

ФРАНКФУРТ ӘЛЕУМЕТТІК-ФИЛОСОФИЯЛЫҚ СЫНИ МЕКТЕБІ: БҰҚАРАЛЫҚ МӘДЕНИЕТТІҢ ЭКОНОМИКАҒА ӘСЕРІ.

А.А. КУЛМАНОВА

Қ.Жұбанов атындағы Ақтөбе өңірлік Университеті, Ақтөбе, Қазақстан

e-mail: aigerimakt@yandex.com

Андатпа. Мақалада сыни көзқараста экономика ғылымы мен мәдениеттану ғылымы арасындағы айырмашылық бұқаралық мәдениет мысалдарында сипатталды. Экономика зерттеушілерінің мәдениеттанушыларға қарағанда бұқаралық мәдениетті зерттеуі кеңінен таралғандығы туралы мәселе қарастырылды. Сондықтан да, мақаланың басым бөлігін бұқаралық мәдениетті мәдени зерттеулер тұрғысында Франкфурт әлеуметтік-философиялық мектебінің позитивистік бағыттығы көзқарасымен анализдер жасалды. Бұқаралық мәдениеттің жаһандануы жалғыз мәдениетке ғана емес әлеуметтік топтарға, экономикалық қарым-қатынасқа, саяси қозғалыстарға, діни көзқарастарға әсері бар екендігі осы мақалада көре аламыз. Мақаланың негізгі бөлімінде поп мәдениеттің түрлері: фильм, телесериал, жарнама, спорт негізінде мысалдар келтірілген. Және де 1960-70 жылдары Франкфурт мектебінің өкілдері кеңінен зерттеген поп мәдениет түрлері Экономиканың негізгі құралына айналғандығы көзге түсіп отыр. Экономикалық қарым-қатынастың мәдениет пен бір ортада қайнасуы, мәдениеттану деп аталатын ғылымды мәдени зерттеу деп аталатын ғылыммен алмастыруға негіз бола алатындығын көре аламыз. Мақаланың негізгі мақсаты мәдениеттану және әлеуметтану мамандықтарында оқитын студенттерге позитивистік және неопозитивистік теорияларды кеңінен оқыту және зерттеу барысында күнделікті өмір салтына әсер ететін жаһандық мәдениетке анализ жасай отырып, салыстырмалы сүзгіден өткізе білуге көмекші ақпарат ретінде жазылды.

Түйін сөздер: Франкфурт мектебі, мәдениеттану, экономика, поп мәдениет, бұқаралық мәдениет.

1. Мәдениет және оның түрлері.

Мәдениеттің шығу тегін Батыс мемлекеттері “Культура” сөзімен байланыстырады. Әйгілі Цицеронның түсінігінше “культура” жерді өңдеу және тәрбиелеу сөзінен бастау алады [14]. Барлық әлеуметтік ғылымдар да мәдениетті - эволюциялық теорияларды қолдану арқылы динамикалық өзгеріске ұшыраған, яғни әлеуметтің дамуы арқылы өсіп, жетілетін ғылым саласын көрсетеді. Қазақтар қолданатын мәдениет сөзі де арабтың “қала, шаһар” деген мағынасын білдіреді [7]. Шаһардың өмір салты да қоғамның бір-бірімен ұштасып өмір сүруін, қоғамның прогрессін көрсетеді. Екі сөздің мағынасы екі түрлі болса да, екеуі де бұқараның мәдениетін, өмір сүру салты мен қоғамдағы жоғарғы сатыдағы орнын түсіндіреді.

1930 жылдары Лесли Уайттың мәдениеттануға байланысты дәрісінен кейін философиядан бөлініп шыққан мәдениеттану ғылым саласы 90 жылда түрлі өзгеріске енді [3].

Бірнеше түрлері, функциялары, атқаратын қызметтері мен әдістері туралы жаңа жаңалықтар ашылып пішінінің басқа формаларға да бейімдей алу қасиеті бар екендігін түрлі семантикалық, семиотикалық, лингвистикалық, когньютивтік, психологиялық, әлеуметтік секілді мәдени теориялардан көре аламыз.

Қазіргі күні мәдениетті рухани және материалдық деп бөлу аздық етеді. Мәдениет сонымен қатар діни, саяси, әлеуметтік, тарихи, экологиялық, фольклорлық, бұқаралық, субмәдениет, контрмәдениет, этникалық, жаһандық, элитарлық сияқты түрлі типтер мен түрлерге бөлінеді. Егер антропологтар адамның ең алғашқы ойлап тапқан құрал-жабдықтарын да мәдениетке жатқызған болса, қазіргі күні ол техника мен әлеуметтік желілер арқылы да көзге түседі. Мәдениетті түсіндірудің сан түрлі әдісі бар. Мысалға: Антикалық мәдениет - опера, комедия және трагедия арқылы қоғамның элитасын театрда, агорада, жинаса. XX ғасырдың соңынан бастап мәдениет тек қана элитадан емес бұқара халықтан да тұратындығын түрлі субмәдениет дәлелдеп шықты. Оның негізгі теориясын Шпенглердің 1918 жылы жарық көрген “Еуропаның Күйреуі” [11], 1996 жылы жарық көрген Хантингтонның “Өркениеттер қақтығы” еңбектерінде кездесетін Батыстың құлдырауы мәдениетке жаңа қайшылықтар әкелгендігін жершарындағы мемлекеттерді өркениеттерге бөлу арқылы мысалдар келтірген [9]. Алайда, XX ғасырларда элита классынадағылар сияқты жұмысшы таптың да өмір сүру салтында белгілі бір мәдениеттің бар екендігін, бірақ оның бұқаралық мәдениет ретінде қабылданатындығын тағы да Батыс мемлекеттері дәлелдеп шықты. Оған негіз болған Франкфурт мектебінің өкілдерін атауға болады.

2. Франкфурт мектебі

Франкфурт философиялық сыни мектебінің негізгі өкілдері Т. Адорно, У. Беньямин, М.Хоркхаймер, Г.Маркузе, Ю.Хабермас және Э.Фромм болып табылады. Бұл мектеп XX ғасырдың 30-жылдарында құрылса да 1960-70 жылдары танымал бола бастады[5, 13бет]. Франкфурт мектебінің басым бөлігі позитивистік және неопозитивистік әлеуметтанулық ілімдерге оппозиция ретінде көрінді. Мәдениетті практикамен байланыстырып, әлеуметтанулық анализдер жасады. Бұл мектептің басқа философиялық мектептен ерекшеліктері де авангардтық өнер мен сюрреализмді жақтады. Бұқаралық мәдениеттің жаһандық мәселе бола алатындығын теледидардың пайда бола бастағанынан, оның ішіндегі тасымалдаушы медиа мәдениетінің жарнама және музыка, кино және сериал, шоу программар

мен спорттық трансляцияның жаһандық бірігуге алып келетіндігі туралы бірнеше талдаулар жасады [18, 146бет].

Э.Фроммның “антропологиялық революция” деп аталатын тұжырымы жыныстық революцияға қолдау білдірсе[6, 184бет], Т.Адорно мен Г.Маркузенің “Жағымсыз диалектикасы” “Бір өлшемді адамды” қоғамды өзгерте алмайтындығын, бірақ сыртқы күштің бір адамды өзгерте алатын қасиетінің бар екендігін дәлелдеген [5, 216бет]. Франкфурт мектебі ыдырағаннан кейінгі Энтони Гидденстің дәстүрге айналатын мәдениеттің 1000 жылдық тарихқа қатысты болуы шарт емес екендігін түсіндіріп, оқу бітіргенде түлектердің мантияны кию сияқты дәстүрлердің жаһандық мәдениеттен сілтеме алатындығын дәлелдеген [4]. Пьер Бурдьё бойынша бұқаралық мәдениеттің алуан түрлерін атап кеткен. Әлеуметтік статусқа байланысты адамдардың таңдауыда өзгертіндігін көрсеткен [2]. Мысалға буфетке баратын студентпен гольф ойнайтын элитаның өз бұқаралық мәдениеті бар. Ю.Хабермастың “коммуникациялық іс-әрекет” тұжырымдамасы Адам өмірін екі негізгі салаға бөліп қарастырған. Біріншісі — еңбек болса; екіншісі — адамдармен қарым-қатынасы [10].

3. Поп Мәдениет және Жаһандық Экономиканың ара-қатынасы

Бұқараның жаппай қолданған мәдениетін - жаһандық мәдениет деп атайды. Ал, бұқаралық мәдениет деген заманауи мәдениетке тән, БАҚ арқылы қоғамның өмір сүру салтына тікелей әсер ететін мәдениеттің түрі.

XX ғасырдың соңынан бастап экономиканың өркендеуіне мәдениет те өз үлесін қоса бастады. Алайда, мәдениет экономиканың орнын баса алмайтыны сияқты, экономикада мәдениеттің орнын баса алмайды. Екеуі дербес ғылым болып қала береді. XX ғасырдың соңғы жылдарында бұл екі ғылымның бірігуін көптеген ғалымдарды аландатты. Соның бірі, 1998 жылы Нобель сыйлығын иемденген Үндістан ғалымы Амартия Кумар “Экономикалық теориялар экономика мен мәдениетті салыстырып-сипаттауға, анализ жасауға тиісті ме?” деген сұраққа үш үлкен себепті атап өтті. Біріншіден, мәдениет фаталдық тұрғыда белгілі бір мемлекеттің көрсеткішін, кіріс-шығысын анықтай алмайды. Екіншіден, мәдениет тұрақсыз, бір қалыпта дами алмайды. Аз уақыттың ішінде мәдениеттен бірнеше мәдениеттің түрі бөлініп шыға алады. Экономика заңдылығына да сәйкес келмесе де, экономика мен мәдениет бірігіп жұмыс жасай алады. Үшіншіден, экономикаға кері әсер ете алатын мәдениеттің түрлері гомогендік-құндылықтар тұрғысынан түсіндіріледі [15]. Бәсекелестікті қажет етпейтін мәдениет салалары экономикаға қарағанда заң мен құқыққа жақынырақ болып көрінетіндігін айтып өткен.

Неміс ғалымы Петер Козловскидің түсінігінше ХХІ ғасырда мәдениет - уақытша ғана экономикалық-әлеуметтік қызметті атқаратын өзгерістер. Экономикаға кіріс әкелетін базарлар мен сауда орталықтары, түрлі қызмет көрсету орталықтары, саудаласу мен жарнамалау сияқты қызметтер мәдениетпен қатар өркендеп келеді [1, 38бет].

Әлеуметтік-мәдени тәсілдерді экономиканың дамуына қолдану экономикалық амал-тәсілдердің қатарына жатқыза бастады. 1990 жылдарының басынан бастап қарапайым дүниеден шоу жасай білу әдісі келді. Шоу - қоғам үшін саясатқа қарағанда мәдениетке оң көзқараспен таныла бастады. Теледидардан көрсетілетін әрбір бағдарламаның әлемдік тілде түсіндіру оңай болмады. Мәдениеттің экономикадағы алғашқы тәсілі - әлемді бір тілде сөйлету еді. Оны поп мәдениет деп атайды. Поп - ағылшынның *Popular culture* сөзінен шыққан бұқаралық мәдениет деген мағынаны білдіреді [12]. Адым-адым бұл мәдениеттің дамуында түрлі көзқарастармен тұжырымдамалар орын алды соның бірі 1995 жылы жарық көрген Фрэнсис Фукуяманың “Сенім” атты кітабында “экономикадағы кереғарлықты тоқтату үшін алдымен басқа ұлт өкілдерінің мәдениеті жайында ақпарат қажет [8]. Әр ақпараттың бер жағында сенім қалыптастыратын, қарым-қатынас орната алатын мәдени-құндылықтарға толы экономикалық өзгерістер жатыр. Басқа ұлт өкілінің мәдениетін біле отырып, өз дүниенді тек өзіңе емес басқаға да сата аласың, бірлесе аласың, біріге аласың” депті [8, 146бет].

Поп мәдениет Батыста ертеден дамып келе жатқан авангардтық қозғалыс болса да, Қазақстанға поп мәдениет бертін келе келген дүние. Қазақ тілінде, бұқаралық мәдениет деп аталатын барлық халыққа тән дүниенің кеш келуінің себебі де БАҚ советтік партияға тиесілі, батыстан шыққан дүниенің пропоганда ретінде қабылдап, заманында кереғар түсінікпен байланыстырды.

Әйтседе, 1960-70 жылдардағы “The Beatles” тобының альбомдарын тыңдай бастаған жастар, жаһандану процесіне ене бастағанын түсінбеді. Жоғарыда көрсетілгендегідей жаһанданудың негізгі себебі де барлық әлемнің жаппай танымында жатыр. Америкалық та, Еуропалық та, Африкалық та, Орта Азиялықта “The Beatles”дің қандай топ екендігін білді және олар туралы ақпарат тез тарады.

Теледидардың ақпарат алмасу процесінде мәдени құндылықтарды алмасу процесі қатар жүрді. Бертін келе Майкл Джексон, Модонна сияқты әртістердің жеңіл өлеңдері адамдар арасында тез жатталды. Теледидарларда үзбей көрсетілді. Поп музыканың қоғамдағы орны айқындала бастады. Халық рухани мәдениетті сатып ала бастады. Әртістің шырқаған әр әуені бағалана білді. Әр киген киімдерімен, сән үлгілерін хит ретінде қабылданды. Хит деп сәтті түрде кеңінен таралған заманауи дүниені атайды.

Адамдарды таңқалдыру үшін поп әншілер жеке өмірлерін бұқара халыққа таныта бастады. Бұқара халықтың қызығушылығы одан әрі дами бастады. Майкл Джексонның пластикалық операция жасатқандығы мен Модоннаның жалған есіммен сахнаға шығатындығы бұқара халық үшін саясат пен экономикалық жаңалықтарға қарағанда маңыздырақ болды.

Поп мәдениеттің көптеген түрлері индустриалдық тұрғыда көрініс тапты. Поп мәдениетке қызмет ететін технология, қызмет көрсету орталықтары, белгілі бір жұмысшы өкілдері сахнаға шыға бастады (визажист, дизайнер, PR менеджер т.б). Поп мәдениеттің де өз тұтынушысы мен өндірушісі табылды. Кино, киім, ойыншық сияқты дүниелер көбірек сатылды. Осыған орай, Халықаралық саяси-экономикалық мектебінің түсінігінше (International Political Economy IPE) поп мәдениеттің экономикада жеңіл өндірістік индустрияға жататындығын атап өткен [16, 116бет].

Экспорт және Импорттық жүйеде АҚШ пен Қытай арасындағы сауда-саттықтың басым бөлігі де поп мәдениет тауарларын құраған. Поп мәдениеттің жаһандық экономикаға енуі Қытай экономикасының өркендеуімен бірге келе жатқан қос ұғым екендігін білеміз. АҚШ экономикасының зерттеушілері АҚШ пен Қытай арасындағы экономикалық байланысқа статистика жүргізгенде, Қытайдан келетін тауардың басым бөлігі поп мәдениетте орын алған кейіпкерлерден құралған ойыншық, киім сияқты дүниелер екендігін айтқан [17, 35бет].

Қытайдан импортталатын Поп мәдениет индустриясының тауарларын бес түрлі категорияға бөлуге болады: текстиль, ойыншықтар, спорт құралдары, пластикалық өнімдер және техника. Бұл тек АҚШ-қа импортталатын өнімдер. Қазақстанға импортталатын өнімдер қатарына жоғарыдағы бес категориядан бөлек медициналық өнімдер, химиялық жабдықтар, автокөлік жиһаздары мен бұйымдары, шәй өнімдері мен бижутерияларды да жатқызуға болады. Бұл тауарлардың Қытайдан импортталудың себебі де Қытайдың поп мәдениетті жарнамалай алуында. Атақты Louis Vuitton, Dolce Gabbana мен Armani сияқты сән үйлерінің киімдерін көшірмелерін тасымалдау да Қытай импортына тән қасиет болып отыр [13, 46бет].

Өзін жарнамалағысы келетін әрбір поп мәдениет өкілі текстиль, пластика жеңіл өнеркәсіп орындарымен келісім шарттарға отыра бастады. Сондай-ақ Hollywood, Bollywood және Nollywood секілді кино индустриялары The Disney Corporation мен келісім шартқа отыру арқылы Harry Potter мен Star Wars секілді көрсетіліп қойылған фильмдерге қайта жарнамалар жасады [13, 47бет].

4. Поп мәдениеттің жаһандануға әсері.

Кең балақты шалбарлар мен, шаш үлгісінің жылдар өткен сайын сәнінің өзгеруінде поп әншінің қаншалықты танымал бола алғандығын көре аламыз. Әншінің түскен фотоларынан бастап қолданылған дүниелері сатыла бастады. Адамдарға әншінің қалай ән айтқандығы қызықты болмады, әншінің жеке басына табынушылық одан әрі артты. Поп мәдениетпен қоса бір уақытта келген *фанатизм, кумир, идол* сөздері семиотикалық мәдениетте белгілі бір ақпаратты тасымалдады. Фанатизм - топтың психологиялық бірегейлік тұрғысы, белгілі бір идея үшін өз басын құрбан ете алатын адамдар тобы. Кумир - антика кезеңінде діни орындарға байланысты қолданылған бұл сөздің мағынасын, поп мәдениетте әр адамның ұқсағысы келетін мінсіз адамының сипатын көрсетеді. Мінсіз адамның сипатын жастар әншілер мен әртістерден, спортшылар мен журналистерден көре білгендігін айтамыз. Идол - бұл сөздің мағынасы да дінге қатысты. Яғни табыну. ХХІ ғасырда бұл сөздің мағынасы сүйікті әншіге табыну сөзімен қатар жүрді [12].

Фанатизм, кумир және Идол сөздерінің негізгі шығу тегі дінге табынушылықтан шықса, поп мәдениеттің келісімен адамдар үшін негізгі дін ол талантты адамдарды құрады. Әсіресе ол категорияға танымал адамдар жатты. Танымал адамдардың өмір сүру тәсілдері мен өмірге деген көзқарастары қарапайым халықты тәнті етті. Яғни поп мәдениет деген діни сипаттағы мағынаны тасыды.

Жоғарыда аталып өткен Франкфурт мектебінің ағартушылары теледидар арқылы барлық дүние жүзін бір мемлекетке сыйдыра білуге болатындығын айтқан. Поп мәдениетті сипаттайтын сериалдар, фильмдер, клиптер, жарнамалар, музыка мен шоу-программалар мәдениеттер арасындағы тасымалдаушылық, жеткізушілік қызметті атқара бастады.

Телесериалдардың да атақты болуы кезең-кезеңімен жүзеге асты. Латын Америка сериалдарының, Ресей сериалдарынан артта қалып ортаға Түрік, Оңтүстік Корея сериалдарының келуі әлемге жаңа сөздердің келуімен қатар жүрді. Жақсы, жаман, жақсы көремін секілді сөздерді қол жесттерімен көрсетуге болатындығы да телесериалдар арқылы таралды. Телесериалдардағы қолданылған әрбір бұйым атақты бола бастады. Оларға *addidas, snickers, apple* маркалары демеушілік етті.

Фильмдер арқылы кинотеатр мәдениеті қалыптасты. Фильмдердегі поп мәдениеттің көрсеткішін *samsung 3D, 4D, 5D* көзілдіріктерімен қатар попкорн сөзі келді. *Pop corn* - қазақша “шыртылдаған жүгері” деп аударылатын тамақ түрі кинотеатрларда көбірек сатыла бастады.

Клиптердегі Шакираның би қозғалысы, Джениффер Лопестің киім үлгісі, Бретни Спирстің аяқкиімі танымал болса, Жарнамадағы *Laus* қытырлақ кортоптары Мэсси мен

Рональдо сияқты футболшыларды сипаттады. Бір музыканың хит болуыда бір сөздің қайталана беруіне байланысты болса, шоу-программалардағы келген қонақтың (атақты әнші-әртістің) көптен айтылмаған сырын бөліскен де ғана таң қаларлықтай жаңалық адамның поп мәдениет тауарларын жиі тұтынуына алып келді.

5. Қорытынды

Айналамызды қоршаған жаңа мәдениеттің әсері күннен күнге күшейуде. Мәдениеттер алмасу арқылы бір мәдениетті тудыруға талпынған ХХІ -ші ғасырда бұқаралық мәдениет, экономиканың, саясаттың, діннің және әлеуметтің бір бөлшегіне айналуға. Мемлекеттің экономикалық статистикасын, әлеуметтік орнын және саяси көзқарасына да бұқаралық мәдениет тікелей әсерін тигізуде.

Экспорт пен импортқа, тұтыну мен өндіруе, сату мен сатып алуға көмекші құрал ретінде көрінетін бұқаралық мәдениетті поп мәдениет деп те атаймыз. Сондықтанда, поп мәдениеттің авантюристтік қозғалысқа негізделіп дамитынын, бір поп мәдениеттің екіншісінен ерекшеленуін топтың психологиясын өзгерте алу қасиетін тудыратын алып құрал ретінде де қарай аламыз. Пропаганда сөзі де ескіде тек саясатқа қатысты айтылса, қазіргі күн поп мәдениетке қатысты қолдануға болады. Совет үкіметінің кезінде поп мәдениетінің асиында жасырын Батыс саясатының бар екендігі туралы көзқарастар да туындаған.

Қазіргі кезде поп мәдениет - экономикалық бәсекелестікке қабілеті бар тауарларға да өз үлесін қосуда. ХХІ ғасырда адамзатты жай қаламсаппен таңқалдыру қиын. Қаламсаптың маркасы, сыртындағы атақты, әйгілі әртістің суреті болуы шарт. Қаншалықты ол сапалы әрі танымал болса, соншалықты бәсекелестікке қабілеті бар екендігін көре аламыз.

Бұқаралық мәдениет пен экономиканың қатар жүрген дәуірінде Батыстың *culturology* (мәдениеттану) ғылымы емес *cultural studies* (мәдени зерттеулер) ғылымы зерттейді. Мәдениет деген түсінікті тек фольклор деп түсіну қате пікір. Мәдениет кең мағыналы, әлеуметтік-философиялық бағыт. Әсіресе, әлеуметтанушылардың қоғамды зерттеу барысында қолданатын Франкфурт мектебінің көзқарастары жаһандық өзгерістерді зерттейтін тұжырымдамалардың қатарына жатады. Ал, позитивистік ағым болса осы өзгерістерді танымдық мәселелерді талдап шешуге бағытталды.

Неопозитивистік әлеуметтік-философиялық мектептер Франкфурт мектебінен кейін бірнеше поп мәдениетке қатысты теорияларды практика жүзінде дәлелдеп отырды. Ондай тұжырымдамаларға: феминизм, гегемония, неофрейдизм, пост-структурализм, ориентализм, пост-модернизм, футуризм және т.б. жатады. Алайда, мақаланың басым бөлігі Франкфурт

мектебіне тән позитивистік тұжырымдамалардың мәдениет пен экономикаға қатысты ара-қатынасы айқындалды.

Әдебиеттер тізімі

1. Безуголова Н.П. Культура как Экономический феномен (зачем Экономике нужна культура?) – Москва: «Культура и Образование», 2015 –33-44 стр. 2 (17).
2. Бурдьё П. Экономическая антропология: курс лекций в Коллеж де Франс (1992—1993) – Москва: «Дело» - 2018. <https://yandex.kz/turbo/s/gorky.media/reviews/gabitus-dlya-nachinayushhih/>
3. Гаркавая Л. Лесли Уайт о становлении науки культурологии, 22 октября 2017, <https://yandex.kz/turbo/s/fb.ru/article/350821/lesli-uayt-o-stanovlenii-nauki-kulturologii>
4. Гидденс Э, Ускользящий мир как глобализация меняет нашу жизнь – Москва: «Весь Мир», 2004 – 120 стр.
5. Давыдов Ю.Н. Критика социально-философских воззрений Франкфуртской школы – Москва: «Наука», 1977 – 319 стр.,
6. Егорова И.В. Философская антропология Эриха Фромма тема диссертации и автореферата по ВАК РФ 09.00.13, доктор философских наук – 2004 – 303 стр.
7. Оразақын А. «Қала» сөзі қайдан шықты? – «Түркістан» газеті: 24 наурыз 2011, <https://turkystan.kz/article/53938-ala-s-zi-ajdan-shy-ty>
8. Фукуяма Ф. Доверие: Социальные добродетели и пути к процветанию — Москва: «АСТ», 2004 – 45 стр.,
9. Хантингтон С. Столкновение цивилизаций, Москва: «АСТ», 2016 – 640 стр.
10. Хабермас Ю. Моральное сознание и коммуникативное действие – СПб: «Наука» - 2000.
11. Шпенглер О. Закат Европы: Очерки морфологии мировой истории – Москва: «Попурри», 2020 – Т.1 – 656 стр.
12. Collins online dictionary <https://www.collinsdictionary.com/dictionary/english/mass-media>
13. Federica C., Caitlin H., Popular Culture and World Politics: Theories, Methods, Pedagogies – Bristol, UK: «E-international relations», 2015 – 7th ed – 170 p. www.E-ir.info
14. National Geographic. Cicero Resource Library/Encyclopedic Entry. (Accessed: 12.08.2020). - Internet sources <https://www.nationalgeographic.org/encyclopedia/cicero/>
15. Sen, Amartya K. How Does Culture Matter? – München: «Hampp», 2007 – 30 p.
16. Story J. Cultural theory and popular culture an introduction – New York: «Routledge is an imprint of the Taylor & Francis Group», 2015 – 277 p.

17. Ülger E.H. Bir Müzik Felsefesi Olanğı olarak Adorno'nun Estetik Kuramı – Ankara: «Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü», 2009 – phd thesis – 323 s.

18. Yiğit T. Adorno'da Yeni Müziğin Felsefesi – Malatya: «İnönü Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü», 2017 – Master thesis – 107 s.

References

1. Bezuglova N.P. Culture as an Economic phenomenon (why does the Economy need culture?) – Moscow: «Culture and Education», 2015 –33-44 p. 2 (17).
2. Bourdieu P. Economic anthropology: a course of lectures at the Collège de France (1992—1993) – Moscow: «Delo» - 2018. <https://yandex.kz/turbo/s/gorky.media/reviews/gabitus-dlya-nachinayushhih/>
3. Collins online dictionary <https://www.collinsdictionary.com/dictionary/english/mass-media>
4. Davydov Yu.N. Criticism of social and philosophical views of the Frankfurt school – Moscow: «Nauka», 1977 – 319 p.
5. Federica C., Caitlin H., Popular Culture and World Politics: Theories, Methods, Pedagogies – Bristol, UK: «E-international relations», 2015 – 7th ed – 170 p. www.E-ir.info
6. Fukuyama F. Trust: Social virtues and ways to prosperity — Moscow: «AST», 2004 – 45 p.
7. Garkavaya L. Leslie White on the formation of the science of cultural studies, 22 October 2017. <https://yandex.kz/turbo/s/fb.ru/article/350821/lesli-uayt-o-stanovlenii-nauki-kulturologii>
8. Giddens E. The whispered world how globalization is reshaping our lives – Moscow: «Worldwide», 2004 – 120 p.
9. Habermas J. Moral consciousness and communicative action – Saint-Petersburg: «Nauka» - 2000.
10. Huntington S. The Clash of Civilizations and the Remaking of World Order – Moscow: «ACT», 2016 – 640 p.
11. National Geographic. Cicero Resource Library/Encyclopedic Entry. (Accessed: 12.08.2020). - Internet sources <https://www.nationalgeographic.org/encyclopedia/cicero/>
12. Orazakyn A. Where did the word "City" come from? – «Turkestan» newspaper: 24 March 2011, <https://turkystan.kz/article/53938-ala-s-zi-ajdan-shy-ty>

13. Spengler O. The Decline of the West – Moscow: «Popurri», 2020 – 1ed – 656 p.
14. Sen, Amartya K. How Does Culture Matter? – München: «Hampp», 2007 – 30 p.
15. Story J. Cultural theory and popular culture an introduction – New York: «Routledge is an imprint of the Taylor & Francis Group», 2015 – 277 p.
16. Ülger E.H. Bir Müzik Felsefesi Olanაğı olarak Adorno'nun Estetik Kuramı – Ankara: «Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü», 2009 – phd thesis – 323 s.
17. Yegorova I.V. Erich Fromm's philosophical anthropology – phd thesis – 2004 – 303 p.
18. Yiğit T. Adorno'da Yeni Müziğin Felsefesi – Malatya: «İnönü Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü», 2017 – Master thesis – 107 p.

КРИТИКА СОЦИАЛЬНО-ФИЛОСОФСКИХ ФРАНКФУРТСКОЙ ШКОЛЫ: ВЛИЯНИЕ МАССОВОЙ КУЛЬТУРЫ К ЭКОНОМИКУ.

А.А. КУЛМАНОВА

Актюбинский Региональный Университет имени К. Жубанова, Актөбе, Қазақстан

e-mail: aigerimakt@yandex.com

Аннотация: В статье с критической точки зрения рассматривается разница, между экономической наукой и культурологией, на примерах описания массовой культуры. Экономисты по сравнению с культурологами, более активны в исследовании массовой культуры. Таким образом, в контексте исследования массовой культуры, большая часть статьи анализируется с точки зрения позитивистской ориентации Франкфуртской школы социо-философии.

В данной статье мы видим, что глобализация массовой культуры затрагивает не только культуру, но и социальные группы, экономические отношения, политические движения, религиозные убеждения. В основной части статьи приведены примеры, основанные на таких типах поп-культуры как: кино, телесериалы, реклама и спорт. Также очевидно, что поп-культура, которая широко изучалась представителями Франкфуртской школы в 1960-1970-х годах, стала главным инструментом экономики. Мы видим, что слияние в одной среде экономических отношений и культуры, может стать основой для подмены науки, называемой культурологией на науку называемой культурологическим исследованием.

Основная цель статьи – в процессе обширного преподавания и исследования позитивистских и неопозитивистских теорий, предоставить студентам, учащимся по

специальностям культурологии и социологии, возможность анализа глобальных культур и его фильтрации, влияющих на их повседневную жизнь.

Ключевые слова: Франкфуртская школа, культурология, экономика, поп культура, массовая культура.

CRITICISM OF THE SOCIAL AND PHILOSOPHICAL FRANKFURT SCHOOL: THE INFLUENCE OF MASS CULTURE ON THE ECONOMY.

A.A. KULMANOVA

K.Zhubanov Aktobe Regional University, Aktobe, Kazakhstan

e-mail: aigerimakt@yandex.com

Abstract: The article examines the difference between economic science and cultural studies from a critical point of view, using examples of describing mass culture. Economists are more active in the study of mass culture than cultural scientists. Thus, in the context of the study of mass culture, most of the article is analyzed from the point of view of the positivist orientation of the Frankfurt school of socio-philosophy.

In this article, we see that the globalization of mass culture affects not only culture, but also social groups, economic relations, political movements, and religious beliefs. The main part of the article contains examples based on such types of pop culture as: movies, TV series, advertising, and sports. It is also clear that pop culture, which was widely studied by representatives of the Frankfurt school in the 1960's and 1970's, has become the main tool of the economy. We see that the merging of economic relations and culture in one environment can become the basis for replacing the science called cultural studies with the science called cultural research.

The main purpose of the article is to provide students in the field of cultural studies and sociology with an opportunity to analyze global cultures and their influence on their daily life in the process of extensive teaching and research of positivist and neo-positivist theories.

Key words: The Frankfurt School, cultural studies, economy, pop culture, mass culture.