермас об эскалации латентной агрессивности «мягких» и «щадящих» технологий. Техническая некрофилия массового человека (Э. Фромм). Бунт техники как сценарий высокотехнологичной «мести» человечеству за лудизм эпохи промышленного переворота. Противопоставление НТР и социальной революции в концепции Ж. Фурастье. Революционные движения как вариант негативной реакции масс на издержки технического прогресса и сценарии их демонстрации в жанрах массовой культуры (Ж. Эллюль). От революционного идеализма – к негации «бунтов». Сценарии демонстрации в жанрах массовой культуры страха бунта техники как продолжения бессознательного бунта человека массы против превращенного, противоестественного характера социальных связей на уровнях «человек-человек», «социум-человек», «человек-техника» и «социум-техника» (Ж. Бодрийяр). Индустриализационный мессианизм буржуазии (Ж. Эллюль). Ключевая роль «техноструктуры» в оптимизации социально-корпоративных отношений (Дж. Гэлбрейт). Влияние техноструктуры на процесс принятия политических решений. Техника как метафизика и этика новой эпохи в пространствах потребительского общества по Э. Юнгеру. Стратегии интерпретации нового индустриального общества как продукта власти технократии в жанрах массовой культуры и потребительской идеологии.

ЛИТЕРАТУРА

Основная

- Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество. Опыт социального прогнозирования. М. 2004. 944 с.
- Бодрийяр Ж. Система вещей. М. 1999. 224 с.
- Ортега-и-Гассет Х. Восстание масс. Сборник. М. 2002. 506 с.
- Фромм Э. Анатомия человеческой деструктивности. М., 1994.
- Хайдеггер М. Вопрос о технике // Хайдеггер М. Время и бытие. М. 1993. 448 с.
- Шпенглер О. Проблема техники // Культурология 20-й век. Антология. М. 1995. 703 с.

Эллюль Ж. Другая революция // Новая технократическая волна на Западе. - М., 1986. С. 147-152.

Юнгер Э. Рабочий. Господство и гештальт; Тотальная мобилизация; О боли. СПб. 2000. 539 с.

Дополнительная

Барбур И. Этика в век технологии. М. 2001. 403 с.

Гэлбрейт Дж.К. Экономические теории и цели общества. М. 1979. 360 с.

Деменчонок Э.В. Современные технократические идеи в США. М. 1984. 240 с.

Друкер П. Эффективное управление. М. 1998. 288 с.

Исаченко И., Кочетков Г., Могилевкин И. Наука и техника против человека. М. 1985. 238 с.

Иноземцев В. Новая постиндустриальная волна на Западе. Антология. 1999. 640 с.

Поланьи К. Великая трансформация. Политические и экономические истоки нашего времени. 2002. 314 с.

Социальные технологии: Толковый словарь. М. Белгород. 1995. 309 с.

Философия техники в ФРГ. Сборник. М. 1989. 528 с.

Хабермас Ю. Демократия. Разум. Нравственность. Московские лекции и интервью. М. 1995. 252 с.

Хабермас Ю. Техника и наука как идеология. М. 2007. 208 с.

Тема 14. Доминанта потребительских инстинктов в массовой культуре

Труд как господствующая форма полагания природы и превращения сущности человека. Урбанистическая эксплуатация природы как гуманизированная альтернатива эксплуатации человека (В. Беньямин). Интерпретация человека как экономического существа и мира как фабрики как мировоззренческий сценарий формирования потребительского общества. «Накопление капитала» как основной показатель развития общества (Ю. Росту). Технично-экономический прогресс социальных институтов на фоне всеобщей культурной инфляции в пространстве потребительского общества (Т. Веблен). «Аутентичная демократия» как лобби «императива прибыли» в потребительском обществе (М. Дюверже). Номенклатура производственных «треб» массового общества как сюжетная основа жанров массовой культуры. Тело как средство производства и предмет потребления в массовом обществе. Инструменталистское измерение тела в контексте отчуждённого труда. Критическое мышление как единственный неотчужденный вид труда по М. Хоркхаймеру. Интеллектуализация производства и феномен «удешевления» разнообразия до уровня «однообразия» по О. Тоффлеру. Биосоциальные функции труда и проблемы добровольной трудовой

дисциплины (В. Райх). Институциональный паразитизм на естественных потребностях человека как прибыльная сюжетная линия массовой культуры (Л. Гумплович, Б. Малиновский). «Работник» как носитель бремени социальности масс. Функциональное превращение работника в солдата «трудовой армии». Униформа рабочего как признак принадлежности к рабочей армии. «Власть-мощь» как основная характеристика «гештальта» рабочего (Э. Юнгер). Упразднение реальных трудовых содержаний снятыми отношениями товарно-предметных форм в пространстве потребительского общества (Ж. Бодрийяр). Потребление как бессознательная компенсация бессодержательности отчуждённого труда в товарной форме. Производственная объективация материи и проблема массового потребления товарных объектов как экономический фон массовой культуры. Функциональная самодостаточность товара и превращение его в активного социального субъекта как сценарий дегуманизации потребительского общества (Ж. Бодрийяр). Проблема формирования парадигмы массового потребления культурных продуктов и его инфляционный характер (Э. Канетти). Эскалация ложных потребностей массы как проекция и показатель ее валового прироста. Масса как главный товар и основной его потребитель (Г. Маркузе, Ж. Бодрийяр, Х. Ортега-и-Гассет). Эскалация потребления как форма постиндустриального социокультурного Танатоса (Ж. Бодрийяр). Цивилизация как кладбище материи культуры и проблема утилизации мёртвого товара. Мир как номенклатура потребительских товаров и рынок как перекрёсток социальных взаимодействий потребительских интересов. Пластмасса как знак интеракции власти и массы в пространстве потребительского общества (Р. Барт). Интенсификация потребления суррогатов как материализованное и идеализированное инобытие аутофагии массы («нация фаст-фуда», концентраты, субпродукты, сублимированная пища, идеология, реклама, сплетни и т. д.). Обострение проблемы утилизации как высокотехнологичной формы отрицания бессознательной Тени постиндустриального социума. Официально-предписанная смерть товара как выражение торжества утилизации социального человека. Типы маскирующих амбивалентность жизни и смерти дискурсов. Три стадии социальной истории человечества как истории вытеснения смерти («симулякры» трёх порядков как видоизменения закона стоимости) по Ж. Бодрийяру. Процедура очищения товаров от «греховности» их трудового происхождения. Рафинированное «показное» потребление как показатель статуса и престижа в массовом обществе (Т. Веблен). Параметры сакрализации массового потребления в контексте учения М. Вебера о хозяйственной роли мировых религий. Рай как стремление к оплаченному перенесению идеала потребления и благополучия земной элиты на небеса. Ад вещей как воспроизводство рабской массы в пространстве потребительского общества (Р. Жирар). Ад как добывающе-производящий субстрат потребительского Рая и его

бессознательно-сырьевой придаток. Энергетическая аутофагия массы (Х. Ортега-и-Гассет). «Потребительское» размывание личности как отражение господства удобства и «качества» обыденной жизни (Ж. Эллюль). Социализированная комфортность как потакание бессознательным прихотям массового человека и демонстрация онтологического недоверия массы объективированной природе (Ж. Бодрийяр, Д. Рисмен). Потребление как основная социальная «профессия» и господствующий способ социокультурного пребывания массового человека (Х. Ортега-и-Гассет). Возрастание необходимости сервисного сопровождения потребления и социокультурная двусмысленность понятия «услуги» (Г. Тард). Постиндустриальное общество как «цивилизация услуг» (Ж. Фурастье). Социальные параметры сервировки свободы в номенклатуре массового досуга (Д. Рисмен, Г. Тард, Ж. Дюмазедье, Ж. Бодрийяр). Национальные, стратификационные и исторические разнообразия в массовых праздниках. Понятие «преступных праздников» по Г. Тарду. Индустрия развлечений как форма социальной терапии побега от действительности и способ наделения живых людей уровнем умственного развития манекенов (Х. Хольцер). Цивилизация масс как цивилизация досуга (Ж. Дюмазедье). Безработица в информационном социуме как культурный сценарий «обеспеченного досуга» (Х. Эванс).

ЛИТЕРАТУРА

Основная

- Барт Р.* Мифология. М. 1996. 312 с.
Бодрийяр Ж. Символический обмен и смерть. М. 2000. 387 с.
Веблен Т. Теория праздного класса. М. 1984. 367 с.
Гэлбрейт Дж. Экономическая теория и цели общества. М. 1976. 406 с.
Маркузе Г. Одномерный человек. М. 1994. 368 с.
Тоффлер А. Футурошок. СПб. 1997. 464 с.

Дополнительная

- Беньямин В.* Произведение искусства в эпоху его технической воспроизводимости: Избранные эссе. М. 1996. 240 с.
Бергер П. Капиталистическая революция: 50 тезисов о процветании, равенстве и свободе. М. 1994. 320 с.
Бодрийяр Ж. Система вещей. М. 1995. 224 с.
Иноземцев В.Л. За пределами экономического общества. М. 1998. 639 с.
Канетти Э. Масса и власть. М. 1997. 528 с.
Ортега-и-Гассет Х. Восстание масс // Ортега-и-Гассет Х. Эстетика. Философия культуры. М. 1991. С.309-350.
Тард Г. Социальная логика. М. 1996. 548 с.
Duverger M. La système politique français. P. 1985.
Dumazedier G. Sociologie empirique du loisir. P. 1974.

Тема 15. СМИ в процессах виртуализации социокультурного пространства потребительского общества

Концепция производства как «распределения и потребления информации» в пространстве потребительского общества. «Информационная теория стоимости» как альтернатива «трудовой теории стоимости» в массовой культуре по В. Парето. Товарный характер производства и потребления информации в жанрах массовой культуры (Ж. Бодрийяр). Человек как великий потребитель информации (Д. Рисмен). Роль «публики» как социального буфера между толпой и элитой в пространстве потребительского общества. Публика как основной продукт функционирования СМИ (Г. Тард). «Ложная» коммуникация масс и «истинная» коммуникация как «интеракция» для элиты по Ю. Хабермасу. Статус «коммуникативного разума» в теории коммуникативного действия как анализ императивов, присущих собственно элите. СМИ как сфера объективации бессознательных импульсов массы и суггестивные механизмы её формирования. Анализ коммуникативной формулы Г. Лассуэлла в оформлении, распространении и воспроизводстве символики политической власти в иерархии институтов потребительского общества. Ч. Р. Миллс о массовой коммуникации как выражении концентрации власти «верхов» над «низами» в институциональной структуре потребительского общества. СМИ как компенсация перманентного политического кризиса и формирование имиджа жизненного советчика и пастыря. СМИ как передаточное звено от власти к массе (Дж. Барбер). Теория «диффузии инноваций» и «обратной связи» как основа социокультурной динамики потребительского общества (Дж. Райли, Ф. Балль). Коммуникация как способ обеспечения духовного контроля над массами в пространстве потребительского общества (П. Лазарсфельд, Р. Мертон) и решающая сфера борьбы политиков за обеспечение духовного господства в мире (Х. Шиллер). СМИ как способ интенсификации чувств и форма деградиционной зависимости массового человека (У. Липман). СМИ как арена социально безопасного тренажа «интеллектуальной мускулатуры» массового человека (кроссворды, викторины, ток-шоу, опросы) в пространстве потребительского общества. Социальный индивид как реципиент, носитель, ретранслятор и трансформатор информационных потоков в пространстве потребительского общества. Институт социализации и институциональной генерации слухов: новости как «слухи» и слухи как «новости» (Ж. Бодрийяр). Динамика массового «новостного»: от со-бытийного – к зрелищному. Зрелище как имитационный тренажер информационного причащения массы к коллективному опыту и протест против тотальности социально-структурированного мира. Популярность как форма массового восприятия совершенства в ролевых социализациях массовой культуры в пространстве потребительского общества. Мода как институциональный иллюзион

массовой коммуникабельности (Р. Барт). Особенности знаковой инфраструктуры социальной коммуникации в массовой культуре (Р. Барт). Информация как нормативно-организованный, знаково-стереотипный поток бессмыслицы (Ж. Бодрийяр). «Деидеизация» средств массовой информации в пространстве потребительского общества по Ж. Эллюлю. Пресса как фабрика информационных мифов, основа формирования потребителя массовой культуры (К. Маркс). СМИ как средства насильственного возврата человека к идеологизированным мифам массовой культуры (М. Маклуэн, У. Онг). Коммуникативный фундамент экзистенции в динамике пограничных ситуаций (К. Ясперс). Массовая коммуникация как целенаправленный механизм массовизации общества в политических целях (Т. Адорно, М. Хоркхаймер). СМИ как генератор и манипулятор паники и страхов в пространстве потребительского общества. Информационные системы как иррациональный источник децентрализации, дестабилизации, элементаризации массового общества и ключевой фактор разрушения социального. Массовая коммуникация и её роль в формировании «одинокой толпы» по Д. Рисмену. Информационные параметры массовой социокультурной деградации реальности мира: «новостийность», «смотрибельность», «рейтинговость». Сетевой характер СМИ как средств производства виртуального мира.

ЛИТЕРАТУРА

Основная

Барт Р. Мифология. М. 1996. 312 с.

Бодрийяр Ж. О совращении // *Ad Marginem' 93: Ежегодник.* М. 1994. С. 324-353.

Рейнгольд Н. Умная толпа. Новая социальная революция. 2006 г. 416 с.

Тард Г. Социальная логика. М. 1996. 548 с.

Харрис Р. Психология массовых коммуникаций. СПб. 2002. 288 с.

Хабермас Ю. Моральное сознание и коммуникативное действие. СПб. 2000. 382 с.

Хоркхаймер М. Диалектика просвещения: Философские фрагменты / М.Хоркхаймер, Т.В. Адорно. М.; СПб. 1997. 312 с.

Дополнительная

Ильин И. П. Массовая коммуникация и постмодернизм // *Речевое воздействие в сфере массовой коммуникации.* М. 1990. С. 80-96.

Ольшанский Д.В. Психология масс. СПб. 2001. 368 с.

Почепцов Г.Г. Коммуникативные технологии XX века. М.; К. 2000. 352 с.

Почепцов Г.Г. Информационные войны. М.; К. 2000. 576 с.

Соколов А. Общая теория социальной коммуникации: Учебное пособие. СПб. 2002 г. 461 с.

Balle F. Medias et societe. P. 1980.

Lasswell H. The structure and fuction of communication in society // Sohramm W. Mass communications. Urbana; Illinoes, 1960.
Lipman W. Publis Opinion. N.Y. 1922.
Pareto V. Complendio di sociologia generate. Torino, 1978.
Riesman D. Individualism reconsidered. Glencoe, 1954.

Тема 16. Товарная утилизация творчества в массовой культуре

Виртуализация мира в социализированной активности массового человека в жанрах массовой культуры. Гибель смысла высокой культуры в означенной пучине массовых покупательских предпочтений в пространствах потребительского общества. Индустриализация культуры как форма её массовизации в пространствах потребительского общества по Т. Адорно. Анализ определений массовой культуры (Ж. Фридман, Л. Петров). Сценарии отождествления массовой культуры с массовым искусством в пространствах потребительского общества (В. Руднев). Ценности потребительского общества как базовые детерминанты массовой культуры по В. Семёнову. Принципы формирования художественного потребления и его мифизация в жанрах массовой культуры. Массовое искусство как практикум «обыденного узнавания привычного» в пространствах потребительского общества. Созерцание удвоенного привычного мира в искусстве как удел массы в пространстве потребительского общества (Х. Ортега-и-Гассет). Массовое восприятие мира в искусстве как его аналоговое воспроизведение. Абстрактная стилизация как дегуманизация образа и аналогия с обыденностью усреднённого мира массовой культуры. Искусная подделка как способ адаптации элитного искусства для потребления масс. Фарс как форма и метод массового искусства. Перформативность массового искусства как «игра» имитирующей жизнь формы. Массовое искусство как сфера «творческих» манипуляций миром утилитарной обыденности в пространствах потребительского общества. Утрата произведением искусства своей уникальности и проблема поиска «новой предметности» в массовом искусстве (В. Беньямин). Специфика технизации и технологизации образа в искусстве и ее представление в жанрах массовой культуры. Массовое разложение материи образа в числовых последовательностях его знаковых моментов (О. Тоффлер). Фотография как модус «негативного» снятия образа реальности. Кино как знаковый иллюзион раскадрованной жизни в жанрах массовой культуры и потребительской идеологии. Усреднённые, опознаваемые семиотические знаки массы как повод для жанрового потребления киноискусства (В. Руднев). Массовые реминисценции тела в презентационных искусствах как жанрах массовой культуры: мода, спорт, реклама, бодиарт, клипарт, макияж, шоу, порнография, стриптиз (Р. Барт, Ж. Бодрийяр, Х. Ортега-и-

Гассет). Индустриализация бессознательного инфантилизма масс в досуговых формах и жанрах массовой культуры (А. Флиер). Искусство как важнейшая отрасль социальной телеологии и способ делимитации социума на массу и элиту (Х. Ортега-и-Гассет, Г. Тард). Тиражность массового потребительства в жанрах массовой культуры и эксклюзивность элитарной дегустации образа. Спрос и тираж как показатели социальной востребованности и популярности таланта в пространствах потребительского общества. Творчество как элитарное производство потенциала социальной «изменчивости». Массовая погоня за «новым» как за опустошённым формализацией содержанием. Тиражное размывание авторства как форма массовизации творчества и перераспределения экзистенциальной ответственности в жанрах массовой культуры. Социализация авторской правды как оформление товарной конвертации смысла. Авторская игра с образом как осуществление смысла и внеигровые формы его текстового разложения (Р. Барт, Х. Ортега-и-Гассет). Авторитарность обозначенного произведения в отношении воспринимающего субъекта. Творчество как замещение природы «означающего» свойствами «означаемого» (Ч.Р. Миллс). Эскалация и интенсификация удовольствия в потреблении текстовых симулякров в жанрах массовой культуры и потребительской идеологии. Разрушение оппозиций текста и контекста в знаковом поле массовой культуры (Ж. Деррида). Элитные и массовые параметры социального заказа: конформизм и популизм.

ЛИТЕРАТУРА

Основная

- Беньямин В. Произведение искусства в эпоху его технической воспроизводимости: Избранные эссе. М. 1996. 240 с.
- Бердяев Н.А. Философия свободы. Смысл творчества. М. 1989. 608 с.
- Бодрийар Ж. Злой демон образов // Искусство кино. 1992. № 10.
- Деррида Ж. О грамматологии. М. 2000. 512 с.
- Ортега-и-Гассет Х. Дегуманизация искусства // Ортега-и-Гассет Х. Эстетика. Философия культуры. М., 1991. С. 228–257.
- Подорога В.А. Феноменология тела. М. 1995. 341 с.

Дополнительная

- Джымбинов С.Б. Литературные манифесты от символизма до наших дней. М. 2000. 608 с.
- Называть вещи своими именами: Программные выступления мастеров западноевропейской литературы XX века. М. 1986. 638 с.
- Руднев В.П. Словарь культуры XX века. Ключевые понятия и тексты. М. 1999. 384 с.
- Савчук В. Конверсия искусства. СПб. 2001. 288 с.

Семёнов В.А. Массовая культура в современном мире. М. 1991. 326 с.
Современное западное искусство. XX век. Проблемы и тенденции. М., 1982. 317 с.
Соколов Е.Г. Аналитика масскульты. СПб. 2001. 280 с.
Яковлев Е.Г. Художник в технотронном мире // Философские науки. 1991. № 5. С. 71–83.

Тема 17. Реклама в пространстве массовой культуры и институтах потребительского общества

Реклама как основная форма товарного «бытия» информации в пространстве потребительского общества. Реклама как организационно-информационная инфраструктура социальных презентаций «жизненного цикла» товара в жанрах массовой культуры. Товарная форма социализации как цивилизационно-культурной традиции потребительского означивания содержаний коллективного бессознательного. Реклама как товарная актуализация значимых социокультурных содержаний потребительского общества. Манипулятивная природа рекламного воздействия на массового потребителя (Ж. Бодрийяр, Ж. Эллюль, Р. Харрис). Реклама как программируемый образ социокультурного футурошока потребительских масс (О. Тоффлер). Институт «Public Relations» как постиндустриальная форма противостояния массы и власти в институтах потребительского общества. Массовые потребности как основа формирования и социокультурной динамики рекламного инструментария (К. Маркс). Социально-физиологическая подоплёка рекламного воздействия на пространство массовой культуры (П.Ф. Лилиенфельд, А. Эспинас, Р. Вормс, А. Шеффле). Реклама как товарный образ сублимации вытесненных желаний в пространстве массовой культуры (З. Фрейд). Рекламное позиционирование товара как модус постиндустриальной социальной стратификации пространства массовой культуры. Иллюзия технотронной демассификации массового потребления как отражение нового этапа в культурной эволюции потребительского общества. Потребление как способ гомогенизации и унификации пространства массовой культуры. Эксплуатация индивидуального образа освоения мира как отражение бессознательного отождествления массы со стилистикой потребляющей элиты. Стильная потребляющая масса как социокультурный инвариант потребительской массовой «стильности». Интерпретации рекламного образа как социального знака и оценка динамики его потребительской емкости в пространстве массовой культуры (Ж. Делез, Ж. Бодрийяр). Подмена властного авторитета авторитетом товарного знака в жанрах массовой культуры (Дж. Рорти). Проблема рекламной эскалации товарно-социальных значимостей в пространстве массовой культуры. Ложь как императив рекламного бизнеса в потребительском обществе (Ж. Бодрийяр, В. Бехтерев). Конфликт между

рекламной визуализацией образа и «одномерностью» предписанного ему товарного значения как основа социокультурных конфликтов потребительского общества (Г. Маркузе). Реклама как единственный легитимный вид постиндустриального искусства в потребительском обществе (А. Тулуз-Лотрек, А. Муха). Рекламный имидж как арена потребительской конвертации индивидуальных содержаний в стоимость и прибыль (Г. Почепцов). Реклама как порносъёмка реальности (Ж. Бодрийяр). Проблема онтологической преемственности архетипа, образа и имиджа в рекламе. Многоцветие рекламного ролика как инобытие теневого характера товарных значений потребительского общества. Идея ритуального очищения пространства потребительского общества в рекламе. Сценарии сакрализации товарного и отоваривания сакрального в пространстве потребительского общества. Рекламные реконструкции предвечной мифической гармонии человека и мира как сюжет массовой культуры. Статус «постоянного покупателя» как рекламная деконструкция «мифа о вечном возвращении»: «Одиссея» скидок и льгот. Рекламная дрессура и «приручение» потребителя к «товарным семействам» как сценарии социализации и инультурации. Отчуждение бессознательного как предпосылка спекулятивной эксплуатации психоанализа в рекламных практиках потребительского общества. Проблема модернизации товарного ассортимента как отражение инфляции товарных имиджей в пространстве потребительского общества. Рекламное замещение экзистенциалов товарными функциями и парадоксы рекламной витализации товара (А. Мейергоф, Ф. Ланд). Реклама как знак социальной заботы и государственной опеки в институтах потребительского общества. Человек как частный единичный случай товарного дистрибутива. Тело как полигон стендовых испытаний товара в пространстве потребительского общества (Р. Барт, А. Пиз). Масса как способ производства и обращения тел в пространстве потребительского общества (Ж. Бодрийяр). Рекламные сценарии торговли социализированным полом в пространстве потребительского общества (Е. Весельницкая, Р. Джонсон, О. Вейнингер). Демистификация интимного и чувственного в рекламе (Г. Лебон). Тело как индивидуальный филиал основных производственных фондов и предприятие, приносящее прибавочную стоимость для потребительского общества (Ж. Бодрийяр). Рекламные проспекты отоваривания интуиции в контексте деиндивидуализации мотивации. Товарно-потребительская канализация свободы выбора в массовой культуре. Спонсоры как коммерческие операторы генерализации родовой деятельности человека. «Сознательный выбор» как базовая иллюзия демократизма массовой культуры в пространстве потребительского общества. Социальность как арена затоваренной стихии фирменных свобод. Бессознательный характер номинирования сфер социальной ответственности в рекламе. Реклама как демо-версия социальных отношений: товар как альфа и омега жизни потребительского общества. Реклама как инвариант карнавальной

культуры постиндустриального средневековья (М. Бахтин). Реклама как товарно-пропагандистское инобытие социальности.

ЛИТЕРАТУРА

Основная

- Барт Р.* Избранные работы: Семиотика. Поэтика. М. 1994. 616 с.
Бодрийяр Ж. Символический обмен и смерть. М. 2000. 387 с.
Бодрийяр Ж. В тени молчаливого большинства или конец социального. Екатеринбург, 2000.
Вейнингер О. Пол и характер. М. 1998. 512 с.
Пиз А. Язык телодвижений. Нижний Новгород. 1992. 272 с.
Тоффлер Э. Третья волна. М. 1999. 784 с.
Феофанов О.А. Реклама: новые технологии в России. СПб. 2000. 384 с.
Шиллер Г. Манипуляторы сознанием. М. 1980. 325 с.

Дополнительная

- Веркман К.* Товарные знаки: создание, психология, восприятие. М. 1986. 520 с.
Викентьев И.Л. Приемы рекламы и Public Relations. СПб. 1998. 228 с.
Козловски П. Культура постмодерна. М. 1997. 240 с.
Ольшанский Д. Психология масс. СПб. 2001, С. 311–329.
Пашенцев Е.Н. Паблик рилейшнз: от бизнеса до политики. М. 2000. 240 с.
Почепцов Г.Г. Паблик рилейшнз для профессионалов. М.; К. 1999. 624 с.
Почепцов Г.Г. Профессия: имиджмейкер. К. 1999. 256 с.
Ульяновский А. Мифодизайн рекламы. СПб. 1995. 168 с.
Харрис Р. Психология массовых коммуникаций. СПб. 2002. С.125-160.
Хейвуд Р. Все о Public Relations. М. 1999. 256 с.
Шампань П. Делать мнение. Новая политическая игра. М. 1997. 317 с.
Ellul J. Propaganda. N.Y. 1973.
Land F. Psychology of Images. N.Y. 1925.

Тема 18. Этологические основания массовой культуры

Природно-биологические регулятивы поведения животных и человека. Бессознательный социальный абсентеизм масс и проблема генерализации «выученной беспомощности» как форма проявления инстинкта самосохранения в цивилизованных человеческих сообществах. «Обезьяньи процессы» и их социально-политическая направленность. Причины активизации антиэволюционистских и антидарвинистских настроений в эпоху постмодерна. Эволюционная теория как повод сведения политических счетов с социальными конкурентами. Этологическая апробация гипотез, полученных в результате наблюдения за

животными, для изучения человеческого поведения в трудах К. Лоренца и Н. Тинбергена. Диалектика проксимативных («как» и «почему») и ультимативных («зачем») причин поведения живых организмов. Приемы формирования институционально-«желательного» поведения в социальных коммуникациях. Программы отработки и стимуляции «клиентской лояльности» и тестирование «лояльности персонала» как сценарии производства наиболее прибыльных корпоративных и социальных espetаций. Этологические основания исследований форм и перспектив невербальной коммуникации в условиях современного города. Когнитивная карта как научная модель интерпретации способа освоения организмом среды обитания. Когнитивные карты как способ отработки навыков институциональной навигации индивида в социальной коммуникации. Природные истоки социальных манипулятивных технологий в рамках реализации стратегии «расширенного фенотипа»: институциональное и нейрогуморальное воздействие среды как фактор, детерминирующий коммуникативные стратегии. Этология подражания или «поведенческого заражения» в местах массового скопления людей. «Эстафетный» характер передачи рефлекторных действий в толпе или нормативных скоплениях людей (кашель, чихание, зевание в зрительных залах, в строю и т.д.). Массовые зрелища как способ актуализации инстинктов и коммуникативная форма социализации бессознательного. «Эффект массы» как альтернативный «эффекту группы» механизм, вызывающий бессознательное замедление развития организма, вследствие перенаселенности территории и нехватки ресурсов. Энергетическая и ресурсная расточительность цивилизации как антипод природной экономичности энергии и сил особей. Проблема пределов влияния биологических основ поведения человека и его эволюционного прошлого на процесс формирования коммуникации и культуры в целом. Истолкование поведения животных как природной модели поведения человека в рамках «социального этологизма» (К. Лоренц, Р. Ардри). Трофическая подоплека диалектики «продуцентов-обывателей» и «консументов-властителей» в коммуникативном пространстве «массового общества». Вандальные надписи как форма позиционирования неформальных социальных групп молодежи и способ экспрессивной «демонстрации прав» на официальную территорию города. Граффити как коммуникативный способ «освоения» и деформализации отчужденного урбанистического пространства. Этология институционально-иерархического районирования современного городского пространства «деловые кварталы», «спальные районы», «зоны отдыха», «промзоны» и т.д. Стилистические и зональные способы фиксации и публичной демонстрации статуса в социальной коммуникации.

Искусство как способ фиксации и поколенческой ретрансляции альтруистических и героических мотивов поведения человека в целях сохранения сообществ. Архетипические и этологические предпосылки

формирования представлений о социальных поведенческо-деятельностных идеалах и их цивилизационные судьбы.

ЛИТЕРАТУРА

Основная

Тинберген Н. Социальное поведение животных. М. 1993. 152 с.

Лоренц К. Агрессия. Так называемое “зло”. М. 1994. 272 с.

Баскин Л.М. Этология стадных животных. М. 1986. 192 с.

Дольник В.Р. Этологические экскурсии по запретным садам гуманитариев [Текст] / В.Р.Дольник //Природа. 1993. № 1, С.72-85; 2, С.73-86; 3, 63-71.

Райт Р. Моральное животное. Почему мы такие, какие мы есть. Новый взгляд эволюционной психологии. М. 2001. 183 с.

Дополнительная

Сорокин П. А. Голод как фактор. Влияние голода на поведение людей, соц. организации и общественную жизнь. М. 2003. 684 с.

Фромм Э. Анатомия человеческой деструктивности. М. 1994. 447 с.

Гороховская Е.А. Этология: рождение научной дисциплины. СПб. 2001. 224 с.

Дерягина М.А. Манипуляционная активность приматов. М. 1986. 109 с.

Учебное издание

**Сергей Анатольевич Маленко
Андрей Григорьевич Некита**

МАССОВАЯ КУЛЬТУРА В ИНСТИТУТАХ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО ОБЩЕСТВА

Учебно-методическое пособие

*Оригинал-макет подготовлен учебно-методической лабораторией
отделения философии и культурологии «Берестяная грамота»*

Подписано в печать 14.01.2019. Бумага офсетная. Формат 60×84 1/16.
Гарнитура Times New Roman. Печать офсетная.
Усл. печ.л. 2,7. уч.-изд.л. 3,0. Тираж 100 экз. Заказ №
Издательско-полиграфический центр
Новгородского государственного университета им. Ярослава Мудрого.
173003, Великий Новгород, ул. Б.Санкт-Петербургская, 41.
Отпечатано в ЗАО «Новгородский технопарк».
173003, Великий Новгород, ул. Б.Санкт-Петербургская, 41.
Тел.8(816 2) 73-17005