## Оглавление диссертациидоктор философских наук Костина, Анна Владимировна

ВВЕДЕНИЕ.

I ГЛАВА. ГЕНЕЗИС ПРЕДСТАВЛЕНИЙ О МАССОВОЙ КУЛЬТУРЕ В ОТЕЧЕСТВЕННОЙ И ЗАРУБЕЖНОЙ ТРАДИЦИИ.

1.1. Проблема массового и элитарного в классической философии.

1.1.1. Осмысление культурных трансформаций рубежа XIX-XX веков в классической философии.

1.1.2. Проблема массовизации в отечественной науке.

1.1.3. Масса как социально-психологический феномен: исследования Г. Тарда, Г. Лебона.

1.2. Постклассическая концепция массовой культуры.

1.2.1. Концепция культуры X. Ортеги-и-Гассета.

1.2.2. Массовая культура в концепциях массового индустриального общества.

1.2.3. Концепции постиндустриального общества: конвергенция массового и элитарного.

1.2.4. Концепция культуры информационного общества

М. Кастельса.

1.3. Постмодернистская концепция культуры: снятие проблемы элитарного и массового.

1.3.1.Концепция культуры Умберто Эко: искусство как конвенциональная система.

1.3.2. Концепция Жана Бодрийяра: массовая культура как культура гиперреальности.

1.3.3. Дискурс телесности в философии М. Фуко и Ж. Бодрийяра.

ГЛАВА II. МОРФОЛОГИЯ МАССОВОЙ КУЛЬТУРЫ.

2.1. Массовая культура как продукт эпохи индустриализма.

2.1.1. Массовая культура: исторические пределы.

2.1.2. Массовая культура: феноменологические пределы.

2.1.3. Структура массовой культуры.

2.2. Функции массовой культуры.

2.2.1. Массовая культура как адаптационный феномен.

2.2.2. Массовая культура как пространство иллюзорных комплексов.

2.2.3. Защитные и рекреационные механизмы массовой культуры.

2.2.4. Массовая культура как система формирования потребительской идеологии.

2.3. Взаимодействие массовой, элитарной и народной культуры в современном социокультурном пространстве.

2.3.1. Индивидуальное и коллективное творчество: динамика соотношения.

2.3.2. Массовое и элитарное в концепции культуры

X. Ортеги-и-Гассета.

2.3.3. Массовое и народное в типологии культуры

Г. Гэнса.

2.3.4. Массовая, элитарная и народная культура: сущность, характер соотношения.

2.3.5. Формализация образов и положений в народной культуре: закрепление социального опыта.

2.3.6. Массовая, элитарная и народная культуры в процессах глобализации.

2.4. Советская массовая культура: соотношение элитарного и массового.

2.4.1. Прототипы отечественной массовой культуры.

2.4.2. Формирование идеального образа будущего как основная функция советской массовой культуры.

ГЛАВА III. ФЕНОМЕНОЛОГИЯ МАССОВОЙ КУЛЬТУРЫ.

3.1. Массовая культура и средства массовой коммуникации.

3.1.1. Социокультурное значение информации в механизмах культурного творчества.

3.1.2. Средства массовой коммуникации как глобальная информационная среда.

3.1.3. Система симулякров Ж. Бодрийяра и особенности архаической экономики.

3.1.4. Потребление как деятельность манипулирования знаками.

3.1.5. Реальность СМК как симуляционная реальность: модели Ж. Бодрийяра и П. Вирильо.

3.1.6. Виртуальная реальность: иллюзорное сознание в иллюзорном мире.

3.2. Искусство массовой культуры.

3.2.1. Элитарная и массовая культура как культура книги и экрана.

3.2.2. Разрушение сферы идеального в массовой культуре.

3.2.3. Символическая вторичность искусства массовой культуры: концепция У. Эко.

3.3. Массовая культура: новая аксиология телесности.

3.3.1. Осмысление феномена телесности в постклассической философии.

3.3.2. Массовая культура и дискурс проблематизации сексуального в постмодернизме.

3.3.3. Диспозитив сексуального у М. Фуко: концепция «власти-знания».

3.3.4. Знаково-символическая природа соблазна в концепции

Ж. Бодрийяра.

3.3.5. Массовая культура как «культура признания» и техника производства истинного.

3.3.6. Телесность как экономическая категория: тендерный аспект.

3.4. Массовая культура как пространство новой архаики.

3.4.1. Время массовой культуры как рекреационный феномен.

3.4.2. Темпоральность мифа и массовой культуры: циклическое время и тавтологическая процессуальность.

3.4.3. Время массовой культуры и мифа: соотношение профанного и сакрального.

3.4.4. Пространство языка как пространство мифа.

3.4.5. Миф как составляющая современной массовой культуры: особенности структурирования пространства