

РАЗДЕЛ V ФИЛОСОФИЯ ВОСПИТАНИЯ

Part V. PHILOSOPHY OF UPBRINGING

DOI: 10.15372/PHE20200112

УДК 008+18

ЦЕННОСТНЫЙ ДУАЛИЗМ ЭЛИТАРНОСТИ И МАССОВОСТИ В ВОСПИТАНИИ ХУДОЖЕСТВЕННОЙ КУЛЬТУРЫ

О. И. Баркова, В. А. Власов, А. А. Тамаровская (Красноярск, Россия)

Введение. Проблема воспитания художественной культуры в постсоциалистической России имеет комплексный характер. В статье, отвечая на вопрос «Почему в информационном веке при широчайших возможностях и огромном воспитательном потенциале средств массовой информации одни люди обладают высокой культурой, другие овладевают лишь азами культуры массовой, а третьи – вообще асоциальны?», мы исследуем специфику ценностного дуализма элитарности и массовости художественной культуры.

Методология и методика исследования. Стратегия воспитания художественной культуры в нашем исследовании основывается на двух параллельных общественно-индивидуальных направленностях: сохранение воспитуемого в лоне традиционной культуры данного народа и обучение воспитуемого достижению собственных произвольно выбранных целей.

Примат высокого искусства над массовым искусством эпохи потребления рассматривается в свете противоречий учений о дуализме Р. Декарта и монизме Г. Гегеля, представлений о сущности искусства постмодернизма Х. Ортеги-и-Гасета и Г. Маркузе. Представители советской семантической

© Баркова О. И., Власов В. А., Тамаровская А. А., 2020

Баркова Ольга Ивановна – кандидат философских наук, консультант, Юридическая компания «Антикризисный центр».

E-mail: bo1112@ya.ru

ORCID: 0000-0002-2868-7700

Власов Валерий Александрович – кандидат юридических наук, доцент кафедры теории и истории государства и права, Красноярский государственный аграрный университет; доцент кафедры гражданского права и процесса, Сибирский юридический институт МВД России.

E-mail: vav.70@mail.ru

ORCID: 0000-0001-8309-8143

Тамаровская Анастасия Андреевна – специалист управления информационной политики, ОАО «Красцветмет».

E-mail: 2850084@mail.ru

ORCID: 0000-0002-9703-7912

Olga I. Barkova – Candidate of Philosophical science, Law firm «Crisis Management Group».

Valery A. Vlasov – Candidate of Legal science, Associate Professor of the Department of Theory and History of State and Law, Krasnoyarsk State Agrarian University; Associate Professor of the Department of Civil Law and Process, Siberian Law Institute of the Ministry of Internal Affairs of Russia.

Anastasia A. Tamarovskaya – Specialist of the Information Policy Department, Krastsvetmet OJSC.

культурологии Ю. М. Лотман и Б. А. Успенский сделали вывод о присутствии мотива нравственной оценочности в русской культуре, принципиальной важности для нее отсутствия нейтральной аксиологической сферы, четкости представлений о дуальности категорий.

Поскольку культуру принято разделять на интеллектуальную и примитивную, камерную и тиражную, а шире – на элитарную и массовую, объектом исследования послужили причины принципиальной ценностной дуальности таких широко распространенных понятий культуры, как доход, интеллект, внешность и имидж в их соотношении с нормативной эстетикой высокой, массовой культуры и общества потребления.

Результаты исследования. Современная экономически детерминированная художественная культура определила своеобразную ценностную шкалу, обусловленную высоким, массовым или потребительским отношением к феноменам человеческого бытия, от которых зависят смысложизненные ценности. Таким образом, утверждается мысль о том, что понятия «массовая культура» и «культура общества потребления» следует разводить. При разных стартовых возможностях: внешних данных человека, различной степени образованности, таланта и художественных способностях, умении создавать имидж – определяется уровень культурных ценностей, на которые индивид реагирует, принимает и транслирует.

Закключение. Аномалии развития ценностного дуализма современной культуры связаны с разрушением механизма духовной преемственности поколений, снижением интереса к отечественным культурным традициям. Все это приводит к искажению у большинства российских граждан эстетического восприятия, основ культурных ценностей. Такого типа аномалии характерны для обществ «культурных аутсайдеров», чем для российского общества как носителя традиционно высокого эстетического наследия.

Ключевые слова: элитарная культура, массовая культура, культура общества потребления, ценность, дуальность, доход, интеллект, внешность, имидж.

Для цитирования: Баркова О. И., Власов В. А., Тамаровская А. А. Ценностный дуализм элитарности и массовости в воспитании художественной культуры // Философия образования. – 2020. – Т. 20, № 1. – С. 173–184.

VALUE DUALISM OF ELITARITY AND MASS IN THE EDUCATION OF ART CULTURE

O. I. Barkova, V. A. Vlasov, A. A. Tamarovskaya (Krasnoyarsk, Russia)

Introduction. The problem of fostering art culture in post-socialist Russia is investigated. An attempt is made to answer the question why, in the information age, with the widest possibilities and enormous educational potential of the media, some people have a high culture, others master only the basics of mass culture, and still others are generally asocial.

Methodology and methods of the research. There are two parallel motives in the strategy of fostering art culture: 1) Preservation of the person in the bosom of the traditional culture of the given people; 2) Training the person to achieve his/her own arbitrarily chosen goals.

The primacy of high art over the mass art of the era of consumption is considered in the light of the contradictions of the teachings on the dualism of Descartes

and Monism of Hegel, the ideas about the essence of the art of postmodernism by H. Ortega-i-Gaseta and G. Markuse. M. Lotman and B. A. Uspensky concluded that it is important for Russian culture to lack a neutral axiological sphere along with an idea of the duality of categories.

The results of the research. Since it is customary to divide culture into intellectual and primitive, chamber and circulation, and more broadly into elitist and mass, it is important to consider such concepts as income, intelligence, appearance and image in their value duality.

Conclusion. The idea is affirmed that the concepts of Mass Culture and the Culture of a consumer society must be separated. Anomalies in the development of the value dualism of modern culture are associated with the destruction of the mechanism of spiritual continuity of generations, a decrease in interest in domestic cultural traditions. All this leads to a distortion by the majority of Russian citizens of aesthetic perception, the foundations of cultural values. This type of anomaly is more characteristic of societies of «cultural outsiders» than of Russian society as a carrier of a traditionally high aesthetic heritage.

Keywords: elite culture; mass culture; consumer society culture; value, duality, income, intelligence, appearance, image.

For citation: Barkova O. I., Vlasov V. A., Tamarovskaya A. A. Value dualism of elitarity and mass in the education of art culture. *Philosophy of Education*, 2020, vol. 20, no. 1, pp. 173–184.

Введение. Формирование художественной культуры личности относится к числу актуальных социально-культурных проблем. *Культура* – это многоаспектное явление, процесс, в котором личность познает, творчески преобразует и совершенствует себя. Накопленный опыт (знания, навыки и приемы деятельности, смыслы, образы и пр.) фиксируется в текстах, воплощаемых в знаковых системах (языках, естественных и искусственных), передается преимущественно посредством целенаправленного обучения на базе специализированных институтов (учебных заведений, студий и др.). Культура – это не просто набор норм, а непрерывный процесс коммуникации. Культуру принято разделять на интеллектуальную и примитивную, камерную и тиражную, а шире – на *элитарную* и *массовую* (элитарную – для искушенных знатоков, массовую – для обычного, рядового читателя, зрителя, слушателя) [1].

По Г. Маркузе, элитарная и массовая формы культуры существуют параллельно и обладают самоценностью. Маркузе считал, что в обществе должны одновременно существовать несколько форм искусства, одинаково необходимых, так как все слои общества хотят иметь доступную и понятную форму искусства [2]. Х. Ортега-и-Гассет считал массовую культуру явлением отрицательным, отражением массового человека, ориентированной на толпу, формирующей ее низкосортные потребности и соответствующее мировоззрение [3]. Из-за отсутствия четкого разделения между элитой и массой Ф. Ницше [4] и А. Шопенгауэр [5] классифицировали людей на «людей пользы» и «людей гения».

В статье исследуется проблема воспитания художественной культуры в постсоциалистической России; делается попытка ответить на вопрос «Почему при безграничных возможностях современных средств массовой информации и пропаганды, их серьезном воспитательном потенциале, дающем возможность приобрести сколь угодно высокий уровень культуры, некоторые граждане не овладевают даже азами культуры массовой?» С позиций социальной философии анализ этого феномена должен позволить ответить на вопрос о том, какие изменения происходят в конкретном социальном пространстве под педагогическим воздействием, воздействием эстетических стандартов высокой, *элитарной культуры, культуры массовой и культуры общества потребления*, усваиваемых отдельными лицами. Саморазвитие человека невозможно без прочно заложенного культурного базиса. Поведение личности в процессе общения направляется ценностными ориентациями.

Методология и методика исследования. При воспитании художественной культуры важно помнить о двух параллельных мотивах: 1) сохранении воспитуемого в лоне традиционной культуры данного народа; 2) обучении воспитуемого достижению собственных произвольно выбранных целей.

Мотивы могут конвергировать, переплетаться, враждовать друг с другом. Элитарная, то есть профессиональная, культура требует специального усвоения норм, ценностей, правил, навыков, технологий, то есть специального серьезнейшего обучения и саморазвития. Элитарное искусство отличают *бескорыстность, интертекстуальность* (отсылка к определенному семантическому полю), в литературе – множественность разнонаправленных взгляда на один и тот же персонаж. Профессиональная культура – важнейший хранитель подлинных ценностей. Она *идет вперед*, ведя за собой общество, а *массовая культура идет в ее арьергарде, подтягивается вслед*. Эстетика элитарного нашла отражение в романтизме XVIII в.

Несмотря на то что мир переживает процесс повышения степени открытости государств, в традициях англо-американского, русско-православного и китайско-даосистского и других мировоззрений наблюдаются культурно обусловленные различия, перемешивание которых далеко не безобидно. Калейдоскопирование культуры подвергает ее последователь риску потери идентичности. Объективные предпосылки к этому следующие.

Во-первых, в постоянном движении находится культура в целом – спорадически формируются новые художественные стили и направления.

Во-вторых, активизация диалога «всех со всеми» привела к отрицанию культурной преемственности, катарсического воздействия ис-

кусства на личность, формирования личности в рамках национальных и даже общечеловеческих ценностей.

В-третьих, значительная часть элитарной культуры и искусства определяется эстетикой постмодернизма, для которого характерны принципиальный отказ от классического наследия, инновационные формы, необычность формы и содержания как самоцель.

В конце XVIII в. вводится в оборот понятие «элитарного» в противовес «массовому» как примат духовного над физическим. Вопрос об отношении психического к физическому, пространственного ко временному приобрел остроту в русле противопоставления души и тела Декартом. Он представлял духовное и физическое несводимыми друг к другу в виде двух разных субстанций (материи – субстанции протяженной и немыслящей и души – субстанции мыслящей, но не протяженной). *Субстанция* (лат. «сущность, нечто, лежащее в основе») – понятие, использующееся для обозначения объективной реальности в аспекте внутреннего единства всех форм¹ ее саморазвития. Так, виртуальное пространство как онтологическое понятие, не имеет физической протяженности, оно превращается во временную категорию.

Противоположный декартовскому учению *монизм* наиболее последовательно представлен в *диалектическом идеализме* Г. Гегеля, утверждавшем, что все явления в мире суть различные виды движущейся материи. Согласно бихевиористскому подходу духовное отождествляется с сознанием, мышлением, психикой и редуцируется либо в интеллектуально-мыслительную, либо в чувственно-эмоциональную деятельность.

Идеализм имеет социальную природу, чем родственен религии и живет в том числе на заинтересованности определенных групп в сохранении даже неадекватных теоретических конструкций. Идеализм и имеет следующие разновидности: *феноменология, персонализм, прагматизм, философия жизни, философская антропология, критический рационализм, герменевтика*.

У адептов элитарного и массового искусства различные идеалы. С помощью культурного и информационного плюрализма декларируется обретение гарантии *от тоталитаризма, идеологической зашоренности*. Забывая о том, что воспитание у человека вкусов заключается в убеждении его в *ценности* для него тех или иных вещей, внушении определенного устойчивого идеала. В ситуации плюрализма вряд ли может быть сформирован столь устойчивый идеал. Стремление к идеалу предстает как одно из движущих сил истории. *Идеал* – образ должного, позволяющий

¹ Словари и энциклопедии на Академике [Электронный ресурс]. – URL: http://dic.academic.ru/dic.nsf/dic_new_philosophy/941/СУБСТАНЦИЯ (дата обращения: 12.12.2019).

оценить сущее и задать направленность развития, сущностная интенция человека, необходимая для его вочеловечивания.

Ю. М. Лотман [6] и Б. А. Успенский [7] понимали, что относиться к некоторым вещам индифферентно, как к «делу вкуса», для российской культуры недопустимо. Нейтральная аксиологическая сфера неприемлема во многих ситуациях, однако важно и представление о дуальности категорий.

Результаты исследования. Серьезную озабоченность культурного, и педагогического сообществ России вызывает широкое распространение *культуры общества потребления*, в которой видится угроза снижения духовно-нравственного и художественно-эстетического уровня общества. Основным каналом продвижения массовой культуры (и культуры общества потребления) являются средства массовой информации. Массовое искусство отличает апологетика серийности, конкретных приемов, благодаря которым автор обращается к более широкой или более узкой аудитории, объем, тираж. Массовое искусство характеризуется эскапистским характером, то есть устранением от полноты и глубины анализа явлений. Поставленное на конвейер производство продукции якобы для удовлетворения духовных потребностей широких масс населения, не обладающих развитой чувственностью и вкусом, высокими духовными запросами, жаждущими только развлечений и отвлечения от серости собственного существования и тягот повседневной жизни [8, с. 295]. Есть основания считать эту тенденцию антигуманной.

Е. Ф. Казаков резонно отметил, что каждая *историческая эпоха* не только конструировала свой образ совершенного человека, но и деятельно стремилась к нему, достигая этого посредством кризисов самоидентификации. *Монотеизм* и *антропоцентризм* – результаты первых двух кризисов самоидентификации. Лишение человека метафизичности (*бога нет*) привело к третьему кризису самоидентификации, а уподобление человека машине в Новейшее время – к четвертому кризису самоидентификации. В итоге машина, совершенствуясь, становится «совершенным человеком». «Для машины характерна абсолютная функциональность, выносливость, неприхотливость, сила, дешевизна, в ней нет ничего лишнего, бесполезного. Она превосходит человека по всем “рабочим” параметрам и для позитивистско-прагматически настроенного человека предстает как безусловный идеал. Машина – “человек”, лишенный человеческих слабостей, с усиленными до почти “божественной” недостижимости человеческими достоинствами» [9, с. 45]. Бесполой машине копируются движения человека (дабстеп); «механические» ритмы задают ритмы современной музыки (техно-поп); утилитарность станка и робота «заражает» утилитарностью человека.

Одним из первых критиков *массовой культуры* (мы все же считаем, что речь шла о *культуре общества потребления*. – О. Б.) был испанский философ Х. Ортега-и-Гассет, который считал массовую культуру отражением массового человека, ориентируясь на него эта культура, в то же время формирует его потребности и мировоззрение.

С постсоциалистических времен мы наблюдаем в российском общественном сознании «физиологический крен», нарочитая эротизация и сексуализация приближают людей к первобытному состоянию. Но физиологические процессы, несмотря на необходимость, – далеко не достаточные механизмы обеспечения человеческой жизнедеятельности. Кроме того, все большую популярность набирает *Китч* [1] – стиль, который отличает чрезмерность внешнего декора, заслоняющего содержательный аспект произведения. Положительным проявлением художественности в китче исследователь находит гармоничное мироощущение, красоту, спокойствие и миролюбие. Китч эффективно удовлетворяет невзыскательные художественно-эстетические потребности многих людей.

Н. М. Зоркая отмечает, что в литературе по мере массовизации работают механизмы трансформации сюжетов «в сторону облегчения, сведения сложного к примитивному, приспособления высокого к низшему уровню» (см.: [1, с. 16–18]). Шедевры старых мастеров путем тиражирования могут превратиться в «общекультурные фетиши» (Ван Гог «Подсолнухи», Климт «Поцелуй» и др.). И наоборот: по мере созревания искушенности аудитории и элитарные произведения могут достигать массовости, вызывая массовое признание, не опускаясь до уровня подделки, то есть сохраняют свои эстетические достоинства. Таковы примеры миллионных тиражей романов Л. Н. Толстого, У. Эко, Дж. Фаулза, П. Коэльо [10].

Традиции представляют собой «исторически сложившуюся систему правил поведения, включая манеры и этикет. Их называют «формой духа», мудростью истории. Российская культура нравственно оценочна. Для нее характерен аксиологический подход, согласно которому духовное раскрывается через самосовершенствование внутреннего мира человека, нравственных ценностей: истины, добра, красоты², библейский взгляд на «божественные» качества человека – разум и волю, делают его нравственным существом – представителем Бога в этом мире. «К проявлениям духовности русского человека относятся стремление к вере, относительное безразличие к материальным благам, способность проявлять терпение в неблагоприятных условиях, способность к самопожертвованию»³.

² Ельчанинов М. С. Структурно-синергетическая концепция социодинамики России: дис. ... д-ра филос. наук. – Самара, 2009. – 349 с.

³ Курычьева А. Н. Российский менталитет в условиях современного технологического переворота: дис. ... канд. филос. наук. – Н. Новгород, 2000. – С. 5.

Рассматривается ценностная дуальность таких понятий, как *доход*, *интеллект*, *внешность* и *имидж*.

Выбор явлений продиктован, во-первых, их широкой распространенностью, во-вторых, тем, что они по-разному воспринимаются адептами *высокой, массовой культур и культуры общества потребления*. Объективно обладание развитым *интеллектом* и хорошими внешними данными существенно повышает жизненные шансы индивида. Поэтому они превращаются в ценность экономического плана. Понятие об «экономике знаний» предполагает, что большими шансами на успех обладает более образованное общество, поэтому обучение, просвещение, стремление к совершенствованию своего *внешнего облика* – важные современные тренды.

Не менее важен субъективный фактор – *имидж* человека, предприятия, города, страны и т. д., состоящий из образов, преднамеренно и целенаправленно формируемых в сознании широких масс. Образы тиражируются средствами массовой информации, распространяются на конкретную аудиторию для создания у них конкретного, заранее заданного впечатления с разными целями.

Ценностная дуальность понятия «доход». Экономический кризис поставил жизнь людей в зависимость от их денежных доходов. Есть повод согласиться с утверждением Е. Е. Жернова о том, что экономические условия стали все больше предопределять человеческое бытие. Идея извлечения дохода как ценностный мотив не осуждается, в том числе дохода, получаемого посредством производства предметов искусства.

С другой стороны, стремление превратить любое произведение в продукт потребления, конечную цель *искусства общества потребления* безнравственно. Мораль, польза для потребителей мало заботят частных собственников, заказчиков: «Фильм собрал столько-то денег в прокате, картина была продана на аукционе за такую-то цену, такой-то стал “самым продаваемым” актером, писателем и т. п. года». *Массовый человек* превращается в средство достижения чужих навязанных целей. Хаотическое управление чужим бессознательным ведет к «децентрации личности» этих людей. Примером является вышеупомянутый машинный идеал. Рыночные отношения в искусстве и культуре создают привилегии для коммерсантов от культуры. «Экономика не самоцельна, ее назначение – обеспечить нормальное существование и жизнедеятельность человека <...> роль нравственной экономики сводится к установлению таких идеалов и стандартов оценки экономической деятельности общества, которые комплексно учитывали бы фактор человека. Общество – не только совокупность индивидов со своими собственными интересами и ценностями, но и *объединяющие их общечеловеческие ценности*. Задача школы

нам «видится в поиске, четком определении и защите этих ценностей» [11, с. 191].

Ценностная дуальность интеллекта. Образованный человек и образованное общество являются субъектами экономики знаний. Высокий уровень сформированности художественной культуры в социально-культурном пространстве позволяет создавать качественно новые продукты, принимать инновационные решения. Однако «примеры интеллектуализма (знания без морально-нравственных рамок) и практика цифровизации экономики показывают, что «явление “интеллектуального” в социальной действительности» далеко не всегда связано с высоким уровнем нравственности и человеческой этики. Тут и пресловутая проблема конфиденциальности личных данных, и безнравственность отъема личных знаний наемных работников в корпоративную базу знаний в системе управления знаниями и т. п. Поэтому интеллектуальная экономика требует не только идеалистического, но и практического взгляда на Нравственную Экономику» [11, с. 198].

Ценностная дуальность внешности человека. Английские психологи Н. Рамси и Д. Харкот в работе «Психология внешности» отметили, что в современном обществе стремление к совершенствованию своего внешнего облика, «обеспокоенность своей внешностью достигла размеров эпидемии» [12, с. 15]. Американский социолог Ирвинг Гофман в своей книге «Представление себя другим в повседневной жизни» рассматривает вопрос в ключе «символического интеракционизма» [13]. Человеческий облик наряду с объективной реальностью, может наделяться идеалистическими свойствами «субъективной реальности». Российские психологи и культурологи внешний облик человека эксплицируют как феномен конкретной культуры.

Ценностная дуальность понятия «имидж» места. Пожалуй, это самый гибкий элемент системы. Под влиянием виртуальной культуры происходят изменения и в восприятии реального публичного пространства, примером чего является паблик-арт. Современное искусство развивает новый тип мимесиса как подражания или скорее соревнования не с природой, а с техникой. Принцип коллажа как один из приемов постмодернизма в пространстве города, который воспринимается как гипертекст.

Необходимо помнить об идеалах правды, справедливости и искания смысла жизни, о которых говорил Н. А. Бердяев, рассуждая о российской ментальности и общении (см.: [14]). Наиболее педагогически целесообразным нам видится деятельностный подход А. Н. Леонтьева [15], С. Л. Рубинштейна [16] и др. Этот подход используется для активизации людей в освоении художественного наследия через вовлечение их в активную проектную художественную деятельность. «Имидж страны состоит из образов, формирующихся в сознании широких масс. Речь идет

о практиках запечатления жизни людей и демонстрации результатов съемки разными способами с разными целями» [17, с. 58].

Заключение. Из проанализированных примеров видно, что у каждого явления существуют положительные и отрицательные стороны, проявляется ценностный дуализм элитарного (духовного) и массового (материального). Элитарное искусство – духовное проявление идеализма, массовое – прагматичное проявление материализма. Элитарная художественная культура эксплицируется как независимая, не заискивающая перед публикой, не занимательно-развлекательное зрелище. Массовая художественная культура зависима от элитарного и часто заключается в тиражировании упрощенно-утилитарных вариантах произведений элитарного искусства.

Мы утверждаем, что банальность духовных запросов, низменность вкусовых потребностей вовсе не врожденное, а навязанное социуму свойство. Массовое тиражирование нужной информации обладает огромным управленческим, экономическим и воспитательным потенциалом. Государство балансирует между правящей и духовной элитами, духовной элитой и народом. Заинтересованные коммерческие круги, собственники СМИ используют лишь те особенности тиражирования, которые приносят максимальный доход лично им.

Основная проблема появления в обществе ценностного дуализма – определение мотивов людей необходимого для самостоятельного выбора ими целей достижения. Делая нечто полезное для себя лично, субъект культуры должен представлять, не будет ли *это* злом для других людей, общества в целом. Признаем недостаточность использования позитивного потенциала массовой культуры, ее просветительских возможностей, возможностей регенерации архетипических моделей и форм, свойственных российской эстетической традиции.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Каратеева А. Г., Адамецкая Т. Н. Современное искусство в контексте массовой культуры // Интерактивная наука. – 2019. – № 11 (45). – С. 16–18. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=41374656>
2. Маркузе Г. Критическая теория общества: Избранные работы по философии и социальной критике. – М.: АСТ: Астрель, 2011. – 384 с.
3. Ортега-и-Гассет Х. Восстание масс. Дегуманизация искусства // Антология культурологической мысли. – М.: Изд-во РОУ, 1996. – С. 253–257.
4. Ницше Ф. Рождение трагедии из духа музыки. – СПб.: Азбука, 2014. – 224 с.
5. Шопенгауэр А. Собрание сочинений: в 4 т. / пер. и ред. Ю. И. Айхенвальда. – М.: И. И. Кушнareв и К, 1903. – Т. 2. Мир как воля и представление. – 673 с.
6. Лотман Ю. М. «Договор» и «вручение себя» как архетипические модели культуры // Избранные статьи: в 3 т. Т. 3. – Таллинн: Изд-во Эстонской академии наук, 1993. – С. 345–355. URL: <https://teoria-prava.hse.ru/data/2016/10/25/1110821956/lotman.pdf>

7. **Успенский Б. А.** Избранные труды: в 3 т. – М.: Языки русской культуры, 1994. – Т. 1. Семиотика истории. Семиотика культуры. – 608 с. URL: https://platona.net/load/knigi_po_filosofii/kulturologija/izbrannye_trudy_tom_i_semiotika_istorii_semiotika_kultury/16-1-0-4363
8. **Лобус С. Н.** Элитарное и массовое в искусстве как одна из проблем современности // Образование XXI века: материалы X(55) итоговой науч.-практ. конференции студентов и магистрантов. – Витебск: Изд-во ВГУ им.П. М. Машерова, 2010. – С. 294–295.
9. **Казаков Е. Ф.** Идеальный человек и кризис идентичности // Идеи и идеалы. – 2017. – Т. 1, № 4 (34). – С. 40–48. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=30741873>
10. **Крюков Д. В.** О формах симбиоза элитарного и массового в современном искусстве: автореф. дис. ... канд. филос. наук. – М., 2005. – 28 с. URL: <https://search.rsl.ru/ru/record/01003009150>
11. **Жернов Е. Е.** Нравственная экономика // Идеи и идеалы. – 2019. – Т. 11, № 2-1. – С. 190–208. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=39196312>
12. **Рамси Н., Харкот Д.** Психология внешности / пер. с англ. под ред. А. П. Федорова. – СПб.: Питер, 2009. – 250 с.
13. **Гофман И. Г.** Представление себя другим в повседневной жизни / пер. с англ. и вступ. статья А. Д. Ковалева. – М.: КАНОН-пресс-Ц: Кучково поле, 2000. – 304 с.
14. **Бердяев Н. А.** Философская истина и интеллигентная правда // Духовный кризис интеллигенции. – М.: Канон, 1998. – С. 173–193. URL: <http://www.vehi.net/vehi/berdyayev.html>
15. **Леонтьев А. Н.** Проблема деятельности в истории советской психологии // Вопросы психологии. – 1986. – № 4. – С. 110–119. URL: <http://www.voppsy.ru/issues/1986/864/864109.htm>
16. **Рубинштейн С. Л.** Принцип творческой самодеятельности // Вопросы психологии. – 1986. – № 4. – С. 101–108. URL: <http://www.voppsy.ru/issues/1986/864/864101.htm>
17. **Баркова О. И., Власов В. А., Тамаровская А. А.** Постановка проблемы воспитания визуальной культуры в России // Философия образования. – 2019. – Т. 19, № 4. – С. 53–66. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=41596045>

REFERENCES

1. Karateeva A. G., Adametskaya T. N. Modern art in the context of mass culture. *Interactive science*, 2019, no. 11 (45), pp. 16–18. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=41374656> (In Russian)
2. Markuse G. *Critical theory of society: Selected works on philosophy and social criticism*. Moscow: AST: Astrel Publ., 2011, 384 p. (In Russian)
3. Ortega y Gasset H. Rebellion of the masses. Dehumanization of art. *Anthology of cultural thought*. Moscow: Publishing house of ROW, 1996, pp. 253–257. (In Russian)
4. Nietzsche F. *Birth of tragedy from the spirit of music*. Saint Petersburg: Alphabet Publ., 2014, 224 p. (In Russian)
5. Schopenhauer A. *Works* in 4 vol. Transl. and ed. by Yu. I. Aichenwald. Moscow: I. I. Kushnarev and K, 1903. Vol. 2. The world as will and representation, 673 p. (In Russian)
6. Lotman Yu. M. «Contract» and «surrender of oneself» as archetypal models of culture. *Selected articles*: in 3 vol. Vol. 3. Tallinn: Publishing House of the Estonian Academy of Sciences, 1993, pp. 345–355. URL: <https://teoria-prava.hse.ru/data/2016/10/25/1110821956/lotman.pdf> (In Russian)
7. Uspenskiy B. A. *Selected works*: in 3 vol. Moscow: Languages of Russian culture, 1994. Vol. 1. Semiotics of History. Semiotics of culture, 608 p. URL: https://platona.net/load/knigi_po_filosofii/kulturologija/izbrannye_trudy_tom_i_semiotika_istorii_semiotika_kultury/16-1-0-4363 (In Russian)

8. Lobos S. N. Elitist and mass in art as one of the problems of our time. *Education of the XXI century: materials X (55) of the final scientific and practical. conf. students and undergraduates*. Vitebsk: Publishing House of the Voronezh State University named after P. M. Masherova, 2010, pp. 294–295. (In Russian)
9. Kazakov E. F. An ideal person and an identity crisis. *Ideas and Ideals*, 2017, vol. 1, no. 4 (34), pp. 40–48. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=30741873> (In Russian)
10. Kryukov D. V. *On the forms of symbiosis of the elite and the mass in contemporary art*: author's abstr. of dis. ... cand. philos. sciences. Moscow, 2005, 28 p. URL: <https://search.rsl.ru/en/record/01003009150> (In Russian)
11. Zhernov E. E. Moral economy. *Ideas and Ideals*, 2019, vol. 11, no. 2-1, pp. 190–208. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=39196312> (In Russian)
12. Ramsey N., Harkot D. *Psychology of appearance*. Transl. from English under the editorship of A. P. Fedorova. Saint Petersburg: Piter Publ., 2009, 250 p. (In Russian)
13. Hoffman I. G. *Presenting yourself to others in everyday life*. Transl. from English and intr. article by A. D. Kovalev. Moscow: KANON-press-Ts: Kuchkovo Pole Publ., 2000, 304 p. (In Russian)
14. Berdyaev N. A. Philosophical truth and intelligent truth. *Spiritual crisis of the intelligentsia*. Moscow: Canon Publ., 1998, pp. 173–193. URL: <http://www.vehi.net/vehi/berdyaev.html> (In Russian)
15. Leontiev A. N. The problem of activity in the history of Soviet psychology. *Questions of Psychology*, 1986, no. 4, pp. 110–119. URL: <http://www.voppsy.ru/issues/1986/864/864109.htm> (In Russian)
16. Rubinstein S. L. The principle of creative initiative. *Questions of Psychology*, 1986, no. 4, pp. 101–108. URL: <http://www.voppsy.ru/issues/1986/864/864101.htm> (In Russian)
17. Barkova O. I., Vlasov V. A., Tamarovskaya A. A. Formulation of the problem of education of visual culture in Russia. *Philosophy of Education*, 2019, no. 4, pp. 53–66. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=41596045> (In Russian)

Received January 13, 2020

Поступила: 13.01.2020

Accepted by the editors February 18, 2020 Принята редакцией: 18.02.2020