

С. А. Добрецова

**«Заумники», умницы и умники: интеллектуальная игра
как форма культуросообразной деятельности в сфере массовой культуры**

Выполнено по гранту Российского Научного Фонда 14–18–01833–II
«Текст и контекст массовой культуры: российский дискурс»

В статье рассматриваются интеллектуальные игры для детей и юношества как форма культуросообразной деятельности в сфере массовой культуры. Массовая культура демонстрирует лояльное отношение к высокому интеллекту, для нее важно показать, что приобретение и демонстрация знаний посильна каждому, ибо идея простоты и доступности любых ценностей – неотъемлемое свойство массовой культуры. Эффективным средством внедрения данной мысли являются интеллектуальные игры для детей и юношества. В этом отношении необходимо отметить, что в теории игр актуализировались научные традиции, имеющие в основе представления о неразрывной связи игры и детства, об игре как своего рода репетиции жизни. Имплицитной задачей в связи с этой тенденцией становится также утверждение престижа интеллекта и знаний (причем первое и второе применительно к детской и юношеской аудитории принципиально не дифференцируется). Массовая культура утверждает, что «быть самым умным» – это хорошо, приятно и полезно, а не странно и стыдно. На основании проведенного исследования мы делаем вывод о том, что интеллектуальные игры для детей и юношества являют собой форму культуросообразной деятельности, успешно функционирующей в поле массовой культуры.

Ключевые слова: массовая культура, интеллектуальная игра, дети, юношество, культуросообразная деятельность, интеллект, знания.

S. A. Dobretsova

**«Futurists», Clever Girls and Clever Boys: Intellectual Game
as a Form of Culture-Congruent Activity in the Popular Culture Sphere**

The article considers intellectual games for children and youth as a form of culture-congruent activity in the sphere of popular culture. The popular culture demonstrates a condoning attitude to a high order of intelligence, it is important to show that acquisition and demonstration of knowledge is an easy aim for everyone because the idea of simplicity and accessibility of different values is an inherent characteristic of popular culture. An effective means of implementation of this thought is intellectual games for children and youth. It is necessary to notice that in a theory of game it is actualized scientific traditions having visualizations about an inextricable connection of game and childhood in their basis, about a game as a repetition of life. In relation to this tendency an implicit aim becomes a confirmation of intellect and knowledge prestige (as intellect and knowledge are not differentiated in respect to child and young auditive). The popular culture confirms that «to be clever» is good, pleasant and useful rather than to be odd and shameful. On the authority of making research we conclude that intellectual games for children and youth is a form of culture-congruent activity successfully functioning in the sphere of popular culture.

Keywords: popular culture, intellectual game, children, youth, culture-congruent activity, intellect, knowledge.

Представляя собой в высокой степени полифоничное явление, массовая культура оказалась неотъемлемой частью жизни современного человека. И наоборот – жизнь современного человека оказывается в немалой степени организованной и контролируемой массовой культурой. Причем сфера ее влияния не ограничивается социальными сетями, реалити-шоу или троллейбусами с изображениями первого русского театра. Образование, начиная от дошкольного и заканчивая сферой высшего образования, оказалось прочно вписанным в сферу массовой культуры – этот факт отмечают как современные философы (Н. И. Киященко, Е. Н. Шапинская) [3, 5, 8], так и

искусствоведы и культурологи (Т. С. Злотникова, Т. И. Ерохина, Н. Н. Летина) [1, 4].

Более того, важной и, казалось бы, неожиданной тенденцией можно счесть то, что массовая культура, идя в ногу со временем, демонстрирует лояльное отношение к высокому интеллекту, для нее (массовой культуры) важно показать, что приобретение и демонстрация знаний посильны каждому, ибо идея простоты и доступности любых ценностей – неотъемлемое свойство массовой культуры [7]. Эффективное средство внедрения данной мысли – интеллектуальные игры для детей и юношества, пользующиеся большой популярностью на современном телевидении. В этом отно-

шении необходимо отметить, что в теории игр актуализировались научные традиции, имеющие давние корни; в частности – философские и этнологические представления о неразрывной связи игры и детства, об игре как своего рода репетиции жизни [2, с. 50].

Имплицитной задачей, которая решается в рамках функционирования массовой культуры, в связи с этой тенденцией становится также утверждение престижа интеллекта и знаний (причем первое и второе применительно к детской и юношеской аудитории принципиально не дифференцируется, несмотря на реальную существенную разницу признаков личности, *интеллекта*, и приобретаемого «капитала», *знаний*). Массовая культура словно бы утверждает, что «быть самым умным» – это хорошо, приятно и полезно, а не странно и стыдно (вспомним прижившуюся в России уничижительную кличку «ботаник»). Это также один из способов объяснить ребенку, его родителям, а подчас и учителям, многие из которых придерживаются позиции «вы знаете мой предмет только на “три”, а на “пять” – лишь Господь Бог», являющимися зачастую главной целевой аудиторией данных программ, что пользоваться интеллектом – это хорошо. Участники тех или иных детских интеллектуальных программ не столько вундеркинды, сколько те, кто может зарабатывать деньги или иной капитал (культурный, интеллектуальный) своим умом. Задача игры – показать, что это нетрудно, а даже если и так, то награда того стоит. Так, в случае с наиболее продолжительно идущей в эфире программой «Умницы и умники» наградой становится приказ о зачислении в один из самых престижных вузов страны – МГИМО. Все эти тенденции имеют вполне научно обоснованное подтверждение, как Э. Тайлор («древнейшие игры – это шуточное подражание серьезному жизненному делу...» [2, с. 50]), так и Ю. М. Лотман («игра является одним из важнейших средств овладения различными жизненными ситуациями, обучения типам поведения» [2, с. 51]) отмечали, что игра является проявлением жизненной позиции и своеобразной школой жизни.

Необходимо также отметить, что сами авторы-создатели имеют позицию, с одной стороны, «вызова-ответа» (Т. Канделаки: «Возвращайтесь, если не боитесь стать самым умным»), то есть того вызова, который брошен каждому, а не только вундеркиндам, особо одаренным детям. А с другой – Ю. Вяземский, отрицательно ответив на вопрос, есть ли выдающиеся люди среди участников пе-

редачи, добавляет, что все состоявшиеся, благополучные, знают вкус удачи, когда человек рад и удовлетворен сам, и успеха – общественного признания. Таким образом, рефреном идет мысль о том, что игра не требует усилий, а если требует, то победителя ожидает награда.

Тем значимее становится исследование образования как сферы самореализации, а не только приобретения знаний [3]. Поэтому наряду с образовательной и, безусловно, гедонистической функциями массовой культуры, посредством этих телепередач реализуется и воспитательная (умение слушать друг друга, принимать решения, нести ответственность за собственные ошибки).

В связи с выявленными тенденциями мы изучили интеллектуальные передачи для детей и юношества весьма широкого спектра, начиная от «Звездного часа» («Первый канал», ведущий С. Супонев, период существования 1992–2002 гг.), самой «ранней» на российском телевидении интеллектуальной передачи для детей, включая «Золото нации» («Россия 1», ведущий А. Пушной, период существования 2017 г. – настоящее время), «Один против всех» («Карусель», ведущий Я. Батыршина, период существования 2013–2016 гг.), «Перемешка» («Карусель», период существования 2015 г. – настоящее время) и заканчивая наиболее успешными проектами в данной сфере, которые были рассмотрены нами подробно, поскольку наиболее полно воплощают тенденции массовой культуры: «Самый умный» (СТС, ведущая Т. Канделаки, период существования 2003–2012 гг.) и «Умницы и умники» (ОРТ, ведущий Ю. Вяземский, период существования 1992 г. – настоящее время).

Из рассмотренных интеллектуальных передач мы считаем возможным сформировать несколько групп.

К первой группе мы отнесли игры, лишенные серьезного интеллектуального модуса, но обладающие определенными чертами шоу: «Звездный час» («Первый канал», ведущий С. Супонев, 1992–2002 гг.) и «Золото нации» («Россия 1», ведущий А. Пушной, 2017 г.). Прежде всего, внимание необходимо обратить на названия передач: «Звездный час» – метафора, означающая лучшее время для человека, когда наиболее ярко проявляются его способности. «Золото нации» также представляет собой метафору, однако подтекст, привлекающий элитарную аудиторию, здесь иной. Мы можем провести параллель с выражением «золото партии» – лучшие из партийного руководства, исключительные, «соль земли». Необходимо

также отметить, что в 2009 г. на «Первом канале» выходила передача под названием «Сокровище нации», несмотря на отсутствие возможности установить программную преемственность, в общекультурном отношении преемственность выделена – тенденция на формирование комплекса полноценности. Созвучное название мы также обнаруживаем в передаче «Первого канала» под названием «Лучше всех». Несмотря на то, что данная передача не относится к разряду интеллектуальных и представляет собой в некотором виде «зоопарк», где родители стремятся самореализоваться за счет детей, демонстрируя их выдающиеся способности, мы можем определить аналогичную первым двум передачам тенденцию массового сознания – формирование комплекса полноценности.

Относительно вопросов мы можем отметить, что в «Звездном часе» предлагалось восемь предметов или понятий, указанных на видеотабло, и задавались вопросы, ответами на которые были данные предметы. Используя как можно больше из выпавших букв, участники и их родители составляли слова. В «Золоте нации» участникам предлагаются разнообразные задания, связанные с областью интересов ребенка, что может определять индивидуальную траекторию его развития, иными словами – преодолевается рамочный ЕГЭ. Необходимо подчеркнуть большое количество интерактива в данной телевизионной передаче, что обуславливается, по всей видимости, возрастом участников – 6–12 лет. Например, ребенок, отвечает на вопросы, находясь внутри часов; если вопрос, например, о рыбах, смотрит на аквариум на экране и называет хищников; если о сказках – стучится в дверь, откуда выходит персонаж. Мы также можем предположить, что наличие интерактивных приемов объясняется самим форматом программы: дети демонстрируют свои таланты по очереди, во время ожидания концентрация внимания ослабевает – для ее поддержания и используются данные приемы. В «Звездном часе» интерактивные приемы минимальны (выпадение кубиков с буквами, передвигающиеся стойки участников), и выглядят они достаточно наивно, что, по всей видимости, связано со временем выхода передачи – 90-е – начало 2000-х гг., когда интерактив еще не был столь распространен ни в школьном обучении, ни на телевидении.

Также необходимо подчеркнуть ориентацию на массовость [7], что проявляется, прежде всего, в обращении ведущего к участникам и участни-

ков – к ведущему: так в «Звездном часе» С. Супонев, как и А. Пушной в «Золоте нации», обращается к участникам «на ты», более того – в ответ на это обращения сами участники к А. Пушному всегда, а к С. Супоневу до 1996 г. обращаются также «на ты».

Таким образом, игры-развлечения, лишенные серьезного интеллектуального модуса, обладают всеми атрибутами игры: легкость, необязательность, отсутствие серьезных усилий, принцип «не заморачивайся», соблюдение правил, соревнование, приз и т. д. Более того, в этом случае становится актуальным утверждение Т. С. Злотниковой о том, что «игра – жизнь»: игра как жизнь, жизнь как игра, игра как проявление жизненной активности [2, с. 53].

Среди рассмотренных нами игр мы также можем выделить группу передач, ведущими которых являются бывшие спортсмены, что позволяет проследить преемственность между взрослыми и детскими интеллектуальными играми. К числу подобного рода взрослых игр мы можем отнести «Слабое звено» («Первый канал», ведущая М. Киселева, 2001–2005 гг.), «Один против всех» («Карусель», ведущая Я. Батыршина, 2013–2016 гг.) среди детских. Причем необходимо отметить, что существенной разницы между детскими и взрослыми интеллектуальными играми нет, за исключением качества вопросов, которые в детских передачах оказываются сложнее, что формирует мысль о том, что игра для детей, прежде всего, репетиция жизни, испытание. У взрослых игра – исключительно развлечение, психоэмоциональный настрой которого соответствует времяпрепровождению, аналог свободы, альтернатива работе, безответственность.

Обе игры являются аналогом зарубежных интеллектуальных передач: «Слабое звено» – «The Weakest Link», «Один против всех» – «1 vs 100». На фоне динамичной, четкой и умной М. Киселевой медленная и скучноватая Я. Батыршина, безусловно, проигрывает. Называя участников «классом» (это должно создать школьную атмосферу), она не становится «учительницей».

Еще один образчик интеллектуальной игры – «За семью печатями» («Культура», ведущие В. Коряковцев, О. Мосалев, Т. Савина, период существования 2001–2013 гг.). Ведущий здесь представляется только модератором, своего рода «говорящей головой», с чем и связаны смены ведущего: он не важен как личность, персональный модус здесь ослаблен, в отличие от «Умников и

умниц» и «Самого умного». Интеллектуальная игра являет собой пример академического, банального, прямого и несколько скучноватого варианта, но с хорошо продуманным и разработанным алгоритмом.

Наиболее удачными, на наш взгляд, являются интеллектуальные игры третьей группы – «Самый умный» и «Умницы и умники», тренирующие в участниках самообладание и умение проигрывать.

Название «Умники и умницы», или «Умницы и умники», «Самый умный» отражает интенцию личной самопрезентации, которая весьма далека от русской культурной традиции. В русской культуре как культуре коллективисткой ценится скромность, для западных культур (европейской, американской) как культур индивидуалистских важной становится готовность ребенка презентовать себя как лучшего, осуществляя это без сомнения и с уверенностью. Таким образом, возникает поколение детей, рожденное и воспитанное в уверенности, что они самые лучшие. В этот же ряд попадает «Золото нации» как способ внедрения и формирования комплекса полноценности.

Рассмотрим выбранные передачи по специально разработанному алгоритму: общие сведения (канал, целевая аудитория, автор/ российский ведущий, область знаний, хронометраж, эфирное время, период существования проекта), композиционные модули (содержание и форма подачи вопросов, участники – ведущий, активные участники и их возможная самореализация, группа поддержки, жюри), тенденции эволюции, признаки, характеризующие принадлежность программ к массовой культуре.

Первоначально необходимо отметить содержание и форму подачи вопросов. В «Самом умном» тематика вопросов достаточно широка – биология, география, искусство, литература, история, кино, мифология, мода, музыка, спорт, языкознание. Разнообразием отличаются и виды вопросов: открытые, закрытые, музыкальные, фотовопросы. В «Умниках и умницах» темы связаны со всемирной историей, обществознанием, мировой литературой, культурой, географией, политологией и дипломатией. Каждая программа обычно посвящена определенной теме. Мы можем отметить, что в каждой из передач принципиальным становится наличие собственной сферы интересов («Самый умный») и определенной темы, заявленной в игре («Умницы и умники»). Следовательно, принципиальное значение приобретает не качественная характеристика отве-

тов, а демонстрация возможности проявить себя, предложить на фоне рамочно-шаблонного ЕГЭ личные интересы, индивидуальную траекторию развития ребенка, что, в конечном итоге, и является главной целью всей системы образования России – воспитание всесторонне развитой личности.

Участников интеллектуальных игр мы подразделяем на несколько групп. Первоначально, конечно, Т. Канделаки («Самый умный») и Ю. Вяземский («Умницы и умники») относятся к категории ведущих, на которых лежит отпечаток авторства, а не сценарный замысел, как в проекте «За семью печатями». В отношении ведущих внимание, конечно, обращается на бэкграунд: с одной стороны, можно поверить в подлинность знаний ведущего; с другой – ведущий является модератором игрового пространства.

Т. Канделаки являет собой образ доброй учительницы, в которую все влюблены, она поясняет правильные ответы, как учительница, дает советы, она красива, молода, не обижает своих «детей», свой «класс», не лицемерит. Ведущая знает каждого участника по имени и фамилии и обращается «на вы», но часто называет только фамилии, что «режет слух», но воспроизводит ситуацию «школьного общения», дополняя образ «учительницы». Т. Канделаки беседует с участниками о них самих, просит спеть, например, устанавливая тем самым контакт. Необходимо также отметить, что на российском телевидении существует тенденция, согласно которой женщина-ведущая редко выступает соло, она всегда в паре – мужчина и женщина, поэтому «Самый умный», скорее, исключение из правил, в отличие от «Умниц и умников», где мужчина выступает соло.

Самоидентификация Ю. Вяземского весьма значима и оригинальна в концептуальном отношении: он называет себя «заумником», то есть, самым главным умником. Вообще, Ю. Вяземский создает архетипический образ мудрого старца, доброго профессора Дамблдора. Очень часто его называют «лифтером», можно даже сказать «социальным лифтером», который помогает участникам за счет собственного интеллекта добиться определенных успехов и признания. Принципы его коммуникации также элитарны: он всегда называет участников «на вы», что определяет дистанцию, с одной стороны, и обоюдное уважение – с другой.

Мы также можем выявить тенденцию ориентации на общественные проблемы, характерную

для массовой культуры [7]. В конце каждой передачи ведущий берет интервью у председателя ареопага (так в игре называют жюри) на социально значимые проблемы, например, «Общероссийский народный фронт и проблемы его организации». В «Умницах и умниках» вообще капиталом игры становятся те, кто приходит, а помимо этого осуществляется игра за пределами игры – политическая, коммерческая, профориентационная и информационная.

Таким образом, несмотря на принадлежность программ к сфере массовой культуры принцип коммуникации – элитарный, ведущий обращается к участникам «на вы», существует определенная ироническая модальность как основа взаимопонимания между участниками и ведущими, но ирония не обидная, естественная. Принцип общения – взрослый, игра становится моделью взрослой жизни. Ведущие же подчеркнуто корректно и изысканно общаются с участниками: так, Ю. Вяземский обращается к участницам «барышня». Неформальность общения позволяет создать в глазах аудитории модель элитарной сферы общения.

Следующим композиционным модулем интеллектуальных передач для детей и юношества являются активные участники. В «Самом умном» информация об участниках дается при появлении, большинство из них «ребята с нашего двора» – из московских школ, примерно одного уровня. Игроки одеты большей частью официально: черный низ – белый верх, иногда красный галстук, как у пионеров, допускается жилетка у юношей. В данной интеллектуальной передаче отсутствует страх проигрыша, участник не теряет ничего, кроме чисто символического приза – хрустального хоряка как символа быстроты, ловкости и проворства.

В «Умницах и умниках» участники также одеты официально, их место рождения не только Москва, но и регионы, иными словами, провинция, именно в этом случае срабатывает тот самый социальный лифт, о котором шла речь выше. Между игроками существует реальная конкуренция за главный приз – студенческий билет престижного вуза (МГИМО). Именно с этим моментом связан аспект дальнейшей самореализации участников: игра сложна, но победитель получает достойный приз. Несмотря на то, что выигрывает сильнейший, у всех участников формируется уверенность в себе, позитивное мировосприятие, картина мира, где есть место каждому ребенку, а также умение оценивать свой потенциал,

понимать границу собственных возможностей, то есть в ходе игры актуализируются нравственно-психологический и социально-политический модули. Следовательно, возникает своего рода игровая модель, где происходит обучение «неподготовленного индивида» и где «безусловная (реальная) ситуация заменяется условной (игровой)» [2, с. 49].

В связи с активными участниками интеллектуальных передач мы также можем выявить претензию на элитарность. Среди участников и той и другой передачи существует так называемый клуб – организация, объединяющая бывших участников программы «Умницы и умники», и «Клуб самых умных», в который входят участники игры, своего рода закрытый английский клуб, куда непросто попасть, дающий принадлежность к исключительным личностям. В клуб «Самый умный» попадают бывшие участники игры, то есть дети, исключительные в социальном и интеллектуальном плане – «с золотой ложкой во рту».

Клуб также является иллюстрацией главного отличия элитарной культуры от массовой. Основные принципы клуба – наличие общего прошлого, дресс-код и особый, закрытый, принцип коммуникации. В эфире нам демонстрируют симулякр, своего рода имитацию, поскольку видно то, что не предназначено для посторонних глаз: раздумья, слабости, обсуждения участниками клуба, своего рода «дом в разрезе». Таким образом, массовая аудитория приобщается к клубу, погружается в него, происходит размывание границ, потому что клуб демонстрирует то, что обычно скрывается, – своего рода парадокс. Дети-участники, в свою очередь, приучаются к жизни на публике, как в социальных сетях, становясь, таким образом, субъектами массовой культуры.

Актуальным в ходе игры становится также персоналистский дискурс: игроки видят своих соперников, учатся их уважать. Это придает игре особый накал и остроту и позволяет вести себя более уверенно. Большинство участников отвечают уверенно, улыбаются, устанавливают автокоммуникацию, реализуют коммуникативные навыки, которым их научили школа и жизнь.

Следующим композиционным модулем интеллектуальных игр является жюри. Этот модуль присутствует только в «Умницах и умниках», поскольку все вопросы, задаваемые в игре, требуют открытого, развернутого ответа, в отличие от «Самого умного». Жюри присутствует для того,

чтобы решать нестандартно поставленные вопросы. Существенной деталью становится название жюри: ареопаг. Согласно античной истории ареопаг – это верховный суд в Афинах, следовательно, ученый ареопаг, который судит игру, – это истина высшей степени, его решения не подвергаются обсуждению. Более того, в самом названии мы можем выявить претензию на элитарность, поскольку далеко не вся зрительская аудитория знает, что такое ареопаг и какова его функция в культуре [6].

Таким образом, мы можем выявить особенности функционирования детских интеллектуальных игр в поле массовой культуре следующим образом. Во-первых, массовая культура демонстрирует лояльное отношение к высокому интеллекту, и распространенность детских интеллектуальных программ подчеркивает престижность «быть самым умным». Во-вторых, название передачи («Золото нации», «Лучше всех», «Сокровище нации», «Самый умный») формирует в участниках комплекс полноценности – умение презентовать себя беззастенчиво и уверенно, чуждое русской культуре с ее коллективизмом. В-третьих, существует ряд тенденций, которые симулируют принципы элитарной культуры в продукте массовой. Так, появление в качестве ведущих бывших спортсменов (М. Киселева, Я. Батыршина) иллюстрирует смену вида и сферы деятельности, характерную для массовой культуры. Обращение ведущих интеллектуальных игр к участникам «на вы» и подчеркнуто изысканно, вежливо, с толикой необидной «приятельской» иронии. Отметим формирование симулякра клуба («Самый умный», «Умницы и умники»), демонстрирующего то, что обычно клубная культура предпочитает скрывать (эмоции, обсуждения, дресс-код).

На основании вышесказанного мы можем сделать вывод о том, что интеллектуальные игры для детей и юношества являют собой форму культуросообразной деятельности, успешно функционирующей в поле массовой культуры.

Библиографический список

1. Ерохина, Т. И., Злотникова, Т. С., Киященко, Л. П., Летина, Н. Н. Особенности массовой культуры российской провинции [Текст] / Т. С. Злотникова, Л. П. Киященко, Н. Н. Летина, Т. И. Ерохина // Социологические исследования. – 2016. – № 5 (385). – С. 110–114.
2. Злотникова, Т. С. Человек. Хронотоп. Культура: Введение в культурологию [Текст] : учебное пособие /

Т. С. Злотникова. – Издание 3-е, дополненное и переработанное. – Ярославль : Изд-во ЯГПУ, 2011. – 332 с.

3. Злотникова, Т. С., Киященко, Н. И. Культурологическое и эстетическое образование в контексте взаимодействия глобального и локального [Текст] / Т. С. Злотникова, Н. И. Киященко // Ярославский педагогический вестник. – 2012. – Т. I. – № 3. – С. 228–232.

4. Злотникова, Т. С., Летина, Н. Н., Гапонова, Ж. К. Молодежь в современной российской провинции: социокультурная рефлексия [Текст] / Т. С. Злотникова, Н. Н. Летина, Ж. К. Гапонова // Социологическая наука и социальная практика. – 2015. – № 1 (09). – С. 115–132.

5. Киященко, Н. И., Шапинская, Е. Н. Кризис эстетики или тоска по Эстетическому: диалог эстетика и культуролога [Электронный ресурс] / Н. И. Киященко, Е. Н. Шапинская // Культура культуры. Электронный журнал. – 2014. – № 4. – Режим доступа: <http://cultcult.ru/crisis-of-aesthetics-or-longing-for-aesthetic-dialogue-of-an-aesthetician-and-a/> (дата обращения: 30.08.2017).

6. Коды массовой культуры: российский дискурс [Текст] : монография / под. науч. ред. Т. С. Злотниковой, Т. И. Ерохиной. – Ярославль : РИО ЯГПУ, 2015. – 240 с.

7. Массовая культура: российский дискурс (методология изучения, актуальные практики) [Текст] : коллективная монография / под науч. ред. Т. С. Злотниковой. – Ярославль : РИО ЯГПУ, 2016. – 644 с.

8. Шапинская, Е. Н. Массовая культура: очерк теорий. У истоков [Электронный ресурс] / Е. Н. Шапинская // Культура культуры. Электронный журнал. – 2016. – № 2. – Режим доступа: <http://cultcult.ru/mass-culture-essay-on-theories-origins/> (дата обращения: 30.08.2017).

Bibliograficheskij spisok

1. Erohina, T. I., Zlotnikova, T. S., Kijashhenko, L. P., Letina, N. N. Osobnosti massovoj kul'tury rossijskoj provincii [Tekst] / T. S. Zlotnikova, L. P. Kijashhenko, N. N. Letina, T. I. Erohina // Sociologicheskie issledovanija. – 2016. – № 5 (385). – S. 110–114.
2. Zlotnikova, T. S. Chelovek. Hronotop. Kul'tura: Vvedenie v kul'turologiju [Tekst] : uchebnoe posobie / T. S. Zlotnikova. – Izdanie 3-e, dopolnennoe i pererabotannoe. – Jaroslavl' : Izd-vo JaGPU, 2011. – 332 s.
3. Zlotnikova, T. S., Kijashhenko, N. I. Kul'turologicheskoe i jesteticheskoe obrazovanie v kontekste vzaimodejstvija global'nogo i lokal'nogo [Tekst] / T. S. Zlotnikova, N. I. Kijashhenko // Jaroslavskij pedagogicheskij vestnik. – 2012. – T. I. – № 3. – S. 228–232.
4. Zlotnikova, T. S., Letina, N. N., Gaponova, Zh. K. Molodezh' v sovremennoj rossijskoj provincii: sociokul'turnaja refleksija [Tekst] / T. S. Zlotnikova, N. N. Letina, Zh. K. Gaponova // Sociologicheskaja nauka i social'naja praktika. – 2015. – № 1 (09). – S. 115–132.

5. Kijashhenko, N. I., Shapinskaja, E. N. Krizis jestetiki ili toska po Jesteticheskomu: dialog jestetika i kul'turologa [Jelektronnyj resurs] / N. I. Kijashhenko, E. N. Shapinskaja // Kul'tura kul'tury. Jelektronnyj zhurnal. – 2014. – № 4. – Rezhim dostupa: <http://cult-cult.ru/crisis-of-aesthetics-or-longing-for-aesthetic-dialogue-of-an-aesthetician-and-a/> (data obrashhenija: 30.08.2017).

6. Kody massovoj kul'tury: rossijskij diskurs [Tekst] : monografija/pod. nauch. red. T. S. Zlotnikovoj, T. I. Erohinov. – Jaroslavl' : RIO JaGPU, 2015. – 240 s.

7. Massovaja kul'tura: rossijskij diskurs (metodologija izuchenija, aktual'nye praktiki) [Tekst] : kollektivnaja monografija/pod nauch. red. T. S. Zlotnikovoj. – Jaroslavl' : RIO JaGPU, 2016. – 644s.

8. Shapinskaja, E. N. Massovaja kul'tura: ocherk teorij. U istokov [Jelektronnyj resurs] / E. N. Shapinskaja // Kul'tura kul'tury. Jelektronnyj zhurnal. – 2016. – № 2. – Rezhim dostupa: <http://cult-cult.ru/mass-culture-essay-on-theories-origins/> (data obrashhenija: 30.08.2017).

Reference List

1. Erokhina T. I., Zlotnikova T. S., Kiyashchenko L. P., Liotina N. N. Features of popular culture of the Russian province // Sociological researches. – 2016. – № 5(385). – P. 110–114.

2. Zlotnikova T. S. Man. Chronotope. Culture: Introduction to cultural science: manual/T. S. Zlotnikova. – The edition 3rd added and overworked. – Jaroslavl : YSPU Publishing House, 2011. – 332 p.

3. Zlotnikova T. S., Kiyashchenko N. I. Culturological and aesthetic education in the context of interaction global and local // Jaroslavl pedagogical bulletin. – 2012. – V. I. – № 3. – P. 228–232.

4. Zlotnikova T. S., Liotina, N. N., Gaponova Zh.K. Molodezh in the modern Russian province: sociocultural reflection // Sociological science and social practice. – 2015. – № 1(09). – P. 115–132.

5. Kiyashchenko N. I., Shapinskaya E. N. Crisis of aesthetics or melancholy on Aesthetic: dialogue of the aesthetist and culturologist [An electronic resource] // Culture of culture. Online magazine. – 2014. – № 4. – Access mode: <http://cult-cult.ru/crisis-of-esthetics-or-longing-for-esthetic-dialogue-of-an-aesthetician-and-a/> (date of the reference: 30.08.2017).

6. Codes of popular culture: Russian discourse]: the monograph/under scientific edition of T. S. Zlotnikova, T. I. Erokhina. – Jaroslavl : RIO YSPU, 2015. – 240 p.

7. Popular culture: Russian discourse (studying methodology, relevant practices): the collective monograph/under scientific edition of T. S. Zlotnikova. – Jaroslavl : RIO YSPU, 2016. – 644 p.

8. Shapinskaya E. N. Popular culture: sketch of theories. At sources [An electronic resource] // the Culture of culture. Online magazine. – 2016. – № 2. – Access mode: <http://cult-cult.ru/mass-culture-essay-on-theories-origins/> (date of the reference: 30.08.2017).