

---

---

А.Н. Ильин  
(Омск)

## ТРЕХКОМПОНЕНТНАЯ МОДЕЛЬ ВЛИЯНИЯ МАССОВОЙ КУЛЬТУРЫ НА СУБЪЕКТА

В статье рассматриваются проблемы, связанные с изучением влияния массовой культуры на субъекта, исходя из ее разделения на три уровня (китч, мид, арт). Анализируется проявление субъектности на каждом уровне и обосновывается идея, согласно которой в рамках китча субъект разрушается, мида – сохраняется, а арта – развивается.

*Ключевые слова:* массовая культура, субъектность, уровни массовой культуры, китч-культура, мид-культура, арт-культура.

### *Постановка исследовательской задачи*

В социологической науке массовой культуре отведено особое место. Изучая общество в целом и отдельные процессы, происходящие в нем, часто возникает необходимость обращения к связанным с культурой социальным явлениям, через призму которых становится возможным исследование общественного сознания, характерного для определенной социальной среды. Поскольку предметом нашего исследования является субъект в массовой культуре, то мы, прежде всего, остановимся на содержании понятия «*массовая культура*». Это обусловлено тем, что, хотя оно достаточно часто встречается в современной философской, культурологической и социологической литературе, его содержание недостаточно определено. На основе понятийной репрезентации масскульты в

---

<sup>1</sup> Алексей Николаевич Ильин – аспирант Омского государственного педагогического университета. E-mail: [ilin1983@yandex.ru](mailto:ilin1983@yandex.ru).

статье будет предложен философско-социологический анализ ее влияния на субъекта, результаты которого важны при проведении эмпирических социологических исследований.

### *О трехкомпонентной модели изучения массовой культуры*

Достаточно сложно дать точную и исчерпывающую характеристику явлению культуры; предельно широкая трактовка лишает нас возможности в полной мере определить этот феномен. Можно даже упомянуть закономерность, согласно которой чем шире представляется изучаемый объект, тем труднее дать ему исчерпывающее определение. Культура проникает во все сферы человеческого бытия – от повседневности и быта отдельного индивида до межнациональных отношений. Существуют различные дефиниции понятия «культура». Для наших целей достаточно исходить из самого общего определения: культура – это искусственная, созданная человеком реальность, отличающаяся от естественно природного бытия [1]. Предметом нашего рассмотрения является «массовая культура» как менее широкое понятие, чем культура в целом. Среди всех форм культуры именно массовая признается доминирующей в обществе [2]. Как понятие она имеет сложную структуру, но можно поставить в соответствие однозначное определение [3]. С позиции эмпирического изучения, по нашему мнению, следует разделить массовую культуру как социальное явление на отдельные элементы, каждый из которых отличается от других по характеру оказываемого на субъекта влияния.

Как отмечает В.В. Гопко, массовая культура – это особая социальная реальность, детерминирующая действия индивида – субъекта этой реальности; она навязывает ему свою волю и манипулирует его сознанием [4]. А.В. Костина называет субъекта массовой культуры недифференцированным, с невыраженным личностным началом, особенности которого – не критичность

восприятия и оценок, управляемость и духовная инфантильность [5]. Исследователи сходятся во взглядах относительно масскульта как явления, манипулирующего сознанием человека, в результате чего последний утрачивает свои субъектные качества.

Большинство исследователей склонны выражать резко критическое отношение к массовой культуре. Массовая культура как объект критики появилась сначала на западе. Так, М. Хоркхаймер и Т. Адорно уличают массовую культуру в клишированности, однообразии ее продуктов, в отсутствии каких-либо отличий между ними, в запрете потребителю мыслить. Массы, по мнению философов, обмануты капиталистическим производством, и массовая культура навязывается сверху [6]. Предполагается, что критическое отношение к массовой культуре в нашей стране возникло благодаря, в первую очередь, этим авторам и вообще западной тенденции осмысления массовой культуры. Более того, можно предположить, что манера критиковать масскульт благодаря своей «массовой» распространенности является одним из элементов самого масскульта. Массовая культура – это явление, внутри которого все мы находимся и реализуемся как личности и субъекты своего жизненного пути. Благодаря всеохватности массовой культуры, от которой так же, как и от общества, невозможно дистанцироваться, мы не имеем права критиковать ее и, как следствие, свое культурное пространство. Конечно, можно согласиться с расхожим мнением о том, что масскульт элиминирует субъектные качества личности, превращает субъекта в пассивного потребителя (консьюмера), конформиста, безоценочно усваивающего нормы, навязываемые ему извне средствами массовой коммуникации, рекламой, модой и т.д. Вместе с тем, возникает вопрос: следует ли такой резко негативистский подход распространять на все поле массовой культуры, представляя последнюю как гомогенное и в каком-то смысле ризоматичное образование, неподвластное разделению на части или уровни по критерию характера влияния на субъекта? Этого делать не следует и вот по какой причине.

Массовая культура как понятие и как явление иерархически структурировано. Одним из оснований выделения такой структуры является характер влияния ее элементов на субъектные качества личности. Под *субъектом* понимается творец своего жизненного пути, обладающий высшим уровнем целостности, сознательности и автономности (независимости), способный к самодетерминации и занимающий активную деятельную и мировоззренческую позицию по отношению к себе и окружающему миру, позволяющую ему развиваться в процессе жизнедеятельности. Субъект – зрелая личность, способная к творчеству и рефлексии. Целостность (целостность мировоззренческой позиции), автономность (способность к самодетерминации) и осознанность представляются основными атрибутивными характеристиками субъекта, которые в своей совокупности формируют такое образование, как *субъектность*.

Изучить влияние массовой культуры на субъектность позволяет модель, включающая три уровня. Для их выделения мы воспользовались принятым в современной культурологии разделением массовой культуры на три потока (уровня): *китч*, *мид* и *арт*, где первый – это примитивный и низкопробный товар, второй – нечто среднее, а третий – высококачественные произведения [7]. Эта классификация может показаться не вполне обоснованной, но соответствует нашему представлению, согласно которому масскульт рассматривается как широкое явление, а потому его невозможно свести к категорическому оценочному определению: только «хорошо» или только «плохо». Каждый уровень масскульта по-своему влияет на субъекта, а соотношение всех трех уровней, их одновременное сосуществование разрывает субъекта на части путем *трехвекторного* воздействия на него.

### *Характер проявления субъектности на уровнях массовой культуры*

Рассмотрим, прежде всего, китч-уровень массовой культуры. В отношении этого низшего уровня можно совершенно однозначно

сказать, что он разрушает субъектность, репродуцируя не критическое и нетворческое сознание, функционируя согласно закону экономии интеллектуальных сил. По замечанию К. Гринберга, китч как эрзац-культура предназначен для тех, кто безразличен к ценностям подлинной культуры; китч приветствует и культивирует бесчувственность, используя в качестве сырья симулякры подлинной культуры [8]. В общем, его воздействие на субъектность представляется максимально тоталитарным в отличие от других уровней массовой культуры. Мода и реклама в основном функционируют на данном уровне, и эти тенденции являются не только средствами рекламы китча, но и самим его продуктом. Чем более эффективно их функционирование, тем больше людей склонны потреблять именно эту продукцию, поскольку китч, по замечанию В.В. Гопко, обладает высокой проникающей способностью [4]. Недаром многие исследователи критикуют массовую культуру, отождествляя ее с китчем: все-таки это самый низменный и в то же время самый широкий в смысле популярности уровень, и эти два его качества – низость и популярность – обеспечили редукцию масскульта в глазах большинства ученых до китча.

Учитывая широту и проникающую способность китча, уместно вспомнить теорию естественного отбора, согласно которой сильные побеждают слабых, вследствие чего происходит прогресс. Если же представить ситуацию наоборот, то очевидно, что вместо прогресса придет упадок, декаданс. В данном случае теория естественного отбора понимается не в классическом смысле (дарвиновском), а именно в культурном (скорее ницшеанском). Наблюдая за гегемонией китча внутри здания современной культуры, можно прогнозировать обратный результат естественного отбора; происходит настоящий культурный регресс – «слабые», т.е. потребители китча, представляют собой в количественном смысле большинство, а потому и превосходство над «сильными». И вместе с редукцией культуры изменяются также субъектные качества человека.

Современный китч представлен в китч-журналистике (глянце-вые журналы, страницы которых испещрены бессодержательными «сенсационными» статьями и т.д.), «музыкальной попсе», низко-пробном кинематографе, «бульварном чтиве», массовой политике и отчасти в массовом образовании (редукционистское введение тестов или уменьшение требовательности к ученикам). Все эти проявления китч-культуры оказывают негативное воздействие на мировоззрение субъекта, его этические и эстетические ценности, вместо которых появляются *псевдоценности*. Всю продукцию китча можно охарактеризовать как бездарную, шаблонную, низкокачественную и семиотически простую. Китч интеллектуально доступен, так как не требует умственного напряжения, и эта простота и доступность создают нерелексивного расщепленного субъекта. Можно сказать, что китч ориентирован не на общество, а именно на массы. Главной чертой китча, а точнее целью, выступает коммерциализация; культура и искусство уже не интересны сами по себе, в своей самодостаточности, а стали как средством заработка, так и заработок стал основной ценностью культуры. А поскольку массы поглощают, как правило, некачественный и низкоинтеллектуальный товар, то в коммерческих целях именно его и стоит производить; так происходит постоянно расширяющееся воспроизводство ширпотребной коммерческой продукции. Эта гегемония китча делает его культурой повседневности.

Китч однозначен. Его содержание предельно упрощено (редукция – один из его механизмов), опирается на стереотипность сюжетов и идей, ориентируется на обывателя и, оказывая воздействие на социум, осуществляет его *массовизацию* и *десубъ-ективизацию*. Этой однозначностью он притупляет способность субъекта к рефлексии и делает из него бездумного робота. Кроме того, он усиливает влияние на субъекта своей развлекательной направленностью. По словам М.А. Грекова [9], субъект уходит в мир иллюзий (компьютерные игры), отчуждается от реальности и, вытесняя бытие, тратит себя на псевдореализацию. Если инди-

видуальная история человека, его жизненный опыт всегда были связаны с культурой китча, то у него не было подходящего стимула для развития субъектных качеств, но если он в более зрелом возрасте столкнулся с этим видом культуры, то он способен отчасти противостоять ее влиянию.

Обратимся к *мид-уровню* и *арт-уровню* массовой культуры. Нельзя сказать, что мода и реклама им абсолютно несвойственны; их продукты, как правило, рекламируются в меньшей степени. Потребители этих видов культуры осознанно выбирают, чему стоит отдавать предпочтение, а чему – нет, т.е. если китч массивизирует общество, то мид и арт, наоборот, его демассивизируют.

*Мид* как некая «золотая» середина трудно поддается понятной репрезентации, тем более границы, существующие между уровнями, отличаются размытостью. Мид можно представить как грань между искусством и китчем. Этот уровень массовой культуры можно рассмотреть на примере вкусов современной общественности, тяготеющих к околонучной литературе.

Если обратить внимание на вкусы современного «интеллектуального» общества, то констатация факта упрощения, редукционизации науки навряд ли кого-то удивит. По крайней мере, редукционизм не самой науки как таковой, а той сферы, которой интересуется общественность. Конечно, наука изначально не была предназначена для широких масс и ей должны были заниматься лишь отдельные личности, посвященные, но сопутствующая нашему времени просветительская тенденция в некоторой степени меняет этот классический постулат. Хотя это изменение незначительно, поскольку термин «просветительская» скорее гиперболизирует и оптимизирует данную тенденцию; ей более будет соответствовать термин «околопросветительская». В чем же она заключается?

Народ активно интересуется литературой, лишь отчасти находящейся в дискурсе науки (медицинской, философской, психологической и т.д.). При поверхностном рассмотрении такую

тенденцию можно назвать интеллектуализацией масс. Вместе с тем, медицина заменена «нетрадиционными практиками»: шаманизм, ведовство, знахарство вплоть до откровенного оккультизма. Тем самым она уже утрачивает свое первоначальное (научное) название и переходит в другую сферу, околонучную. Великими философами теперь считаются К. Кастанеда, П. Коэльо, Э. Куатье и т.д. Что же касается психологии, то имеет смысл назвать имена Н. Козлова и Н. Курпатова, книги которых стали бестселлерами. Вполне возможно, что перечисленные явления в какой-то степени дополняют научный дискурс и вносят в него свою лепту. Например, в психологической науке наблюдаются два лагеря – практиков и теоретиков, точек соприкосновения между которыми почти не осталось, и у каждого из них свои авторитеты (см. [10]). Проблема заключается в том, что общественность испытывает огромный интерес или к предельно редуцированной науке или лишь к околонучной литературе, к «профанности», выражаясь языком Генона. Причины тому очевидны. Например, учитывая напряженный образ жизни современного россиянина и непосредственно с этим связанное состояние культуры в стране, следует ожидать массового эскапизма от интеллектуальной деятельности, желания избежать таких же напряженных, как и вся жизнь, размышлений и пристраститься не к развлечениям пустого китча, а к более цивилизованным видам деятельности. Можно порадоваться, что массы хотя бы что-то читают, чем-то интересуются.

Этот редукционизм невозможно назвать китчем – проявлением предельно низкого уровня массовой культуры: если бы книжные магазины вообще закрылись за ненадобностью, это знаменовало бы собой полный упадок, но, к счастью, такого не происходит. Помимо усталости народа появление в его среде таких низких (по сравнению с подлинно научным творчеством) интересов связано с тем, что массмедийность, подстраиваясь под вкусы масс, специально рекламирует то, что последним должно понравиться. Нет смысла вносить в массы труды, например, представителей



немецкой классической философии – они все равно их читать не будут; подлинно научная литература обречена на «лежание» в самых отдаленных уголках библиотек под вековым слоем пыли. Однако вполне логично рекламировать то, что заведомо придется ей по вкусу. Тем самым круг замыкается. С одной стороны, общественность проявляет познавательную активность в соответствии со своими вкусами, а с другой – эти вкусы специально (в коммерческих целях, конечно) поощряются массмедийностью и в некотором смысле ей создаются. Мысль Э. Тоффлера схожа с нашим пониманием этого замкнутого круга, когда он отмечает: «Один из критериев культурного разнообразия общества – количество разнообразных книг; чем более стандартизированы вкусы народа, тем меньший ассортимент книжной продукции» [11], т.е. известный футуролог основной критерий культурного развития общества видит в разнообразии книг. Однако он учитывает только количественный фактор, в то время как фактор качества имеет немаловажное значение: существует большая разница между тиражированием так называемого «бульварного чтения» в виде сентиментальных романов и широким распространением научно-философской литературы, побуждающей не только к переживаниям, но и к размышлениям.

Вместе с тем, имеет смысл выделить и положительное действие научного редукционизма, например, в школьном обучении, где крайне неэффективно было бы перегружать сознание детей сложной научной терминологией, а упрощение этого языка обеспечивает эффективность понимания и усвоения. Однако если школьники не могут сразу постигать научный дискурс в его настоящей сложной форме, то массы не хотят этого.

Общество продолжает интересоваться художественными произведениями, которые целесообразно объединить под общим названием «массовая беллетристика». Массовая беллетристика ориентируется в первую очередь на вкусы читателя, а не на эстетику или авторское самовыражение. Ее главная особенность – за-

нимательность без оказания глубокого влияния на духовный мир субъекта. Такая форма литературы не оказывает ни позитивного, ни негативного воздействия на субъекта – она его развлекает. Но если в таком развлечении, временном отдыхе и уходе от насущных проблем усматривать некоторый психотерапевтический эффект, то массовой беллетристике отчасти можно придать положительный характер влияния на субъекта.

В качестве еще одного примера мид-культуры можно привести большинство продукции американского кинематографа. Несмотря на недостаточно обоснованную критику американских фильмов многие из них отличаются невоспроизводимостью благодаря наличию дорогих и качественных спецэффектов, что уже выводит их за рамки китча. С одной стороны, характер этой кинематографии отличается бедностью духовной, интеллектуальной и моральной составляющих, с другой, трудно согласиться с отсутствием этих качеств в таких известных фильмах, как «Зеленая миля», «Контакт», «Форрест Гамп», «Пианист», «Трасса 60» и т.д.

К веяниям мид-культуры также относится адаптация классики к «экранной» культуре. Например, экранизация «Войны и мира» как проявление моды на высокохудожественные произведения. В общем, как отмечает Б.С. Ерасов, для мид-культуры характерно соединение образцов популярной и высокой культуры [12].

Перейдем к рассмотрению *арт-уровня* массовой культуры. В контексте этого уровня важно осмысление того, что влияние массовой культуры на субъекта достаточно легко поддается пониманию; взаимнообратный процесс понять значительно сложнее. Если говорить о предельной форме воздействия субъекта на массовую культуру, уместно вспомнить теорию Ф. Ницше о сверхчеловеке, «сокрушителе скрижалей», который возвышается над массовой культурой. Также важна концепция М. Фуко об «основателях дискурсивности» [13]. Но обе теории требуют от человека не просто подлинных субъектных качеств, а их предельно высоко-го развития, гениальности, которая присуща лишь небольшому

количеству людей. В этом случае только гению предоставляется возможность воздействовать на массовую культуру. Такой подход видится крайне пессимистичным и обрекающим «всех остальных» оставаться на уровне пассивных реципиентов, смиренно пропускающих через себя (и внутрь себя) любые воздействия. Поэтому мы не можем в полной мере с ним согласиться: арт-культура необязательно формирует гения, ее продуктом может выступать подлинный субъект, способный по достоинству воспринимать, оценивать и осмысливать гениальность творцов, и который сам является в первую очередь ценителем, а не творцом.

Вместе с тем творчество – важное качество субъекта, взращенного высокой культурой. Некоторые исследователи считают творчество ведущей характеристикой активности субъекта [14; 15; 16; 17]. Арт-культура направлена на формирование субъекта с присущими ему творческими и интеллектуальными качествами. Когда человек творчески проявляет свою индивидуальность, креативные потенции своего индивидуального стиля, он, выходя за границы дозволенного, занимает место над культурой и перестает быть ее пассивным потребителем; перерастая культуру, он сам начинает ее развивать. Подтверждение этой мысли можно найти, например, в работе А.С. Шарова, который называет творчество взаимопереходом ценностей человека в ценности культуры [18]. Хотя, по нашему мнению, вместо термина «взаимопереход» более уместен «переход», так как имеется в виду не двусторонний процесс, а именно интериоризация культурой ценностей отдельного субъекта.

Деятели культуры и искусства – ученые, музыканты, писатели и т.д. – все они в некотором роде влияют на состояние масскульты, и каждый из них вносит свой вклад в культуру. В то же время они, находясь внутри культурного пространства, не могут полностью абстрагироваться от него, что влечет за собой обратное влияние массовой культуры на них, и именно в этом случае становится уместным понятие взаимоперехода. В таком случае происходит

коммуникация между субъектом и культурой, характеризующая себя двусторонностью, наличием обратной связи. Массы, не являющиеся субъектами, лишены этой коммуникации и обречены на выполнение роли пассивного потребителя. В этом и заключено отличие арта от китча. Ценители высокого искусства в своем большинстве люди интеллектуального труда, чей уровень развития позволяет сопротивляться манипуляционным воздействиям извне и совершать осознанный выбор. Арт как форма культуры, будучи в отличие от китча менее тиражированным и непонятным для масс, далек от повседневности и являет собой нечто более высокое, духовное и надповседневное.

Важно подчеркнуть, что *мид*- и *арт*-культура, фигурируя в контексте политики, препятствуют распространению политических мифологем и поклонению харизматическим лидерам. Можно сказать, что они противопоставляют себя политическому манипулированию и тотализации общественного порядка. При такой тотализации происходит уничтожение субъектности, ее распыление в массе безличных и конформных индивидов.

Отношения массовой культуры и субъектности должны рассматриваться как симбиотические. С одной стороны, массовая культура формирует субъектность, оказывая позитивное влияние на индивидуальное развитие. С другой же стороны, масскульт ограничивает эту субъектность определенными рамками, препятствуя ее дальнейшему развитию, достигая которого, она могла бы возвыситься над массовой культурой и противопоставить себя последней. Человек не может жить и развиваться без массовой культуры, вообще без культуры как таковой; находясь в отдалении от культуры, он уподобляется животному. Но вместе с тем массовая культура редко позволяет человеку «стать выше себя самой». В этом и заключена диалектичность взаимоотношений массовой культуры и субъекта.

Как известно, основную роль в окультуривании человека играли образование и воспитание. В ситуации, когда они сами имеют недостаточно высокий культурный облик, нет смысла

воспринимать их как неоспоримые авторитеты в контексте повышения общей культуры. В этом случае необходимо обеспечить нормальное, нередуцированное функционирование обоих процессов формирования личности и полноценного субъекта.

Арт-культура направлена не только на формирование богатого внутреннего мира, но и на появление его глубокого осмысления и рефлексивного отношения к нему. Арт актуализирует субъекта как систему, обладающую устойчивой целостностью своего мировоззрения. Причем такая устойчивость остается открытой для обогащения идеями и ценностями, поступающими извне, но при этом она благодаря собственной автономности и сознательности способна делать осознанный выбор относительно того, что стоит принимать, а от чего целесообразнее отказаться, что соответствует уровню развития самой системы, а что не соответствует. Вернее, благодаря своим атрибутивным качествам субъект наделяется способностью к глубокому осмыслению действительности, к осуществлению осознанного выбора и к поиску настоящих путей самореализации.

Между выделенными атрибутивными качествами субъекта существует прямая взаимосвязь, благодаря которой развитие (или упадок) одного качества ведет к изменению другого. Едва ли можно представить себе субъекта, в полной мере обладающего целостным мировоззрением, но при этом утратившим автономность и осознанность: трансформация одного качества определяется через трансформацию другого.

В табл. 1 схематично показан характер соотношения атрибутивных характеристик субъекта с каждым уровнем массовой культуры.

Итак, массовую культуру как социальный феномен имеет смысл изучать не как гомогенное образование, а в виде трехуровневого исследовательского концепта. Каждый уровень оказывает разнородное влияние на субъекта, а именно: китч-культура разрушает субъектные качества, мид-культура их

Таблица 1  
АТТРИБУТИВНЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ СУБЪЕКТА НА РАЗНЫХ УРОВНЯХ МАССКУЛЬТА

Атрибутивные характеристики субъекта	Уровни массовой культуры		
	Китч	Мид	Арт
Сознательность	Бессознательность, рефлексия через сугубо внешние нормы	Противоречивость рефлексии (между внешним и внутренним)	Саморефлексия по собственным критериям
Автономность	Конформизм, безоценочное следование мнениям большинства	Не создание идеалов, а оценочное их принятие	Самодетерминация в поступках и в создании ценностных идеалов, критичность
Целостность	Шаткость и текучесть	Относительная устойчивость	Устойчивость

сохраняет, а арт-культура их развивает. Таким образом, критика, направленная в адрес массовой культуры, далеко не всегда оправданна и может распространяться лишь на отдельные части масскульты и не экстраполируется на весь концепт.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. *Колесник М.В.* Технический субстрат массовой культуры // Гуманитарные исследования: Ежегодник. Вып. 11: Межвузовский сборник научных трудов. Омск: Изд-во ОмГПУ, 2006. С. 25–30.
2. *Гашкова Е.М.* Культура: массовая, традиционная, «срединная» // Российская массовая культура конца XX века: Материалы круглого стола. 4 декабря 2001 г. СПб.: Санкт-Петербургское философское общество, 2001. С. 40–41.
3. *Сорокина В.Н.* Массовые коммуникации и массовая культура // Российская массовая культура конца XX века: Материалы круглого стола. 4 декабря 2001 г. СПб.: Санкт-Петербургское философское общество, 2001. С. 160–162.
4. *Гонко В.В.* Воля в массовой культуре: Автореф. дис. ... канд. филос. наук. Омск, 2006.
5. *Костина А.В.* Массовая культура как феномен постиндустриального общества. 3-е изд., стереотип. М.: КомКнига, 2006.
6. *Хоркхаймер М., Адорно Т.* Культуриндустрия: Просвещение как обман масс // *Хоркхаймер М., Адорно Т.* Диалектика просвещения. М.: Изд-во «Медиум», 1997. С. 149–209.
7. *Аблеев С.Р., Кузьминская С.И.* Массовая культура современного общества: теоретический анализ и практические выводы // Человек в социальном мире: проблемы, исследования, перспективы: Научно-практический вестник. 2002. Вып. 1 (№ 8). С. 39–42.
8. *Greenberg K.* Avantgarde and Kitch / K. Greenberg // *Partisan Review*. 1939. Vol. VI. No. 5. P. 34–49.
9. *Греков М.А.* Феномен эскапизма в медианасыщенном обществе: Автореф. дис. ... канд. филос. наук. Омск, 2008.
10. *Юревич А.В.* Поп-психология // Вопросы психологии. 2007. № 1. С. 3–14.
11. *Тоффлер Э.* Футурошок. СПб.: Лань, 1997.
12. *Ерасов Б.С.* Социальная культурология: Учебник для студентов высших учебных заведений. 3-е изд., доп. и перераб. М.: Аспект Пресс, 2000.
13. *Фуко М.* Что такое автор // *Фуко М.* Воля к истине: по ту сторону знания, власти и сексуальности. М.: Касталь, 1996.
14. *Брегадзе А.А.* Проблема сущности личности // Отчуждение человека в перспективе глобализации мира: Сборник философских статей / Под ред. Б.В. Маркова,

Ю.Н. Солонина, В.В. Парцвания. СПб.: Изд-во «Петрополис», 2001. С. 22–31. Вып. I.

15. *Ермолаева М.В.* Субъектный подход в психологии развития взрослого человека (вопросы и ответы): Учеб. пособие. М.: Изд-во Московского психолого-социального института; Воронеж: Изд-во НПО «МОДЭК», 2006.

16. *Колесов В.В.* Мир человека в русской ментальности // Отчуждение человека в перспективе глобализации мира: Сборник философских статей / Под ред. Б.В. Маркова, Ю.Н. Солонина, В.В. Парцвания. СПб.: Изд-во «Петрополис», 2001. С. 301–317. Вып. I.

17. *Осницкий А.К., Астахова Н.В.* Роль осознанной саморегуляции в учебной деятельности подростков, обучающихся в классах КРО // Вопросы психологии. 2007. № 3. С. 42–51.

18. *Шаров А.С.* Ограниченный человек: значимость, активность, рефлексия: Монография. Омск: Изд-во Омского государственного педагогического университета, 2000.