

Научная статья  
УДК 343.97  
EDN APHAFM  
DOI 10.17150/2500-4255.2024.18(1).18-24



## МАССОВАЯ КУЛЬТУРА: КРИМИНОЛОГИЧЕСКИЙ ПОДХОД

М.П. Клеймёнов<sup>1, 2</sup>, И.М. Клеймёнов<sup>3</sup>

<sup>1</sup> Новосибирский государственный университет экономики и управления, г. Новосибирск, Российская Федерация

<sup>2</sup> Омский государственный университет имени Ф.М. Достоевского, г. Омск, Российская Федерация

<sup>3</sup> Северо-Западный филиал Российского государственного университета правосудия, г. Санкт-Петербург, Российская Федерация

### Информация о статье

Дата поступления  
25 января 2024 г.

Дата принятия в печать  
28 февраля 2024 г.

Дата онлайн-размещения  
22 марта 2024 г.

### Ключевые слова

Массовая культура; манипуляция;  
информационная война; суррогаты  
культуры; криминализация

**Аннотация.** Криминологический подход к анализу массовой культуры и субкультуры нацелен на выявление тех особенностей рассматриваемых феноменов, которые имеют отношение к преступности, ее причинам, механизму преступного поведения, формированию личности преступника и виктимологии. Его целью является установление механизма и результатов современного воздействия массовой культуры на определенные слои российского общества. На основе изучения зарубежных и отечественных источников, авторы пришли к выводу, что массовая культура — это развлекательный общедоступный контент, создаваемый профессионалами и распространяемый средствами массовой информации с целью получения прибыли и управления поведением масс. Слияние коммерческих интересов и целенаправленной политики манипулирования поведением больших масс населения имеет, как правило, криминальный характер. Интересы получения прибыли устраняют все нравственные препятствия и запреты, а манипулятивные технологии опираются на широкий диапазон незаконных средств. В современном мире все это укладывается в стратегию информационно-психологической войны. Информационная война против России осуществляется в отношении различных целевых аудиторий, каждая из которых потребляет информацию выборочно. Можно констатировать наличие взаимосвязей между воздействием массовой культуры, принадлежностью к определенной социальной группе и готовностью разделить судьбу Родины. С криминологической точки зрения это позволяет выделить три типа криминальной личности: коллаборционист, релокант и обыватель.

Original article

## MASS CULTURE: A CRIMINOLOGICAL APPROACH

Mikhail P. Kleymenov<sup>1, 2</sup>, Ivan M. Kleymenov<sup>3</sup>

<sup>1</sup> Novosibirsk State University of Economics and Management, Novosibirsk, the Russian Federation

<sup>2</sup> Dostoevsky Omsk State University, Omsk, the Russian Federation

<sup>3</sup> North-Western Branch of the Russian State University of Justice, Saint Petersburg, the Russian Federation

### Article info

Received  
2024 January 25

Accepted  
2024 February 28

Available online  
2024 March 22

### Keywords

Mass culture; manipulation; information  
war; cultural surrogates; criminalization

**Abstract.** A criminological approach to the analysis of mass culture and subculture is aimed at identifying the features of this phenomena that are connected with criminality, its causes, criminal behavior mechanism, formation of a criminal personality, and victimology. Its goal is to establish the mechanism and effects that modern mass culture has on certain strata of Russian society. Having studied Russian and foreign publications, the authors conclude that mass culture is publicly available entertainment content created by professionals and disseminated by mass media with the purpose of gaining profits and controlling mass behavior. The fusion of commercial interests and purposeful policy of manipulating the behavior of large groups of people is, usually, of criminal character. Profit-driven interests eliminate all moral obstacles and prohibitions, and manipulative technologies are based on a wide range of illegal methods. In the modern world all of this fits the strategy of an information-psychological war. An information war against Russia is being carried out against different

target audiences, each of which consumes specific information. It is possible to state mutual connections between the influence of mass culture, being part of a certain social group and a readiness to share the destiny of the Motherland. From the criminological viewpoint, it allows the authors to single out three types of criminogenic personality: a collaborator, a relocant and a layman.

Криминологический подход к анализу массовой культуры и субкультуры нацелен на выявление тех особенностей рассматриваемых феноменов, которые имеют отношение к преступности, ее причинам, механизму преступного поведения, формированию личности преступника и виктимологии.

Понятие «массовая культура» не имеет четкого определения в толковых словарях русского языка. Например, в Большом толковом словаре современного русского языка Д.Н. Ушакова есть только определение культуры, да и оно вряд ли может служить операциональным для настоящего исследования: «Культура (лат. *cultura* — развитие, воспитание) 1. Совокупность человеческих достижений в подчинении природы, образовании, общественном строе. 2. То или иное состояние общественной, хозяйственной, умственной жизни в какую-н. эпоху, какого-н. народа, класса» [1, с. 400]. Что касается рассматриваемого понятия, то оно, очевидно, имеет иностранное (американское) происхождение — «культура для масс», «популярная культура», «широко распространенная культура». В интернет-источниках можно прочесть: «Массовая культура («масскульт», поп-культура, масскультура, культура большинства) — характерное для XX и уже XXI веков вне-национальное явление, порожденное в условиях широкого индустриального производства урбанизацией, массовыми миграциями населения, размыванием территориальных и социальных границ между людьми. Массовая культура — это культура повседневной жизни в современном индустриальном обществе, создаваемая по аналогии с поточно-конвейерным производством»<sup>1</sup>. Эти определения носят слишком абстрактный характер, указывая лишь на то, что массовая культура имеет широкое распространение среди населения и ее кто-то производит.

Большинство авторов склоняется к тому, что понятие массовой культуры возникло в США в 1940-х гг. [2] (хотя некоторые исследователи называют Францию XVIII в. и Жан-Жака Руссо) [3, с. 16]. Исследователи феномена массовой культуры соотносят происхождение этого тер-

мина с культурой массового общества и процессами урбанизации. Понятие массового общества дано Г. Блумером, который отмечал, что это общество отличается от других форм общественной жизни большей неоднородностью социальных связей, анонимностью его членов, содержательной бедностью взаимодействия между ними и отсутствием способности действовать совместно [4].

Таким образом, массовая культура возникает в индустриальную эпоху, которая сопровождается переселением населения из сельской местности в индустриальные центры (урбанизацией) и закономерным изменением взаимодействий между людьми. Традиционный образ жизни, основанный на постоянных и тесных контактах между людьми, менялся на другой тип межличностных отношений — анонимный и, по словам К. Тёплица, это был сильнейший удар по человеческой истории [5, с. 38]. Соответственно меняется и содержание культуры. Из культуры народной, хранящей этнические традиции (эпические, трудовые, праздничные, песенные и др.), она превращается в нечто общее и однообразное. Самобытность, разноликость и богатство народной культуры утрачивается, появляется монолитный феномен массовой культуры.

Признаки массовой культуры первыми попытались установить Б. Розенберг и Д. Уайт: ориентированность на гомогенную аудиторию; опора на эмоциональное, иррациональное, коллективное, бессознательное; эскейпизм; быстроедоступность; быстрозабываемость; традиционность и консерватизм; оперирование средней языковой семиотической нормой; занимательность [6, с. 60–65].

Все эти признаки, конечно, присущи массовой культуре, но они не являются главными (существенными). Существенными, на наш взгляд, следует признать четыре признака, которые в указанном перечне не названы, а именно:

- рыночность — ориентированность на получение прибыли;
- медийность — тесная связь со средствами массовой информации (СМИ);
- технологичность — производство массовой культуры;

<sup>1</sup> Массовая культура. URL: <http://www.textb.net>.

– манипулятивность – управление поведением масс с помощью массовой культуры.

В этой связи необходимо различать понятия «массовая культура» и «народная культура», «общечеловеческая культура». Если массовая культура или поп-культура — это то, что нравится многим (массам), то народная культура и общечеловеческая культура — это то, что имеет отношение к народному достоянию — культурному наследию государства и человечества<sup>2</sup>.

Таким образом, *массовая культура — это развлекательный общедоступный контент, создаваемый профессионалами и распространяемый СМИ с целью получения прибыли и управления поведением масс*. В этом определении уже просматривается некоторое криминологическое содержание, поскольку и коммерческая составляющая (получение прибыли), и манипулирование поведением всегда содержат значимый криминогенный потенциал [7]. Слияние коммерческих интересов и целенаправленной политики управления поведением больших масс населения имеет, как правило, криминальный характер. Интересы получения прибыли устраняют все нравственные препятствия и запреты, а манипулятивные технологии опираются на широкий диапазон незаконных средств.

Ярким свидетельством этого является информационно-психологическая война против России, развязанная Западом еще в XX в., которая в последние годы приобрела характер психологического террора. И эта война ведется по тщательно разработанным сценариям [8]. В мире создана сеть центров прикладной социальной психологии и социальной инженерии. Она включает Тавистокский институт общественных отношений, научно-исследовательский центр Сгэнфордского университета, корпорацию RAND, Массачусетский технологический институт, Центр передовых исследований в области поведенческих наук в Пало-Альто, Институт социальных исследований при Мичиганском университете, Уортонскую школу бизнеса при Пенсильванском университете, Гарвардскую школу бизнеса, Лондонскую школу экономики и политических наук, Национальную лабораторию тренинга, Гудзонский институт, Институт Эсален, Национальный институт психического

здоровья, Национальный институт по изучению наркотической зависимости, Научно-исследовательское управление Военно-морского флота США и другие учреждения и организации [9, с. 6]. В этой войне широко используются кинофильмы, видеоклипы, музыка, «новое мышление», очерняющее и зачеркивающее историческую действительность, подменяющее ее ложными парадигмами и интерпретациями. Так, на Украине и в государствах Прибалтики сносят памятники не только советским полководцам, но и великим деятелям императорской России, в частности, Екатерине II, Александру Суворову. Иными словами, психологическая война имеет ментальный и когнитивный характер, поскольку осуществляется фальсификация истории и поругание исторической памяти.

Итак, можно с полной уверенностью констатировать, что в современных условиях массовая культура все теснее смыкается с политикой. Политическая обстановка не только создает фон для развлекательного контента, что нередко выглядит «пиром (чаще пиаром — М. К., И. К.) во время чумы», но также активно наполняется криминальным содержанием.

Прозападные субъекты информационной политики давно опираются на методы нейролингвистического программирования (НЛП) как в обучении, так и в реализации своих проектов. В Российской Федерации использование НЛП находится под запретом (ст. 4 Закона «О средствах массовой информации»<sup>3</sup>, ст. 5, п. 9 Федерального закона «О рекламе»<sup>4</sup>), что не мешает обращаться к российской аудитории с рекомендациями, как грамотно использовать это средство воздействия на подсознание людей не только в коммерческих, но и политических целях [10–13]. Поразительно, что этот подход предлагается внедрить и в сферу юриспруденции, в частности в деятельность адвокатов, органов дознания и следствия [14; 15]. Кроме того, что здесь в полной мере проявляет себя феномен правового нигилизма (указанные законодательные положения актуальны для любой публичной деятельности), авторы показывают незнание самой методологии НЛП, которая ос-

<sup>2</sup> Об объектах культурного наследия (памятниках истории и культуры) народов Российской Федерации : федер. закон от 25 июня 2002 г. № 73-ФЗ : (ред. от 24 апр. 2020 г.) // Российская газета. 2002. 26 июня ; 2020. 29 апр.

<sup>3</sup> О средствах массовой информации : закон РФ от 27 дек. 1991 г. № 2124-1 : (ред. от 13 июня 2023 г.) // Ведомости СНД и ВС РФ. 1992. № 7. Ст. 300 ; Российская газета. 2023. 20 июня.

<sup>4</sup> О рекламе : федер. закон от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ : (ред. от 13 июня 2023 г.) // Российская газета. 2006. 15 марта ; 2023. 19 июня.

нована на оккультных практиках [16]. С нашей точки зрения, легализация магии в любой сфере, особенно в правоохранительной деятельности, совершенно недопустима.

Главной ареной манипулятивного воздействия в настоящее время является Интернет. Поскольку этот сетевой ресурс находится под контролем США, то антироссийская и русофобская информационная политика получает поддержку, а оппозиционные выступления запрещаются и удаляются. Однако и действующие на территории России СМИ, включающие иностранных агентов, ведут антигосударственную пропаганду. В этой связи следует отметить главную особенность производителей современной массовой культуры: ее явный (со стороны зарубежных СМИ) и скрытый (со стороны СМИ, вещающих на российской территории) русофобский характер. В результате в стране сформировалась заметная когорта антироссийски настроенных деятелей культуры, которые долгое время находились в центре общественного внимания. Некоторые из них сбежали за границу, другие продолжают отстаивать либеральные ценности и цинично искажать историю страны, которая их кормит [17].

Информационная война против России осуществляется в отношении различных целевых аудиторий, каждая из которых потребляет информацию выборочно (в том смысле, что сама выбирает интересующие ее сведения). Первая из них представлена разбогатевшими в результате криминальной приватизации или незаконных афер людьми, которые ориентированы на западный образ жизни. Они имеют двойное гражданство или вид на жительство за рубежом, их дети получают там образование, рожают внуков (которые, в частности, автоматически становятся гражданами США), одеваются в модных салонах, покупают престижные автомобили, имеют домовладения с охраной и обширной прислугой, словом, они настоящие «нероссийские русские». Раньше их называли «новыми русскими», «русской мафией», сейчас «новыми новыми русскими» [18, с. 23]. Им предложено следовать либеральному культурному коду, главное в котором — толерантность к социальным девиациям (мультикультурализм) и ненависть к вековым традициям (в особенности к советскому периоду — «совку», как они его называют) и своим оппонентам. Хосе Ортега-и-Гассет определяет этот тип массового человека двумя чертами: безудержным ростом собственных запросов (отсутствием самоограничения) и

неблагодарностью ко всему, что сумело облегчить им жизнь (полным отсутствием благородства) [19, с. 95]. Им делегируют такие качества, как инициативность, способность преодолевать трудности и даже мужество [20, с. 22; 16], хотя со стороны авторов подобных лестных характеристик это не более, чем проявления интеллектуального сервилизма, поскольку инициативность и упорство этих персон не имеют нравственных и правовых границ. Трудности они преодолевают за чужой счет, а мужество сводится к готовности бегства из страны. С нашей точки зрения, «новые русские» представляют собой криминологический феномен. Он возник как воплощение криминогенной стратегии и как криминальный тип, который наиболее отвечал условиям новой, организованной сверху революции — замены социализма капитализмом.

В культурологическом плане представителей первой страты характеризует то, что можно назвать «синдромом Великого Гэтсби». Как известно, персонаж одноименного произведения Ф. Скотта Фицджеральда, разбогатевший на бутлегерских операциях, пытается попасть в элитное общество, устраивая пышные приемы и навязывая знакомство светскому бомонду. Для «новых русских» «синдром Великого Гэтсби» выражается в самоощущении элитарности и уверенности в возможности стать частью западной элиты. Последние годы показали, что такая возможность изначально была иллюзорной, хотя она систематически создавалась Западом в расчете, что «деньги ваши будут наши».

Вторая страта состоит из последователей массовой бизнес-культуры. В ней как минимум две стороны. Первая имеет отношение к идеологии бизнеса — его аксиологии, этике, которая в настоящее время часто сводится к лозунгу «прибыль любой ценой». В традиционной отечественной культуре это считалось грехом сребролюбия, который апостол Павел характеризовал как «корень всех зол» (1 Тим. 6:10). За ним явно просматривается феномен правового нигилизма. Его старательно раздувают криминальные сериалы современной России, в которых все чиновники — взяточники, а представители правоохранительных органов — сплошь «крышуют» бизнес [21]. Вторая сторона воплощена в глубокой маркетинговой — «не столько удовлетворение, сколько формирование потребностей, для удовлетворения которых предназначены продукты масскульта» [22, с. 54]. Реклама стала бичом телевидения, превращая его в коммерческую лавку. Особенно



нелепо выглядит реклама на каналах, которые претендуют на пропаганду духовных ценностей («Спас», «Союз»), демонстрируя зрителям, что медийная духовность имеет вполне осязаемое денежное измерение. При этом никто не задается вопросом, в какой степени рекламодатели связаны с мошенничеством.

В блогосфере для получения предложений от рекламодателей наблюдается гонка за «хайпом» (от англ. *hype* — шумиха, ажиотаж), в которой нередко нет никаких пределов [23; 24]. «Кроме этого, есть совпадающая по звучанию аббревиатура HYIP (High Yield Investor Program) — высокодоходная инвестиционная программа. Именно в последнем случае «хайп» означает одну из разновидностей мошеннической структуры на финансовом рынке, финансовой пирамиды»<sup>5</sup>. В блогосфере наблюдается также изобилие бизнес-тренеров («коучей»), предлагающих курсы личностного роста. И везде эксплуатируется желание аудитории разбогатеть, погоня за фетишем «make money». Головы последователей массовой бизнес-культуры заняты именно этим, остальное для них имеет второстепенное значение. Они всегда готовы погнаться за выгодным предложением, от кого бы оно не исходило. Именно из их числа появилась репрезентативная группа релокантов из мегаполисов, впитавшая яд либеральной пропаганды, замешанной на идеалах гламурной жизни, антисоветизме и презрении к «нищербродам». Их деятельность в социальных сетях имеет откровенно антироссийский характер, поскольку они полагают, что заработать деньги можно только на таком контенте.

<sup>5</sup> Финансовые мошенничества: признаки, виды, способы защиты. М., 2018. Вып. 19. 160 с. // СПС «КонсультантПлюс».

Третья страта представлена потребителями эрзац-культуры, в которой царят пошлость, низкопробность и безвкусице. На эту массу и рассчитаны бесконечные телешоу и видеоролики, в которых полощется грязное белье известных людей, сериалы про маньяков, квесты-перформансы («Проклятый монастырь», «Каннибал», «Морг» и др.), игры-стрелялки, эпатажные выходы кумиров толпы. Насыщенным криминальным содержанием характеризуются треш-стримы, причем обращает на себя внимание, что каждый из них демонстрирует устойчивую тенденцию к повышению общественной опасности. В этой связи следует поддержать предложение о необходимости их криминализации [25]. Суррогаты культуры формируют инфантилизм, пассивность, склонность к мистицизму, внушаемость, страх перед будущим, жестокость, садизм и прочие блоки массовой личности, сборка которых осуществляется в нужный момент манипуляциями через СМИ.

Можно констатировать наличие взаимосвязей между воздействием массовой культуры, принадлежностью к определенной социальной группе (страте) и готовностью разделить судьбу Родины. С криминологической точки зрения в условиях современной геополитической обстановки, когда на первый план выходит верность идеологии патриотизма, это позволяет выделить три типа криминогенной личности: коллаборационист, релокант и обыватель. Первый тип обладает высокой готовностью послужить интересам Запада; второй ищет комфорта и готов ради него принять любые условия; третий тип инертен, он может стать как участником «цветной» революции, так и защитником Отечества, все зависит от того, насколько по-настоящему патриотичной будет содержание российской массовой культуры.

#### СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Ушаков Д.Н. Большой толковый словарь современного русского языка / Д.Н. Ушаков. — Москва : Дом Славянской книги, 2008. — 959 с.
2. Sokolowski M. Mass Culture Versus Popular Culture / M. Sokolowski // New dimensions in the development of society : 7<sup>th</sup> Annual International Scientific Conference, Jelgava, October 6–7, 2011. — Jelgava, 2011. — P. 308–315.
3. Dennis R. The Study of Popular Culture: Origin and Developments / R. Dennis, D.N. Hall // Studies in Popular Culture. — 1983. — Vol. 16. — P. 16–25.
4. Blumer H. Social Problems as Collective Behavior / H. Blumer // Social Problems. — 1971. — Vol. 18. — P. 298–306.
5. Toeplitz K.T. Wszystko dla wszystkich / K.T. Toeplitz. — Warszawa : Omega, 1981. — 327 p.
6. Mass Culture / ed. B. Rosenberg, D.M. White. — Illinois : The Free Press, 1957. — 501p.
7. Клеймёнов М.П. Криминальное манипулирование в сфере экономической деятельности: криминологическая характеристика и предупреждение / М.П. Клеймёнов, А.Ю. Федоров. — Омск, 2008. — 190 с. — EDN QQPSVX.
8. Воронова О.Е. Современные информационные войны: стратегия, типы, методы, приемы / О.Е. Воронова, А.С. Трушин. — Москва : Аспект Пресс, 2021. — 176 с.
9. Эстулин Д. Тавистокский институт / Д. Эстулин. — Минск : Поппури, 2014. — 368 с.
10. Базаев К.В. А Возможности кинематографа в реализации информационного противоборства / К.В. Базаев. — EDN RCMEDB // Известия Саратовского университета. Новая серия. Сер.: Социология. Политология. — 2013. — Т. 13, № 2. — С. 88–92.

11. Воробьев С.М. Манипулирование сознанием потенциальной жертвы преступления средствами музыки в стиле «хорроркор рэп» / С.М. Воробьев, И.В. Черемисова. — DOI 10.33463/2072-8336.2021.3(56).050-058. — EDN EBWQMJ // Прикладная юридическая психология. — 2021. — № 3 (56). — С. 50–58.
12. Макаренков Е.В. Анализ технологий нейролингвистического программирования как инструмента политического противоборства / Е.В. Макаренков, М.А. Дурнева. — DOI 10.24411/1994-2796-2019-11212. — EDN YUOFEX // Вестник Челябинского государственного университета. — 2019. — № 12. — С. 89–94.
13. Коробкина С.В. Модель рекламной коммуникации и технологии НЛП / С.В. Коробкина // Science and Education. — 2021. — Vol. 2, No. 4. — P. 685–691.
14. Воробьев А.С. Роль нейролингвистического программирования в практике адвоката по защите прав и свобод человека и гражданина / А.С. Воробьев. — EDN XYOQWT // Адвокатская практика. — 2018. — № 5. — С. 6–10.
15. Добренко М.А. Нейролингвистическое программирование как перспективное направление проведения оперативно-розыскного мероприятия «Опрос» / М.А. Добренко, Л.В. Мищенко. — EDN TWWDNB // Юридическая наука и практика: Вестник Нижегородской академии МВД России. — 2015. — № 2. — С. 62–66.
16. Bandler R. The Structure of Magic / R. Bandler, J. Grinder. — Palo Alto, California : Science and Behavior Books Inc., 1976. — 225 p.
17. Горбунова Я.П. Административно-правовое обеспечение национальной безопасности России в области культуры: проблемы теории и практики / Я.П. Горбунова. — DOI 10.18572/2071-1166-2022-9-63-67. — EDN ODMCHN // Административное право и процесс. — 2022. — № 9. — С. 63–67.
18. Шаммазова Е.Ю. «Новый русский» как концептуальный персонаж постсоветской России / Е.Ю. Шаммазова. — EDN PDFVJB // Вестник Казанского государственного университета культуры и искусств. — 2012. — № 3-2. — С. 20–23.
19. Ортега-и-Гассет Х. Восстание масс / Х. Ортега-и-Гассет. — Москва : АСТ, 2018. — 256 с.
20. Крыштановская О. Элита «новых русских» усердно работает, в том числе и над собой / О. Крыштановская // Известия. — 1995. — 12 авг.
21. Клеймёнов М.П. Криминальные сериалы современной России: криминологический анализ / М.П. Клеймёнов, И.М. Клеймёнов. — DOI 10.17150/2500-4255.2022.16(4).429-438. — EDN VLNTPN // Всероссийский криминологический журнал. — 2022. — Т. 16, № 4. — С. 429–438.
22. Тульчинский Г.Л. Маркетинг и массовая культура / Г.Л. Тульчинский. — EDN JSITOV // Вестник Челябинской государственной академии культуры и искусств. — 2006. — № 2. — С. 54–66.
23. Ефанов А.А. «Хайпы» в современном поле медиа / А.А. Ефанов. — EDN YSSOCU // Знак: проблемное поле медиаобразования. — 2018. — № 1. — С. 63–69.
24. Недиков В.Б. Совершение преступления ради «хайпа»: новое обстоятельство, отягчающее ответственность? / В.Б. Недиков. — EDN CMDQGM // Проблемы и перспективы развития России: молодежный взгляд в будущее : 4-я Всерос. науч. конф., Курск, 14–15 окт. 2021 г. — Курск, 2021. — Т. 2. — С. 63–65.
25. Грачева Ю.В. Треш-стрим: социальная обусловленность криминализации / Ю.В. Грачева, С.В. Маликов. — DOI 10.17803/19941471.2021.127.6.202-210. — EDN TTXSQM // Актуальные проблемы российского права. — 2021. — № 6. — С. 202–210.

## REFERENCES

1. Ushakov D.N. *Large Explanatory Dictionary of Modern Russian*. Moscow, Dom Slavyanskoi knigi Publ., 2008. 959 p.
2. Sokolowski M. Mass Culture Versus Popular Culture. *New Dimensions in the Development of Society. 7<sup>th</sup> Annual International Scientific Conference, Jelgava, October 6–7, 2011*. Jelgava, 2011, pp. 308–315.
3. Dennis R. Hall D.N. The Study of Popular Culture: Origin and Developments. *Studies in Popular Culture*, 1983, vol. 16, pp. 16–25.
4. Blumer H. Social Problems as Collective Behavior. *Social Problems*, 1971, vol. 18, pp. 298–306.
5. Toeplitz K.T. *Wszystko dla wszystkich*. Warszawa, Omega, 1981. 327 p.
6. Rosenberg B., White D.M. (eds.). *Mass Culture*. Illinois, The Free Press, 1957. 501 p.
7. Kleimenov M.P., Fedorov A.Yu. *Criminal Manipulation in the Sphere of Economic Activities: a Criminological Description and Prevention*. Omsk, 2008. 190 p. EDN: QQPSVX.
8. Voronova O.E., Trushin A.S. *Modern Information Wars: Strategies, Types, Methods, Techniques*. Moscow, Aspekt Press Publ., 2021. 176 p.
9. Ehstulin D. *Tavistock Institute*. Minsk, Poppuri Publ., 2014. 368 p.
10. Bazaev K.V. Capabilities of Cinematograph in Realization of Information Confrontation. *Izvestiya Saratovskogo universiteta. Novaya seriya. Seriya: Sotsiologiya. Politologiya = Izvestiya of Saratov University. New Series. Series: Sociology. Political Science*, 2013, vol. 13, no. 2, pp. 88–92. (In Russian). EDN: RCMEDB.
11. Vorob'ev S.M., Cheremisova I.V. Manipulating the Mind of a Potential Crime Victim by “Horrorcore Rap” Music. *Prikladnaya yuridicheskaya psikhologiya = Applied Legal Psychology*, 2021, no. 3, pp. 50–58. (In Russian). EDN: EBWQMJ. DOI: 10.33463/2072-8336.2021.3(56).050-058.
12. Makarenkov E.V., Durneva M.A. Analysis of Neurolinguistic Programming Technologies as a Tool of Political Confrontation. *Vestnik Chelyabinskogo gosudarstvennogo universiteta = Bulletin of Chelyabinsk State University*, 2019, no. 12, pp. 89–94. (In Russian). EDN: YUOFEX. DOI: 10.24411/1994-2796-2019-11212.
13. Korobkina S.V. A Model of Communication in Advertising and Neurolinguistic Programming Technologies. *Science and Education*, 2021, vol. 2, no. 4, pp. 685–691.
14. Vorobyev A.S. The Role of Neurolinguistic Programming in the Legal Protection of Human and Civil Rights and Freedoms. *Advokatskaya praktika = Advocate's Practice*, 2018, no. 5, pp. 6–10. (In Russian). EDN: XYOQWT.

15. Dobrenko M.A., Mishchenko L.V. Opportunities of Neurolinguistic Programming Using to Provide Operational Investigative Work «Interview». *Yuridicheskaya nauka i praktika: Vestnik Nizhegorodskoi akademii MVD Rossii = Legal Science and Practical: Journal of Nizhny Novgorod Academy of the Ministry of the Interior of the Russian Federation*, 2015, no. 2, pp. 62–66. (In Russian). EDN: TWWDHB.
16. Bandler R., Grinder J. *The Structure of Magic*. Palo Alto, California, Science and Behavior Books Inc., 1976. 225 p.
17. Gorbunova Ya.P. Administrative Law Regulation of the National Security of Russia in the Sphere of Culture: Issues of Theory and Practice. *Administrativnoe pravo i protsess = Administrative Law and Process*, 2022, no. 9, pp. 63–67. (In Russian). EDN: ODMCHH. DOI: 10.18572/2071-1166-2022-9-63-67.
18. Shammazova E.J. A «New Russian» as a Conceptual Character of Post-Soviet Russia. *Vestnik Kazanskogo gosudarstvennogo universiteta kul'tury i iskusstv = Bulletin of Kazan state university of culture and arts*, 2012, no. 3, pp. 20–23. (In Russian). EDN: PDFVJB.
19. Ortega y Gasset J. *The Revolt of the Masses*. London, 1961. 146 p. (Russ. ed.: Ortega y Gasset J. *The Revolt of the Masses*. Moscow, AST Publ., 2018. 256 p.).
20. Kryshchanovskaya O. “New Russians” Elite is Working Hard, Including Self-Improvement. *Izvestiya*, 1995, 12 August.
21. Kleymenov M.P., Kleymenov I.M. Crime Series of Modern Russia: a Criminological Analysis. *Vserossiiskii kriminologicheskii zhurnal = Russian Journal of Criminology*, 2022, vol. 16, no. 4, pp. 429–438. (In Russian). EDN: VLNTPN. DOI: 10.17150/2500-4255.2022.16(4).429-438.
22. Tul'chinskii G.L. Marketing and Mass Culture. *Vestnik Chelyabinskoi gosudarstvennoi akademii kul'tury i iskusstv = Bulletin of the Chelyabinsk State Academy of Culture and Arts*, 2006, no. 2, pp. 54–66. (In Russian). EDN: JSITOB.
23. Efanov A.A. “Hype” in the Modern Media Space. *Znak: problemnoe pole mediaobrazovaniya = Sign: the Problem Field of Media Education*, 2018, no. 1, pp. 63–69. (In Russian). EDN: YSSOCU.
24. Nedikov V.B. Committing Crimes for “Hype”: a New Aggravating Circumstance? *Problems and Trends of Russia's Development: a Vision of the Youth. 4<sup>th</sup> All-Russian Scientific Conference, Kursk, October 14–15, 2021*. Kursk, 2021. Vol. 2, pp. 63–65. (In Russian). EDN: CMDQGM.
25. Gracheva Yu.V., Malikov S.V. Trash Stream: Social Conditioning of Criminalization. *Aktual'nye problemy rossiiskogo prava = Topical Problems of Russian Law*, 2021, no. 6, pp. 202–210. (In Russian). EDN: TTXSQM. DOI: 10.17803/19941471.2021.127.6.202-210.

#### ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРАХ

Клейменов Михаил Петрович — заведующий кафедрой уголовного права и криминологии Омского государственного университета имени Ф.М. Достоевского, профессор кафедры уголовного права и национальной безопасности Новосибирского государственного университета экономики и управления, заслуженный деятель науки Российской Федерации, доктор юридических наук, профессор, г. Омск, Российская Федерация; e-mail: klim798@mail.ru; SPIN-код: 4431-6452; AuthorID РИНЦ: 596245.

Клейменов Иван Михайлович — профессор кафедры уголовного права Северо-Западного филиала Российского государственного университета правосудия, доктор юридических наук, г. Санкт-Петербург, Российская Федерация; e-mail: pilgrim111@mail.ru; SPIN-код: 9166-9294; AuthorID РИНЦ: 343510.

#### ДЛЯ ЦИТИРОВАНИЯ

Клейменов М.П. Массовая культура: криминологический подход / М.П. Клейменов, И.М. Клейменов. — DOI 10.17150/2500-4255.2024.18(1).18-24. — EDN APHAFM // Всероссийский криминологический журнал. — 2024. — Т. 18, № 1. — С. 18–24.

#### INFORMATION ABOUT THE AUTHORS

Kleymenov, Mikhail P. — Head, Department of Criminal Law and Criminology, Dostoevsky Omsk State University; Professor, Department of Criminal Law and National Security, Novosibirsk State University of Economics and Management, Honored Researcher of the Russian Federation, Doctor of Law, Professor, Omsk, the Russian Federation; e-mail: klim798@mail.ru; SPIN-Code: 4431-6452; AuthorID RSCI: 596245.

Kleymenov, Ivan M. — Professor, Department of Criminal Law, North Western Branch of the Russian State University of Justice, Doctor of Law, Saint Petersburg, the Russian Federation; e-mail: pilgrim111@mail.ru; SPIN-Code: 9166-9294; AuthorID RSCI: 343510.

#### FOR CITATION

Kleymenov M.P., Kleymenov I.M. Mass Culture: A Criminological Approach. *Vserossiiskii kriminologicheskii zhurnal = Russian Journal of Criminology*, 2024, vol. 18, no. 1, pp. 18–24. (In Russian). EDN: APHAFM. DOI: 10.17150/2500-4255.2024.18(1).18-24.