

12. Сучасна філософія: словник і хрестоматія / ред. В. П. Кохановскін. – Ростов н / Д: Фенікс, 1995. – 511 с.

13. Ясперс К. Смысл и назначение истории / К. Ясперс. – М.: Республика, 1994. – 322 с.

### References

1. Berdjaev N. A. Chelovek i mashina / N. A. Berdjaev // Voprosy filosofii. – 1989. – №2. – S.147–162.

2. Gnatik E. N. Vysokie tehnologii i sdvig gumanitarnoj paradigmy / E. N. Gnatik. – М.: Knizhnyj dom «LIBROKOM», 2012. – 168 s.

3. Gorohov V. G. Vvedenie v filosofiju tehniki: Ucheb. posobie / V. G. Gorohov, V. M. Rozin / Nauch. red. C. G. Arzakanjan. – М.: INFRA–M, 1998. – 224 s.

4. Glzman A. B. Tehnika i nauka v ih istoricheskom vzaimodejstvii / A. B. Glzman // Filosofija i obshhestvo. – 2005. – №4. – S.142–158.

5. Jengel's F. Rol' truda v processe prevrashhenija obez'jany v cheloveka / F. Jengel's // Dialektika prirody. – М.: Nauka, 1975. – S.505–515.

6. Jelljul' Zh. Drugaja revolucija / Zh. Jelljul' // V kn.: Novaja tehnokraticeskaja volna na Zapade. – М.: Progress, 1986. – S. 147–152.

7. Jengel'mejer P. K. Filosofija tehniki. Vyp.1. / P. K. Jengel'mejer. – М., 1912. – 96 s.

8. Kapp Je. Organicheskaja proekcija / Je. Kapp / Matveeva E. Ju., Reshetnikova E. V. Filosofskie voprosy nauki i tehniki. Chast' 3. Filosofskie voprosy tehniki. Uchebnoe posobie. – Novosibirsk, 2013. – 448 s.

9. Mel'nyk V. P. Filosofija. Nauka. Tehnika: Metodologichno-svitogljadnyj analiz / V. P. Mel'nyk: Monografija. – L'viv: Vydavnychij centr LNU imeni Ivana Franka, 2010. – 592 s.

10. Memford L. Mif mashiny. Tehnika i razvitie chelovechestva / L. Memford. Per. s angl. / Perevod T. Azarkovich, B. Skuratov. – М.: Logos, 2008. – 408 s.

11. Ortega-i-Gasset X. Razmyshlenija o tehnike / H. Ortega-i-Gasset // Izbrannye trudy per. s isp.; sost., predisl. i obshh. red. A. M. Rutkevicha. – М.: Ves' Mir, 1997. – S.164–232.

12. Suchasna filosofija: slovnyk i hrestomatija / red. V. P. Kohanovskin. – Ростов н / Д: Фенікс, 1995. – 511 с.

13. Jaspers K. Smysl i naznachenie istorii / K. Jaspers. – М.: Respublika, 1994. – 322 s.

**Chornomordenko I. V.**, Doctor of Philosophy, professor of philosophy, Kyiv National University of Construction and Architecture (Ukraine, Kyiv), hnmurii@ukr.net

**Kachak N. V.**, graduate student, Department of Philosophy, Kyiv National University of Construction and Architecture (Ukraine, Kyiv), naduxa56@ukr.net

### Theoretical and methodological principles of formation, development and transformation of philosophy of technology in the era of globalization

*Objective: anthropological and philosophical and theoretical and methodological analysis of the formation and development of philosophy of technology as a separate branch of knowledge. Research Methodology: The research study used the methods of historical and logical analysis, which reveals the connection between Genesis technology and the emergence of the field of philosophical knowledge – philosophy of technology, and the use of the functional approach has revealed the close, the inextricable link between the appearance and operation of equipment and the inner world of man. In the article the formation and development of the philosophy of technology, and basic range of issues included in the object of study of this area of knowledge: solved problems associated with the development of technology, modern technology in the era of globalization. Conclusions: It is proved that the philosophy of technology in the context of its innovations is an important link in the system of knowledge. It covers the ontological, epistemological, anthropological, socio-cultural and other aspects of technology, technologies that make it possible to analyze thoroughly positive and negative trends of its transformation and impact on human life and society.*

**Keywords:** philosophy of technology, engineering, technology, transformation of human existence, globalization.

**Чорноморденко І. В.**, доктор філософських наук, професор кафедри філософії, Київський національний університет будівництва та архітектури (Україна, Київ), hnmurii@ukr.net

**Качак Н. В.**, аспірантка кафедри філософії, Київський національний університет будівництва та архітектури (Україна, Київ), naduxa56@ukr.net

### Теоретико-методологічні основи становлення, розвитку і трансформації філософії техніки в епоху глобалізації

*Цель исследования: философско-антропологический и теоретико-методологический анализ становления и развития философии техники как отдельной отрасли знаний. Методология исследования: В научном исследовании использованы методы исторического и логического анализа, с помощью*

*которых раскрыто связь между генезисом техники и возникновением области философского знания – философии техники, а использование функционального подхода позволило раскрыть тесную, неразрывную связь между появлением и функционированием техники и внутренним миром человека. В статье рассмотрено становление и развитие философии техники, а также основной круг проблем, которые входят в предмет исследования данной отрасли знаний; раскрыты проблемы связанные с развитием техники, современных технологий в эпоху глобализации. Выводы: Обосновано, что философия техники, в контексте ее инновации является важным звеном в системе познания. Она охватывает онтологические, гносеологические, антропологические, социокультурные и другие аспекты развития техники, технологии, которые позволяют целостно провести анализ положительных и отрицательных тенденций ее трансформации и влияния на бытие человека и общества.*

**Ключевые слова:** философия техники, техника, технология, трансформация, бытие человека, глобализация.

\* \* \*

УДК 140.8:304.2+316.62:330.16

**Бойко А. А.**, аспирант, Институт высшего образования Национальной академии педагогических наук Украины (Украина, Киев), lepan@ukr.net

### ЧЕЛОВЕК МАССЫ В ОБЩЕСТВЕ МАССОВОГО ПОТРЕБЛЕНИЯ

*Человек массы как существенный фактор общественной жизни является объектом исследования и концептуализации философов, социологов и психологов вот уже около 150 лет. Но если раньше его воспринимали как некое недоразумение, чем-то напоминающее «иронической выходки истории», то в наше время он представляет собой тотально доминирующей мегатренд, который тщательно обслуживается массовой культурой и маркетинговыми стратегиями общества массового потребления.*

**Ключевые слова:** человек массы, массовая культура, массовое сознание, общество массового потребления, социокультурный кризис, средства массовой информации.

(статья друкється мовою оригіналу)

Многие исследователи небезосновательно утверждают, что кризисность – неотъемлемый атрибут современной культуры. Это перманентный процесс утраты и обретения идентичности, дестабилизации и достижения нового уровня стабильности, архаизации и обновления, рассогласования и гармонизации социокультурной действительности. Недалеки от истины следует признать утверждение о наступлении едва ли не «эпохи кризисов», связанных с ускорением социокультурного развития, осложненной дифференциацией, непрерывными инновациями в различных сферах жизни современного общества. Следствием таких мегатенденций является сомнительное тождество человека с самим собой, а также радикальная дисгармония, разбалансировка содержательно-функционального единства социума.

Понятие «социокультурная энтропия» следует понимать, прежде всего, как снижение уровня системно-иерархической структурированности, функциональной эффективности культурного комплекса общества в целом. Иными словами, речь идет о деградации культурной ойкумены, культуры как системы. Здесь уместно вспомнить выразительное утверждение Освальда Шпенглера: умирая, культура превращается в цивилизацию, которая предстаёт в виде «мертвого пространства» интеллекта, неумолимого угасания культуры. Проявления кризиса просматриваются во многих аспектах общественного бытия и сознания: в тенденциях накопления технико-технологического потенциала, в замене «искусства» «спортом, а главное – в доминировании «массовизированной личности» [10, с. 84–85].

Массовидный аспект жизнедеятельности общества был полиаспектно проанализирован концептуальным подходом, берущим своё начало от Жозефа Артюра де Гобино, Гюстава Лебона, Пьера–Андре Тагьеффа и заканчивая Хосе Ортегой–и–Гассетом – в частности, его бестселлером «Восстание масс» (1930) [3; 5; 7]. Однако, с тех пор произошло, по меньшей мере, два изменения глобального порядка, а именно: тотальный и всепроникающий характер обрели массовая культура и общество массового потребления. Как результат – сегодня имеются все основания утверждать о наличии взаимопотенцирующего триумвирата в лице человека массы, массовой культуры и общества массового потребления. В условиях социального доминирования человека массы тот бунт масс, о котором писал Ортега–и–Гассет, безусловно, уже неуместен. Скорее, можно констатировать созревание условий для кое–чего диаметрально противоположного – бунта против масс, против засилья масовидности и её энтропийной инерции.

В современном обществе массовая культура является важным едва ли не решающим механизмом социализации. Она всё чаще и безальтернативней выполняет ключевые ценностно–ориентационные функции. Принципиальное значение имеет вопрос о временных рамках формирования и функционирования массовой культуры. Тот факт, что массовидные формы в той или иной степени были присущи различным историческим периодам, не дает достаточных оснований рассматривать массовую культуру в качестве перманентного атрибута культурно–исторического развития человечества. Более корректным и аргументационно убедительным следует признать тезис об органической неразрывной связи массовой культуры с новейшими коммуникационными технологиями. Под этим углом зрения её временные параметры следует ограничить несколькими предыдущими десятилетиями.

Массовая культура хоть и присуща в той или иной мере всем временам и народам, однако всё же является специфическим социокультурным феноменом, возникающим на высокой ступени развития общества. К её основным характерным признакам относится генетическая связь со средствами массовой коммуникации и информационными технологиями. Эта культурная система существенно трансформирует мышление, которому во всё большей степени становится присуща поверхностность, способность воспринимать хоть и значительные объёмы информации, но без её детального и комплексного осмысления. Речь идёт о так называемом «клиповом» мышлении, присущем современной цивилизации, которая пришла на смену книжной цивилизации Гутенберга [11, с. 206].

В Иерусалиме издревле было принято платить за советы по двум причинам: во–первых, совет – это услуга, а каждая услуга должна быть отблагодарена, т.е. оплачена; во–вторых, польза, полученная в результате неоплаченного совета, равнозначна воровству. Общество массового потребления пытается создать иллюзию, что впервые в истории человек не обязан платить за комфорт жизни и советы, льющиеся непрерывным потоком из СМИ – дескать, *all inclusive*, т.е. «всё включено». На самом же деле каждый из нас априори платит ту или иную цену – в зависимости от степени вовлеченности в водоворот потребления, усвоения рекламы и «подсказок» СМИ.

Выразительную оценку этому явлению дал Ги Дебор в «Обществе спектакля»: «Сознание зрителя засосало в воронку фальшивого мироощущения, и теперь он уже не воспринимает жизнь ни как стремление к самореализации, ни как стремление к смерти. Тот, кто однажды уже отказался от потребления своей собственной жизни, уже не в состоянии допускать возможность своей смерти. Реклама страхования жизни внушает такому человеку то, что он будет сам виноват в своей смерти, если заранее не обеспечит нормальное функционирование системы после такой «невосполнимой экономической утраты». Реклама *The American Way of Death*, в свою очередь, настаивает на том, что система способна обеспечить подобные условия существования для большинства человеческих *видимостей* жизни. На всех фронтах рекламного наступления категорически запрещено стареть. Однако даже если бы для всех и каждого был выдуман некий «капитал молодости», его всё равно можно было использовать лишь посредственно, и он никогда бы не стал таким же устойчивым и накапливающимся, как финансовый капитал. Таким образом, социальное отсутствие смерти равнозначно социальному отсутствию жизни» [2].

В интеллигентской среде современности своеобразным комильфо, правилом хорошего тона является беспощадная критика рыночных отношений, обвинение их во всех смертных грехах – от деградации человеческого сознания до эрозии социокультурных оснований общества. Увы, распространённость этого подхода не обеспечивает ему аргументационную безукоризненность. Существенным пробелом обоснованности является уже хотя бы тот факт, что свободный рынок, описанный Адамом Смитом, существовал лишь около 150 лет – с 1750 до 1900 года. Он сделал возможным беспрецедентный в истории рост производительности труда и, по существу, породил то общество, в котором мы живем ныне [4, с. 116].

Но в XX веке свободный рынок в значительной степени превратился в деградирующий экономический механизм. Можно выделить, по крайней мере, три генеалогически обусловленные причины разрушения свободного рынка: во–первых, он существенно деформируется вследствие государственной регламентации промышленности и торговли; во–вторых, он приводит к фатальному противоречию – неограниченному росту производства, игнорирующему ограниченность ресурсов Земли; в–третьих, «моральные правила», лежащие в основе рыночной экономики, имеют *неэкономическое происхождение, что влечёт за собой фатальные коллизии*. В результате комплексного взаимодействия этих факторов к концу XX века парадигма свободного рынка уступила место парадигме массового потребления, в пределах которой рыночные отношения хоть и останутся в силе, но играют уже отнюдь не первую скрипку.

Эпоха спонтанного действия рыночных механизмов ушла в прошлое, освободив место эпохе продавцов воздуха и ловцов грёз. И теперь именно этот мегатренд определяет рыночную значимость какого бы то ни было фактора и явления. Хотя фактор потребления является неотъемлемым атрибутом и даже императивом каждого индивидуального и социального бытия человека, но основательная рефлексия по поводу этого феномена только начинает набирать обороты. В частности, философы осмысливают эволюцию потребительских

форм, анализируют потребление как функцию культуры и ментальности, как мировоззренческие азимуты, лежащие в основе маркетинговых технологий; психологов интересует бессознательное, спонтанное, рациональное/ иррациональное в потребительских практиках; социологи отдают предпочтение социальным факторам и моделям потребления: потребностям, мотивам, рекламной коммуникации и т.п. [8, с. 212].

Жан Бодрийяр был прав: «Люди в обществе изобилия окружены не столько, как это было во все времена, другими людьми, сколько объектами потребления. Их повседневное общение состоит не в общении с себе подобными, а в получении, в соответствии с растущей статистической кривой, благ и посланий и в манипуляции с ними, начиная с очень сложного домашнего хозяйства и десятков его технических рабов вплоть до «городского оборудования» и всей материальной машинерии коммуникаций и профессиональных служб, вплоть до постоянного зрелища прославления объекта в рекламе и в сотнях повседневных посланий, исходящих от СМИ, заполненных бессмысленным кишением неопределенно навязчивых гаджетов и символическими психодрамами, которые предлагают ночные темы, преследующие нас даже в наших мечтаниях» [1].

При этом «взаимодополнительные мифы благосостояния и потребностей имеют мощную идеологическую функцию размывания, устранения объективных социальных и исторических различий, неравенства. Вся политическая игра Welfare State и общества потребления состоит в преодолении неравенства путем роста объема благ, перспектива выглядит как автоматическое уравнивание посредством количества благ и достижение конечного уровня *равновесия*, уровня тотального благосостояния для всех» [1].

Как резонно заметил Жан Бодрийяр, «повседневность разлагает тотальный праксис на сферу трансцендентную, автономную и абстрактную (политика, социум, культура), и на сферу имманентную, замкнутую и абстрактную, область «частной жизни». Труд, досуг, семья, отношения – индивид, пользуясь инволютивным методом, реорганизует всё это по ту сторону мира и истории в связную систему, основанную на замкнутости частного, на формальной свободе индивида, на успокоительном присвоении среды и на незнании. Повседневность является с объективной точки зрения тотальности бедной и остаточной, но в другом смысле она является торжествующей и эйфорической в ее стремлении к тотальной автономизации и переинтерпретации мира «для внутреннего потребления». Именно здесь находится внутренняя, органическая связь между частной сферой повседневности и массовыми коммуникациями» [1].

Маскульт – культура определённно потребительская, которая соблазняет посредством компенсированных желаний, спонтанных импульсов, сублимированных сексуальных потребностей и т.п. В постиндустриальном обществе воздействие на массовое сознание осуществляется с помощью коммуникативных технологий, в том числе сетевых, позволяющие прямолинейные стратегии власти заменить скрытыми, неявными, а «управление» – «соблазном» (Ж. Бодрийяр) или «машинами желания» (Ж. Делез, Ф. Гваттари). В наше время происходит ускоренная смена манипулятивных механизмов массовой культуры: она все чаще отказывается от акцентированных

технологий власти в пользу подспудных, латентных средств достижения цели, что дает основания ее adeptам утверждать о «демократичности массовой парадигмы».

С утверждением Ги Дебора тоже сложно аргументировано спорить: «Масс–медиа являются наиболее ярким и поверхностным проявлением спектакля. На первый взгляд, СМИ вторглись в жизнь как простое оборудование для мгновенной коммуникации, очередное удобство – однако это новшество обернулось настоящим Троянским конём, со своими эгоистическими целями и помыслами о саморазвитии. Если уж так вышло, что общественные нужды эпохи, в которую развивается подобная техника, могут быть удовлетворены лишь при помощи этой техники; если управление данным обществом и контакты между людьми больше не могут осуществляться иначе, как посредством мгновенной коммуникации, то это только потому, что «коммуникации» по сути своей стали *односторонними*. Концентрация «коммуникаций» есть, таким образом, накопление в руках власти преобладающих существующей системы средств, которые позволяют им продолжать навязывать свой диктат» [2].

Содержательному рельефу информационного общества присущи как положительные (быстрый рост технологической составляющей цивилизации), так и отрицательные (высокая зависимость от информации) тенденции. Во всяком случае, потребление информации ставит общество и едва ли не каждого человека в состояние беспрецедентной зависимости от информационного пространства, которое с помощью современных информационных технологий может быть использовано для достижения беспрецедентного диапазона мировоззренческих, социальных, политических, экономических, духовно–культурных и иных целей. В результате новые условия развития информационной цивилизации порождают новые проблемы общественной жизни и новые вызовы, на которые надлежит дать адекватный ответ философской сфере жизнедеятельности.

*Современные СМИ не столько отражают реальность, сколько создают её на своё усмотрение, исходя из собственных целевых предпочтений и предпочтений.* Особым манипулятивным потенциалом обладает телевидение: объектив камеры и интерпретация за кадром действуют таким образом, что существенно пересматриваются автентичные каузальные акценты, логика и «вес» событий, стирается зыбкая грань между истиной и вымыслом. Событием становится не то, что было на самом деле и имело реальное причинно–следственное значение, а то, что глаз телекамеры институирует «нечто» в статусе такого события. Как резонно заметил Жан Бодрийяр, «цифры ничего не значат сами по себе и никогда не противоречат друг другу. Лишь интерпретации бывают в согласии с цифрами или входят в противоречие с ними» [1]. Собственно, **будучи де–факто монополистами в сфере интерпретаций, современные СМИ могут свергнуть с пьедестала значимости цифровые показатели любой величины, придав решающее значение самым незначительным факторам и невыразительным тенденциям.**

Приходится констатировать, что телевидение уже не является «зеркалом в мир»: оно не столько отражает и транслирует, сколько конструирует действительность. Структурируя и иерархизируя реальность (зачастую

нимую), телевидение существенно влияет на динамику реальных событий, воздействует на эмоции и стереотипы потребителя телевизионной продукции, создавая доминирующее в массовом сознании пространство культурных ценностей. Эту особенность телевидения и СМИ в целом наиболее тщательно эксплуатирует сфера политических технологий. К слову, журналист «The Washington Post» Глен Кесслер разработал систему оценки правдивости заявлений политиков. Он измеряет ее в «Пиноккио» (как известно, нос у героя сказки Карло Коллоди удлинялся всякий раз, когда он лгал): «один Пиноккио» означает легкое искажение правды, «четыре Пиноккио» – явную ложь.

Симулякр – неотъемлемый атрибут массовой культуры, а сама эта культура вполне корректно и обосновано получила второе название – «симуляционная». Однако, не взирая на частоту употребления этого термина, симулякр всё ещё не имеет чётких смысловых параметров: в зависимости от контекста его следует понимать в широком (зачастую несовместимом) диапазоне – как а) симуляцию действительности; б) подделку (fake); в) редукцию и т.п.

Особое значение в условиях информационного общества приобретает фейк (подделка). Этим инструментом всё чаще и в большей степени злоупотребляют современные СМИ, особенно телевидение, чей потенциал влияния на массовое сознание позволяет канонизировать едва ли не всё, что угодно. К примеру, пользуясь тотальным доминированием в информационной сфере КНДР и отсутствием у абсолютного большинства населения этой страны доступа к Интернету, телевидение Северной Кореи «объявило, что их сборная заняла первое место на групповом этапе ЧМ–2014. По словам ведущей новостного выпуска на северокорейском ТВ, в группе были обыграны сборные Японии, США и Китая со счётом 7:0, 4:0 и 2:0 соответственно. В 1/8 финала корейцы «прошли» сборную Португалии (7:0), в четвертьфинале – сборную Германии (2:1), в полуфинале – сборную Кореи (3:0). В финале же сборная КНДР «встретилась» с хозяевами турнира – сборной Бразилии. И победа, конечно же, осталась за корейцами со счётом (8:1)» [12].

Это невероятно, но факт: в эру информационных технологий десятки миллионов людей живут как будто в зазеркалье, а сотни миллионов и миллиарды являются потребителями «облегчённой» фейковой версии действительности. В отношении массового сознания современные СМИ действуют по принципу: разделяй – и властвуй. И противовеса этой безграничной фрагментации пока что не просматривается. Обозначенная зыбкость современного бытия остроумно и афористично схвачена в заглавии книги профессора политологии Калифорнийского университета Беркли Кеннета Джоуитта «Новый мировой беспорядок».

Романо Гвардини небезосновательно утверждает, что кризис современной цивилизации обусловлен эрозией аутентичных человеческой гармонии форм жизнедеятельности, тем, что отношения между людьми сводятся к всё более опосредованным, абстрактным формам. Эпидемические масштабы обретает дефицит переживания человеческих чувств. И это при том, что человек, согласно меткому замечанию Гвардини, является, прежде всего, «тем, что он переживает». Впрочем, ситуация небезнадёжна: необходимо сосредоточить усилия на «внутреннем ядре», дабы спасти самое важное – личность.

Подвести предварительный итог этим рефлексиям можно при помощи выразительного вердикта Абрама Фета: «Нынешнее общество, с его механическими реакциями на случайные события, вообще нежизнеспособно. Если человечество выживет, то возникнет новое общество, где будет жить новый человек. Это великая цель, но ничто меньшее нас не спасет» [9].

#### Список использованных источников

1. Бодрийяр Ж. Общество потребления. Его мифы и структуры. Перевод на русский язык: Б. А. Самарская. – М., 2006. [Электронный ресурс] // Центр гуманитарных технологий. <http://gtmarket.ru/laboratory/basis/>.
2. Дебор Г. Э. Общество спектакля. Перевод на русский язык: Болеслав Неман [Электронный ресурс] // Центр гуманитарных технологий. <http://gtmarket.ru/laboratory/basis/>.
3. Лебон Г. Психология народов и масс. – М.: Академический проект, 2011. – 238 с.
4. О'Коннор Дж. Искусство системного мышления: необходимые знания о системах и творческом подходе к решению проблем. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2006. – 256 с.
5. Ортега-и-Гассет Х. Восстание масс / Пер.: С. Л. Воробьев, А. М. Гелескул, Б. В. Дубинин и др. – М.: АСТ, 2001. – 509 с.
6. Сёрль Дж. Р. Рациональность в действии. Перевод на русский язык: А. Колодий, Е. Румянцева. – М.: Прогресс-Традиция, 2004. – 336 с.
7. Тагиефф П.–А. Цвет и кровь. Французские теории расизма = La couleur et le sang doctrines racistes a la francaise. – М.: Ладомир, 2009. – 240 с.
8. Тулмин С. Человеческое понимание Текст / С. Тулмин. – М.: Прогресс, 1984. – 327 с.
9. Фет А. И. Инстинкт и социальное поведение. Второе издание, исправленное и дополненное. – Новосибирск, 2008. [Электронный ресурс] // Центр гуманитарных технологий. <http://gtmarket.ru/laboratory/basis/>.
10. Фуко М. Слова и вещи. Археология гуманитарных наук [Текст] / М. Фуко; пер. с фр. В. П. Визгин, Н. С. Автономова. – М.: Прогресс, 1977. – 305 с.
11. Хайек Ф. А. Контрреволюция науки. Этюды о злоупотреблении разумом. Перевод на русский язык: Е. И. Николаенко. – М.: ОГИ, 2003. – 288 с.
12. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://allsport-news.com/news.php?readmore=94763>.

#### References

1. Bodriyyar Zh. Obshchestvo potrebleniya. Ego mify i struktury. Perevod na russkiy yazyk: B. A. Samarskaya. – M., 2006. [Elektronnyy resurs] // Tsentr gumanitarnykh tehnologiy. <http://gtmarket.ru/laboratory/basis/>.
2. Debor G. E. Obshchestvo spektaklya. Perevod na russkiy yazyk: Boleslav Neman [Elektronnyy resurs] // Tsentr gumanitarnykh tehnologiy. <http://gtmarket.ru/laboratory/basis/>.
3. Lebon G. Psihologiya narodov i mass. – M.: Akademicheskii projekt, 2011. – 238 s.
4. O'Konnor Dzh. Iskusstvo sistemnogo myshleniya: neobhodimye znaniya o sistemah i tvorche kom podhode k resheniyu problem. – M.: Alpina Bizness Buks, 2006. – 256 s.
5. Ortega-i-Gasset H. Vosstanie mass / Per.: S. L. Vorobev, A. M. Geleskul, B. V. Dubinin i dr. – M.: AST, 2001. – 509 s.
6. Serl Dzh. R. Ratsionalnost v deystvii. Perevod na russkiy yazyk: A. Kolodiy, E. Rumyantseva. – M.: Progress-Traditsiya, 2004. – 336 s.
7. Tagieff P.–A. Tsvet i krov. Frantsuzskie teorii rasizma = La couleur et le sang doctrines racistes a la francaise. – M.: Ladomir, 2009. – 240 s.
8. Tulmin S. Chelovecheskoe ponimanie Tekst / S. Tulmin. – M.: Progress, 1984. – 327 s.
9. Fet A. I. Instinkt i sotsialnoe povedenie. Vtoroe izdanie, ispravlennoe i dopolnennoe. – Novosibirsk, 2008. [Elektronnyy resurs] // Tsentr gumanitarnykh tehnologiy. <http://gtmarket.ru/laboratory/basis/>.
10. Fuko M. Slova i veshchi. Arheologiya gumanitarnykh nauk [Tekst] / M. Fuko; per. s fr. V. P. Vizgin, N. S. Avtonomova. – M.: Progress, 1977. – 305 s.
11. Hayek F. A. Kontrevolyutsiya nauki. Etyudy o zloupotrebleniyah razumom. Perevod na russkiy yazyk: E. I. Nikolaenko. – M.: OGI, 2003. – 288 s.
12. [Elektronnyy resurs]. – Rezhim dostupa: <http://allsport-news.com/news.php?readmore=94763>.

**Boiko A. O.**, graduate student Institute of Higher Education of the National Academy of Pedagogical Sciences of Ukraine (Ukraine, Kyiv), lepan@ukr.net

#### A mass man in the society of mass consumption

*A mass man as a significant factor in public life is the object of study and conceptualization for many philosophers, sociologists and psychologists for nearly 150 years. But if earlier the mass man was perceived as a kind of misunderstanding, something like «an ironic trick of history», in our time, the mass man is a totally dominating megatrend that is carefully served by a mass culture and marketing strategies of a mass consumption society.*

**Keywords:** human masses, mass culture, mass consciousness, the society of mass consumption, social and cultural crisis, the media.

**Бойко А. О.**, аспірант, Інститут вищої освіти Національної академії педагогічних наук України (Україна, Київ), lepan@ukr.net

#### Людина маси в суспільстві масового споживання

*Людина маси як істотний фактор суспільного життя є об'єктом дослідження і концептуалізації філософів, соціологів і психологів ось уже близько 150 років. Але якщо раніше її сприймали як якийсь непорозуміння, чимось на зразок «іронічної витівки історії», то в наш час вона є тотально домінуючим мегатрендом, який ретельно обслуговується масовою культурою і маркетинговими стратегіями суспільства масового споживання.*

**Ключові слова:** людина маси, масова культура, масова свідомість, суспільство масового споживання, соціокультурна криза, засоби масової інформації.

\* \* \*

УДК 1;17.02

**Ahmadov E.**,  
PhD student of the Institute of Philosophy and Law  
Azerbaijan National Academy of Sciences  
(Azerbaijan), ahmadov\_elchin@mail.ru

#### THE PROTECTION OF NATIONAL AND MORAL VALUES

*The article deals with the importance of preserving national and moral values and transmitting from generation to generation on the principle of legacy. It is known that in the period of modern integration and globalization the importance of preservation of national self-belongingness is increasing continuously. In the author's opinion, preservation, research and propaganda of legacy must be preferred in culture in every field. National culture must be transmitted to future generations in a more enriched way. In the article it is also emphasized that the preservation of national-moral value stands on the base of the development of national culture. The author justifies his points applying to the works of well-known scientists and researchers.*

**Keywords:** national and moral values, national culture, heritage, values, globalization, tolerance, worldview, civil society.

(стаття друкується мовою оригіналу)

Currently, although national cultures left the local frames and involved in the integration of the global cultural space, but still the social and cultural differences, unique, unrepeated other cultures are available. Cultural differences are perceived as reasons preventing dialogue and integration on a global base.

If we look at the issue with a brief historical perspective, it can be noted that the Azerbaijani nation is very difficult, however it has undergone a glorious history. The existence of dozens of the states in the territory since ancient times and the Middle Ages, including interest of the various empires (due to favorable political and geographical location), the development of culture in a high level observed by wars, crises and revival left indelible traces in the historical memory of the people. Finally, feudal wars and sparse happened in the same period, later in the early twentieth century political-economic and military lagging caused our nation to fall under the influence of Russia in the last two hundred years, and thus the loss of its independence. Only the highest ethical and moral values in society and Islam could save the nation from assimilation.

Since independence, main priority issue of our state constituted determination of national identity, the restoration of national and spiritual values, in short, formation of ideology to serve a democratic consolidation of the community.

In general, recently this issue has been widely discussed in public. The survey shows that national cultures sometimes loses its identity. National and religious values melt under the influence of cultural propaganda machine without West's moral foundation, or without relying on the national, human fundamental principles and are undergo wearing. Under the pressure of this process the youth of the countries with a weak economy, newly-laid independence tend to inexpensive art samples denying the national and cultural heritage and being indifferent to national and spiritual values, in the best case put the national cultural heritage at risk approaching strange civilizations with admiration. In the integration which does not serve human values and humanity, in collaboration, in fact, there is neither aesthetic nor educational or, in general moral value. In this respect, enlightening the youth in a more healthy spirit, pure moral spirit is one of the most important tasks of the principle of continuity in the cultural policy using protection of cultural heritage in Azerbaijan as well as progressive moral values of our people and the world properly. In the constitution of every modern civilized state universal ideas are reflected in one way or another. The Constitution is not an exception in this regard. The preamble of the Constitution reflected ideas such as, «to achieve the establishment of civil society», «to set up legal and secular state ensuring superiority of law», «to provide a decent standard of living for all», «to live in friendship, peace and tranquility with all nations of the world remaining faithful to universal human values and interact with them for this purpose». The foundation of the state and the reality of existence have been tested many times in history. This is an important factor in every country that values cultural policy and cultural development is the main priority [1, p. 174]. In this regard, in the independent state the preservation and promotion of cultural heritage, creating more favorable conditions for the development of culture, ensuring creativity and opportunities for citizens are important conditions serving for the protection of our national existence. Idea struggles for democracy, freedom, independence of our forefathers who spared their blood and sacrificed their lives for the sake of national statehood are based on the principles of cultural development, cultural progress and the Renaissance. Under the pretext of cultural integration and modernization involvement of the programs, information and propaganda which are not designed for the development of national culture are harmful rather than beneficial in Azerbaijani community; these activities have more imperfect, destructive, dangerous sides in terms of educating new generation having national pride, a sense of sympathy and breeding citizens.

Today, the society is as much in need for young people who are foreign language-oriented, computer literate, «opening a window» to the world via the internet as for ambitious, proud, national, religious and loyal to moral values, patriotic citizens. The more important modern culture adopts, the more important it is to possess the national culture, and take advantage of it. Just technics, specialists and professionals are employed at all times. Every nation can ensure foreigners temporarily for a time. However a person applying abroad who has absorbed a patriot, a nationalist, independent, national ideals and sacred values through cultural integration and civil society cannot be mastered. To breed a national spirited, patriotic, independent