

Р.Х. Кабилова^{1*}, Ж.М. Досхожина¹

¹Международная образовательная корпорация (кампус КазГАСА), Алматы, Казахстан

*Corresponding author: krch2000@mail.ru

Информация об авторах:

Кабилова Раушан Хамидовна – к.ф.н., PhD, ассоциированный профессор, Международная образовательная корпорация (кампус КазГАСА), Алматы, Казахстан

<https://orcid.org/0000-0003-8834-3141>, email: krch2000@mail.ru

Досхожина Жанат Мэлсовна - ассоциированный профессор, Международная образовательная корпорация (кампус КазГАСА), Алматы, Казахстан

<https://orcid.org/0000-0002-1416-8600>, email: zhanatdoskhozhiba@gmail.com

СТЕПЕНЬ ВЛИЯНИЯ МАССОВОЙ КУЛЬТУРЫ НА СОЗНАНИЕ ЧЕЛОВЕКА

Аннотация. *В статье осуществлен анализ проблем формирования виртуальной реальности в век информационных и цифровых технологий, способствующей, с одной стороны, стиранию преград между культурами, с другой, оказывающей влияние на укрепление электронных основ коммуникации как главного канала межличностного общения. Авторами исследуется тезис о том, что главенствующее положение в процессах межличностного общения все более занимают не прямые контакты, а заменяющие их электронные коммуникативные сети.*

Ключевые слова: *массовая культура, коммуникативные процессы, медиа, отчуждение, виртуальная реальность.*

Введение. В современном мультикультурном, поликонфессиональном и многоязычном мире массовая культура испытывает значительные трансформации в своем характере и форме, создавая новые парадигмы развития глобального социума. Содержание, виды, формы массовой культуры теперь начинают определяться и видоизменяться по мере становления информационного общества как всемирно-исторического явления.

Материалы и методы. Расширяются возможности и масштабы общения людей и культур, но в то же время появляются многие негативные моменты, требующие внимания в процессах влияния массовой культуры на сознание человека, к основным из которых можно отнести китчевую культуру, манипулятивные действия коммуникантов, виртуализацию способов коммуникации и другие.

Информационно-коммуникативные процессы являются двойственными, они имеют, как всякая сложная система, и позитивные, и негативные следствия. Это объясняется тем, что способы общения и технические средства не имеют самодовлеющего и самостоятельного значения в культуре, а служат именно лишь средством. Понятно также и то, что эти средства оказывают существенное влияние на культуру. К примеру, телевидение как таковое не имеет ни сугубо позитивного, ни сугубо негативного характера, оно – и то, и другое. Все зависит, в конечном счете, от людей, использующих этот канал коммуникации. Непосвя-

ценному человеку крайне трудно понять и правильно оценить значение разнообразных и разнородных информационных потоков, еще сложнее – ориентироваться в них и уметь фильтровать информацию, различая явную и скрытую манипуляцию сознанием.

В этой связи, как нам думается, полезно будет обратить пристальное внимание на поистине пророческую книгу немецких философов Т. Адорно и М. Хоркхаймера «Диалектика просвещения».

Центральным понятием этой книги стало понятие «индустрия культуры». Этим термином авторы обозначали производство культуры, которое фактически превратилось в элиминирующий человека аналог поточно-конвейерного процесса. Индустрия современной культуры оценивалась ими как повседневное вырождение духовной жизни большинства до низкопробного «всеобщего уровня». Указанное обстоятельство принимало особое значение, поскольку в нем проявлялось необходимое условие реализации тоталитарной духовной власти, то есть, в данном случае, – того принципа организации и управления, который представляет себя как в непосредственно политических формах, так и в формах рыночных отношений.

Адорно и Хоркхаймер выявили коренное родство и типологическую общность массы, понятой, во-первых, в качестве пассивного, безвольного и бесконечно лояльного продукта тоталитарной политической идеологии, и, во-вторых, – массы в качестве совокупности самодовольно-ограниченных и непоколебимо убежденных в своей суверенности (в действительности же – легко поддающихся манипуляции) агентов массовой политической культуры так называемого «позднего капитализма». Подверженность толпы духовному насилию создается, и шаг за шагом закрепляется первым делом как раз индустрией культуры. «Индустрия культуры – это преднамеренное объединение ее потребителей сверху» [1, с. 107]. Больше того, индустрия культуры – это еще и идеологическая сила, притом такая, которая действует в форме общедоступного средства коммуникации развлечения и выступает под названием «масс-медиа». В действительности индустрия культуры является выражением неслыханного прежде сосредоточения политической и экономической власти. «Клиент здесь – это совсем не король, во что хотела бы вас заставить поверить индустрия культуры, это не субъект ее, а объект. Слово «масс-медиа», вошедшее в употребление для обозначения культурной индустрии, придает ей безвредный вид. В действительности же дело здесь не в массах, которым якобы отводится главная роль, и не в технике коммуникации как таковой... Массы – это не мера, а идеология индустрии культуры». Таким образом, мы приходим к выводу о том, что: «Суммарный результат воздействия индустрии культуры – антипросвещение» [1, с. 113].

Внешне вполне демократичное правило «давать то, чего хочет публика» на деле скрывает в себе неравноправный характер связи между коммуникатором и его аудиторией. Можно сказать, что для управленцев индустрией культуры массовое сознание есть та территория, для завоевания которой все средства хороши. Неудивительно поэтому, что в структуре таких отношений наиболее приемлемой как для коммуникатора, так и для массовой аудитории формой коммуникации

чаще всего становятся развлечения. По сути дела, вся нынешняя цивилизация – не что иное, как цивилизация развлечений и удовольствий, поощряющая и безмерно тиражирующая все мыслимые средства для насаждения чувственных наслаждений и извлечения из них весьма значительной прибыли. Живых людей индустрия культуры наделяет ментальным развитием кукол, манекенов. Подмена проблемного (т.е. всего того, что требует самостоятельного, независимого и целенаправленно развивающегося мышления) занимательным – таков смысл управленческого воздействия индустрии культуры на сознание массовой аудитории с помощью «развлечений».

По сути дела, вся массовая культура служит инструментом вытеснения ценностно-смысловых вопросов, вытравливания неизбежной в условиях современного жестокого бытия экзистенциальной тревоги. Для современного человека является чрезмерно большим духовным трудом открыть для себя, к примеру, романы Ф. М. Достоевского, его знаменитое «пятикнижие», крайне сложно окупиться в экзистенциальные коллизии персонажей классического романа и тем самым стать духовно богаче. Однако для него не составляет ни малейшего труда погрузиться в незатейливый видеоклип так умело воспроизведенный, например, в социальных сетях. Все это – следствие влияния массовой культуры, развлекающей, но отнюдь не предполагающей серьезной духовной работы. Здесь и возникает вопрос выбора, и, к сожалению, в этом выборе предпочтение отдается самому легкому пути получения ментальной и духовной информации [2, с. 28-29].

С таких позиций незрелой личности, современный человек не создаст свой собственный жизненный мир, не найдет пути к себе. Самое существенное содержание, которое вбирается понятием жизненного мира, заключается в том, что в каждый данный момент времени, в каждой данной ситуации человек противостоит не просто данной конкретной ситуации и не просто окружающей его среде, но всему миру в целом. Человек только во взаимодействии с миром обретает свои сущностные характеристики, или, как хорошо было об этом сказано В. Франклом: «если человек хочет прийти к самому себе, его путь лежит через мир» [3].

Несмотря на то, что у современного человека есть право выбора между смысло-жизненным и китчевым сознанием, массовая культура, привлекающая своей легкостью и незатейливостью, все сильнее довлеет над сознанием, отбирая, тем самым, у человека его право, его выбор, а, значит, и его духовную свободу.

У Милана Кундеры в его известном произведении «Невыносимая легкость бытия» есть знаменательное рассуждение о том, что собой представляет китч и китчевое сознание [4]. Это такая картина мира, говорит М. Кундера, из которой исключено все дискомфортное, а все, что нарушает светлое гармоничное мироощущение, объявляется попросту несуществующим. Это и есть китчевое сознание, ложное представление отдельной части молодежи, которая выбрала китч в качестве своей жизненной философии. Между тем вся наша жизнь – это, по сути дела, противостояние ценностей и идеалов позитивной жизненной философии ценностям и идеалам философией китчевой, более того – это устремленность к целостности жизни, т.е. к тому, чтобы принять в свою картину мира не только то, что нам приятно и удобно, но и то, что вызывает тревогу и дискомфорт: это

тоже неотъемлемые стороны человеческой жизни, которые должны быть приняты как неизбежные и по-своему необходимые. Не будет лишним в этой связи вспомнить знаменитую максиму: делай, что должно и пусть будет, что будет. Всегда есть дистанция между целями наших действий и их реальными результатами, однако задача заключается в том, чтобы принимать эту непредсказуемость и быть открытым возможностям, которые появляются в окружающей и происходящей реальности. Что же касается средств массовой культуры, то они управляют и манипулируют этими вопросами в угоду собственным рейтингам.

Выбор манипулятивных коммуникативных практик в качестве предмета исследования обусловлен, не в последнюю очередь, актуальными проблемами экзистенциального, политического и культурного характера, переживаемого нашим обществом за рубежом тысячелетия.

Сегодня налицо условия разворачивания экономической конкуренции и обострения борьбы за ведущее место в системе социальных отношений. Поэтому неудивительно, что в обществе, в том числе и в казахстанском, усиливается распространение информационно-психологического воздействия манипулятивного характера. Это происходит на всех уровнях социальной интеракции: от межличностного общения до массовой коммуникации. Исследование коммуникативных практик, направленных на манипуляцию личностью, социальными группами и общественным сознанием в целом, становится как нельзя более актуальным в наше время.

Также, на фоне коммерциализации общества, экспансия суррогатов западной культуры, пришедшие к нам посредством Интернета, вновь актуализировали старую проблему критериев новизны, оригинальности и уникальности произведения искусства.

Широкую известность имеют американские исследования о целесообразности или нецелесообразности введения так называемых «односторонних» и «двусторонних сообщений». Аспект «двусторонности» играет ключевую роль в современной массовой культуре, ведь теперь у каждого пользователя медиа инструментов появляется возможность так называемого виртуального «диалога» с любым из коммуникантов, и совсем неважно, кем он является и где он находится. Процесс ускорения передачи и получения информации обретает все более динамичный характер, порой настолько динамичный, что исчезает сама ее суть и содержание, остаются лишь символы и знаки, которые, в свою очередь, также заменили человеческие чувства.

В связи с вышеизложенным возникает закономерный вопрос современной культуры. Отчего в нашей современной жизни все больше места занимает массовая культура? Ответ лежит на поверхности. Современный авторский замысел в индустрии массовой культуры все более исходит из простого маркетингового исследования спроса на эмоциональную информацию огромной аудитории потребителей информации. Над содержанием высокого искусства потребителю надо думать, сопереживать. Массовая культура сама же входит в наши дома, даже не входит, а вторгается в каждую отдельную частную жизнь, увлекает,

навязывает свое мнение и продукцию. Ситуация, действительно, парадоксальная. Все дело в том, что в массовой культуре важны манипулятивно-пропагандистские механизмы, которые работают над нашим сознанием. Более того, граница между высоким искусством и масс-медиа все больше сокращается. Когда мы слышим, что высокое искусство умирает, то наблюдаем в то же время, что «умирающее искусство» стало своеобразной формой существования в современной жизни. Это величайшая проблема философии и культурологии нашего нового века.

Результаты и обсуждение. Современная техника, по мнению немецкого философа и теоретика модернистской эстетики начала 20 века Вальтер Беньямин, в отличие от инструментария художника позволяет глубоко проникать в реальность, разрезает ее на кусочки (негативы, кадры) и создает изображение из фрагментов, что позволяет расширять границы восприятия. Вместе с тем утрачивается также естественная дистанция по отношению к реальности, которая существует, например, у художника. Чем же это обусловлено? В первую очередь В. Беньямин связывает такое развитие новых техник с возрастающей в обществе потребностью *сделать вещи более доступными* и преодолеть уникальность любого явления.

Однако стремление «приблизить» к себе (массам) вещи, преодолеть уникальное через репродукцию (возможность нашего обладания уникальной ценностью через ее дублиаж) приводит к потере эффекта, характерного для традиционного искусства в целом, то есть к потере ауры. «Даже в самой совершенной репродукции отсутствует один момент: здесь и сейчас произведение искусства – его уникальное бытие в том месте, в котором оно находится. На этой уникальности и ни на чем ином держалась история, в которую произведение было вовлечено в своем бытовании. То, что при этом исчезает, может быть суммировано с помощью понятия ауры: в эпоху технической воспроизводимости произведение искусства лишается своей ауры. Этот процесс симптоматичен, его значение выходит за пределы области искусства» [5, с. 154].

Современная копия покидает то культурное пространство, в котором оно было написано в оригинале. Данный факт позволяет оригиналу искусства приблизиться к субъекту, воспринимающему сообщение: «...Техника репродукции вырывает репродуцированное из сферы традиции. Тиражируя репродукцию произведения искусства, она ставит на место его единичного бытия массовидность. Предоставляя репродукции возможность пойти навстречу воспринимающему в удобной для него ситуации, она актуализирует репродуцируемое» [5, с. 155].

Аудитория более не находится не в живом соприкосновении с исполнителем, а в позиции эксперта, ассоциирующего свой взгляд со взглядом камеры. Теперь авторский замысел исходит не из того, о чем думал и выстрадал творец, а из маркетингового исследования информационного пространства. Творчество подчинено законам рынка. Великие творения художников теперь легко становятся коллективными, общедоступными.

Анализируя ситуацию, сложившуюся теперь в визуальном искусстве, В. Беньямин справедливо поднимает вопрос о сущности массовой культуры, о специфике ее воздействия на человека и о возможной идеологической манипуляции

сознанием с помощью новых технологий. И, кроме того, сам его подход к визуальной культуре дает методологическую основу и инструмент для постановки и осмысления проблемы конструирования взгляда путем навязывания точки зрения на объективную реальность и создания новой, мифической.

Критерием художественной значимости для В. Беньямина являлись новизна и высокая степень информативности произведения культуры. Соответственно, повторение ассоциировалось у него с ремесленным трудом (или с промышленностью), если речь идет о тиражировании, воспроизведении чего-либо во множестве экземпляров по некоему общему лекалу. Для Беньямина подлинно существует только оригинал. Он не имеет «близнецов», клонов в некотором количестве, но у него также нет и «родителей». Попросту говоря, оригинал, по определению, не является повторением чего-то иного. Он – своеобразная субстанция, т.е. то, что существует само по себе, независимо от внешних причин. К тому же, здесь важна техника – истинно художественная техника, которая, в противоположность промышленному воспроизводству, также должна быть уникальной.

Кстати, именно на этом принципе зиждется новоевропейская эстетика. Она четко различает искусство и ремесло, в то время как классической теории от античности до средневековья подобное деление незнакомо. «Одним и тем же термином (*tekhnē*) пользовались для обозначения труда парикмахера или судостроителя, художника или поэта. Классическая эстетика не стремилась к инновациям любой ценой: наоборот, она часто рассматривалась как «прекрасные» добротные копии вечного образца, в то время как модернизм был с самого начала настроен на отрицание предшествующих образцов» [6, с. 52], – так оценивает взгляды Беньямина итальянский философ и писатель У. Эко. Это же объясняет, считает он, почему модернистская эстетика кажется столь суровой по отношению к масс-медиа, продукции которой задумывались как более или менее успешные воспроизведения некоего образца, или модели. В качестве таковых их находили забавными, но не художественными. К тому же этот избыток развлекательности, повторяемость и недостаток новизны воспринимались как своего рода коммерческая уловка, когда продукт должен удовлетворять запросы потребителя, а не как презентация нового и сложного для восприятия мировидения. Продукты масс-медиа ассимилировались промышленностью в той мере, в какой они являлись серийными продуктами, а этот тип «серийного» производства считался чуждым художественному изобретению [6, с. 53].

Интересными, в этой связи, представляются мысли Умберто Эко об оппозиции «повторение – инновация» в новой культурной ситуации. Он предлагает исследовать повторение, копирование, избыточность и подчинение предустановленной схеме как определяющие качества масс-медийной эстетики. Действительно, массовая культура все больше возвращает приемы повторения, без которых они немислимы в принципе. Зрителю или читателю, как это ни парадоксально, знание интриги и предсказуемость повествования доставляют немало удовольствия. Однако У. Эко заявляет, что это старый прием, изобретенный не масс-медиа и не в 20 веке. Большинство романов 19 века были «повторяющимися» и «серийными», как например, романы Александра Дюма-отца. Более

того, У. Эко заявляет, что именно это повторение и неоригинальность иногда оборачиваются причиной «культовости».

На сегодняшний день оригинальность масс-медиа заключается, прежде всего, в том, чтобы рассказать одну и ту же историю, но разными способами – все дело в маленьких отличиях. За иллюстрациями У. Эко обращается к современному периоду, «в котором воспроизведение и повторение кажутся доминирующими во всех видах художественного творчества и где становится трудно разграничить повторение в масс-медиа и, скажем, в высоком искусстве» [6, с. 56].

Повторение в медиа выдвигают сегодня новые проблемы перед философией и культурологией. Важно не только понимать, но успешно лавировать в пределах исчезающих границ между высоким искусством и масс-медиа. Для этого нужна культура. Таково веление информационного общества, в которое Казахстан уже входит. С научной точки зрения сейчас как никогда важно проводить комплексные исследования о мировоззренческих парадигмах духовных исканий творческих личностей в национальном искусстве.

Чрезмерная погруженность в современные формы и средства коммуникации, содержат в себе угрозу, точнее, – реальную опасность массового клипового сознания. Имеется в виду сознание, подверженное соблазну скорости. Оно работает не с понятиями и категориями, а с фрагментарными образами наподобие клипов. Соответственно, сознание человека становится не только фрагментарным и поверхностным, но также и китчевым. Высокая культура классики вытесняется низкой культурой широкого потребления. Современный человек в своей повседневной жизни все больше зависит от массовой культуры, которая создает для него своего рода «вторую реальность», «субъективную реальность», влияние которой не менее значимо, чем влияние реальности объективной.

Интернет стал сегодня неотъемлемой частью жизни миллионов людей. Без него уже невозможно представить продуктивную работу ученых, политиков, учащихся, поскольку они получили широчайший самостоятельный доступ к массиву знаний, накопленных к сегодняшнему дню во всех странах мира, а также возможность общения с любыми людьми, любыми странами и континентами. Интернет, таким образом, явился одним из наиболее значительных и демократичных завоеваний 21 века. Ответная реакция коммуникантов становится практически мгновенной, благодаря чему создается ситуация всеобщей включенности. С помощью средств телекоммуникации, масс-медиа и компьютеров она, образно выражаясь, продолжает, расширяет центральную нервную систему человека, фактически элиминируя пространство и время на нашей планете. Все оказывается связанным со всем. Новые средства сообщения превращают информацию в настоящую окружающую среду человека; каждый новый человек с рождения как бы подключается к мировой информационной сети. Погружаясь в информационную среду, он получает способность вмещать в себя все человечество и впитывать в себя все пространство и время мира. Сеть современных электронных средств массовой коммуникации становится единой системой человечества. Кроме того, инновационные коммуникационные технологии делают информа-

цию окружающей средой человека, своего рода продолжением органов человеческого тела и его «второй природой» (К. Маркс). В результате на планете складывается то, что именуется «глобальной деревней», т.е. такая система организации человеческого общежития, где каждый связан с каждым, образуя единое поле сознания и культуры [7, с. 204].

Каждая новая форма поиска и получения информации лежит в основании многих культурных сдвигов. Компьютерная революция не просто делает доступным объем информации на новом уровне, но в известном смысле подменяет собою традиционные системы хранения и обработки информации: слова, образы, понятия. Культура оказывается теперь в пространстве средств электронной информации, где естественные (предметные) звук, цвет, текст заменяются цифровыми аналогами. Культурный продукт становится, вследствие этого, не более чем цифровой информацией и инструментом ее обработки.

Массовая культура экстерииоризирует нервную систему современного человека, тем самым открывая новые возможности эксплуатации и контроля над его сознанием, когда потребитель опредмечен и рассматривается в качестве объекта разнообразных форм манипулирования [7, с. 205].

Существует и более радикальная точка зрения на эволюцию виртуальных средств коммуникации. Так, Жан Бодрийяр в одной из своих последних работ делает вывод об исчезновении человека в нашу эпоху, не об истощении его существенных сил, не о затухании или уничтожении: человек, по мысли французского постмодерниста, – это единственный вид, который изобрел особый способ собственного исчезновения, не имеющий ничего общего с законами природы. И способ этот – уход в виртуальную реальность [8].

Происходит своего рода «удвоение культурной среды», которое означает, что все достижения человечества, прежде выражавшиеся в письменных текстах, получают сегодня форму аудио- и визуальной представленности. У потребителя культурной информации появляется гораздо больше выбора средств. Изменяется сам облик культуры, состояние связанных с ним институтов, т.е. нарождается новая историческая и культурная эра [7, с. 205].

Благодаря экспансии Интернета в каждодневную жизнь и работу миллионов людей, дискуссии о всевозрастающей роли социальных сетей приобрели по-настоящему масштабный практический смысл.

Одной из проблем социальных сетей является отчуждение и *самоотчуждение* людей, господствующего в мире в результате разрыва изначального единства человеческой творческой сущности и реальных социальных функций индивидов. По мнению многих исследователей, социальная сеть как феномен массовой культуры способствует, прежде всего, удовлетворению нарциссических потребностей человека, выражающихся в демонстративном поведении и, в большинстве случаев, завуалированной саморекламе.

Интересно здесь будет вспомнить представителя французской школы постструктурализма Жака Лакана. В своей теории он утверждает, что Воображаемая природа Я создается другими людьми и навязывается индивиду. Наше Я -

нечто совсем другое, вовсе не то, чем мы его привыкли считать. По Лакану типичный источник многих трудностей и психологических проблем, с которыми люди часто сталкиваются в общении и в обществе – демонстрация воображаемого собственного Я. Дело в том, что отчуждение от Реального затрагивает проблему удовлетворения потребностей, в том числе и тех, что связаны с самостью («self-потребности»). «Ложная самость» поддерживается за счет действий и поступков, рассчитанных на произведение эффекта для других, а подлинные экзистенциальные потребности фрустрируются и с каждым разом воображаемого «самоконституирования» человек отдаляется от своей настоящей природы.

Это изначальное отчуждение составляет первичный опыт, лежащий в основе воображаемого отношения человека к собственному Я. Метафора: «Я – это Другой» может считаться своеобразным рефреном взглядов Лакана.

В современном гуманитарном знании человек перестал восприниматься как нечто тождественное самому себе, своему сознанию, и концепция децентрированного субъекта Ж. Лакана, в рамках доктрины постструктурализма, представляет одну из моделей человека не как «индивида» – целостного, неразделимого субъекта, а как «дивида» – фрагментированного, лишённого целостности человека эпохи постмодернити.

По теории Жака Лакана, человечество живет не в мире реальности, которая есть – Хаос – Не узнанное – Бессознательное, а в символическом мире. Бессознательное субъекта – есть дискурс другого. Желания человека получают свой смысл в желаниях другого, так как признание со стороны другого – это главное условие. Соответственно, основополагающей задачей в коммуникационных стратегиях современности является адаптация индивидуума к социальному окружению, поиск и выбор таких паттерн-моделей поведения, которые определяют модус гармоничных человеческих отношений [9].

Заключение. Виртуальная реальность становится не менее явственной, чем окружающий нас материальный мир. Так, социальные сети дают возможность общения с целым необъятным миром, не выходя за пределы одной комнаты, что порождает у человека чувство самотчуждения, где он ощущает себя не принадлежащим этому самому миру. Все больше начинает преобладать позиция наблюдателя на мир со стороны.

Вот что писал немецкий философ и психоаналитик Эрих Фромм об отчуждении: Конкретные связи одного индивида с другими утратили ясный человеческий смысл, приобрели характер манипуляций, где человек используется как средство... Не только экономические, но и личные отношения между людьми приобрели тот же характер отчуждения, вместо человеческих отношений они стали напоминать отношения вещей... Личность ощущает себя во всех отношениях чужой, она становится отчужденной от себя самой. Она не чувствует себя центром своего мира, создателем своих собственных действий. В наши дни средства словно превратились в цель, и не только «Бог умер», как утверждал в XIX веке Ф. Ницше, но и человек умер, а живы только организации и машины» [10, с. 106-107]. В коммуникацию сегодня слишком часто вступают не сами люди, а их маски или вовсе анонимные персонажи. Всемирная Сеть – общение формальное,

без общения реального. Мы видим человека в социальных сетях, но чем больше общаемся таким образом, тем меньше хотим общаться с ним в реальности. Происходит феномен привыкания к уединенной деятельности оператора, а не человека как такового. Реальное общение – непосредственно и многомерно: мы проделываем с другим общую работу, преодолеваем трудности сообща, чувствуем тепло души друг друга. Ничего этого почти нет в общении виртуальном. Культурный обмен в социальных сетях зачастую превращается в культурный обман, когда коммуниканты вступают в контакт под разного рода «аватарками».

Литература:

1. Адорно Т., Хоркхаймер М. Дialeктика просвещения: философские фрагменты. Пер. с нем. М. Кузнецова. – М.: «Медиум»; СПб.: «Ювента», 1997. – 311 с.
2. Масалимова А.Р., Досхожина Ж.М. Кичевое сознание как проблема молодого поколения // Материалы Международной научно-практической конференции «Современные возможности науки». – Прага, 2013. – С. 27-29.
3. Франкл В. Человек в поисках смысла: сб. / пер. с англ. и нем. – М.: «Прогресс», 1990. – С. 338-360.
4. Кундера М. Невыносимая легкость бытия / пер. с чешского Н. Шульгиной. – СПб.: «Амфора», 2000. – 351 с.
5. Беньямин В. Произведение искусства в эпоху его технической воспроизводимости // Киноведческие записки. – М., 1988. – № 2. – С. 151-173.
6. Эко У. Инновация и повторение. Между эстетикой модерна и постмодерна // Философия эпохи постмодерна / Под ред. А. Усмановой. – Мн.: Красико-принт, 1996. – С. 48-73.
7. Досхожина Ж.М. Виртуальные аспекты межкультурной коммуникации в эпоху глобализации // Мат. Междунар. научн.-практ. конф. «Теоретические и практические вопросы науки XXI века». – Уфа, 2015. – С. 204-206.
8. Жан Бодрийяр. В тени молчаливого большинства, или Конец социального / пер. с фр. Н.В. Сулова. – Екатеринбург: Изд-во Уральского университета, 2000. – 115 с.
9. Лакан Ж. Стадия зеркала и ее роль в формировании функции «я» // Инстанция буквы, Судьба разума после Фрейда. – М.: «Логос», 1997. – 184 с.
10. Фромм Э. Бегство от свободы. – М.: «Прогресс», 1990. – 271 с.

References:

1. Adorno T., Horkheimer M. Dialectics of education: philosophical fragments. Per. with him. M. Kuznetsova. – M.: «Medium»; SPb.: «Juventa», 1997. – 311 p.
2. Masalimova A.R., Doskhozina Zh.M. Kitschevov consciousness as a problem of the young generation // Materials of the International scientific-practical conference «Modern possibilities of science». – Prague, 2013. – P. 27-29.
3. Frankl V. Man in search of meaning: collection / per. from English and it. – M.: «Progress», 1990. – P. 338-360.
4. Kundera M. The Unbearable Lightness of Being / per. from Czech N. Shulgina. – SPb.: «Amphora», 2000. – 351 p.
5. Benjamin V. A work of art in the era of its technical reproducibility // Kinovedcheskie zapiski. – M., 1988. – No. 2. – P. 151 - 173.
6. Eco W. Innovation and Repetition. Between the aesthetics of modern and postmodern // Philosophy of the postmodern era. Ed. A. Usmanova. – Minsk: «Krasiko-print», 1996. – P. 48-73.
7. Doskhozina Zh.M. Virtual aspects of intercultural communication in the era of globalization // Materials of the International Scientific and Practical Conference «Theoretical and Practical Issues of Science of the XXI Century». – Ufa, 2015. – P. 204-206.

8. *Jean Baudrillard. In the Shadow of the Silent Majority, or the End of the Social / per. with fr. N.V. Suslova. – Yekaterinburg: Ural University Publishing House, 2000. – 115 p.*
9. *Lacan J. The stage of the mirror and its role in the formation of the "I" function // Instance of the letter, The fate of the mind after Freud. – M.: «Logos», 1997. – 184 p.*
10. *Fromm E. Escape from freedom. – M.: «Progress», 1990. – 271 p.*

Р.Х. Кабилова^{1*}, Ж.М. Досхожина¹

¹ Халықаралаық білім беру корпорациясы (КазБСҚА кампус), Алматы, Қазақстан
*Corresponding author: krch2000@mail.ru

Авторлар жайлы ақпарат:

Кабилова Раушан Хамидовна – ф.ғ.к., PhD, қауымдастырылған профессор, Халықаралаық білім беру корпорациясы (КазБСҚА кампусы), Алматы, Қазақстан

<https://orcid.org/0000-0003-8834-3141>, email: krch2000@mail.ru

Досхожина Жанат - қауымдастырылған профессор, Халықаралаық білім беру корпорациясы (КазБСҚА кампусы), Алматы, Қазақстан

<https://orcid.org/0000-0002-1416-8600>, email: zhanatdoskhozina@gmail.com

БҰҚАРАЛЫҚ МӘДЕНИЕТТІҢ АДАМ САНАСЫНА ӘСЕР ЕТУ ДӘРЕЖЕСІ

Аңдатпа. Мақалада бір жағынан мәдениеттер арасындағы кедергілерді жоюға ықпал ете отырып, ақпараттық технологиялар дәуіріндегі виртуалды шындықты қалыптастыру проблемалары талданды, екінші жағынан, коммуникацияның электронды негіздерін нығайтуға әсер етеді тұлғааралық қатынас арнасы. Авторлар адамдар аралық қатынас процестеріндегі басым позицияны барған сайын тікелей байланыстар емес, оларды алмастыратын электрондық байланыс желілері иеленеді деген тезисті зерттейді.

Түйін сөздер: бұқаралық мәдениет, коммуникативтік процестер, медиа, иеліктен шығару, виртуалды шындық.

R.Kh. Kabilova^{1*}, Zh.M. Doskhozina¹

¹International Educational Corporation (KazGASA campus), Almaty, Kazakhstan
*Corresponding author: krch2000@mail.ru

Information about authors:

Kabilova Raushan – PhD, associate professor, International Educational Corporation (KazGASA campus), Almaty, Kazakhstan

<https://orcid.org/0000-0003-8834-3141>, email: krch2000@mail.ru

Doskhozina Zhanat - PhD, associate professor, International Educational Corporation (KazGASA campus), Almaty, Kazakhstan

<https://orcid.org/0000-0002-1416-8600>, email: zhanatdoskhozina@gmail.com

THE DEGREE OF INFLUENCE OF MASS CULTURE ON HUMAN CONSCIOUSNESS

Abstract. The article analyzes the problem of virtual reality formation in the age of information technologies, contributing, on the one hand, to the erasure of barriers between cultures, on the other hand, influencing the strengthening of electronic communication ways as the main channel of interpersonal connection. The authors investigate the thesis that the dominant position in the processes of interpersonal communication is increasingly occupied not by direct contacts, but by the electronic links, which replace them.

Keywords: mass culture, communication processes, media, alienation, virtual reality.