**Радио в 19 веке стало первым шагом к появлению массовой культуры.**

 Радио, телевидение, пресса, Интернет – продукты информационной эпохи, которые состоят на службе массовой культуры сегодня. Именно в постиндустриальном обществе возможно искусственное создание кумиров литературы, поп-музыки, кино и т.д., так называемые «фабрики звезд». Зачастую звездами подобного рода становятся люди, не обладающие должными способностями в реальности. Об их мнимой талантливости трезвонят радио, телевидение, пресса, Интернет. Так, за короткий промежуток времени огромные массы людей вдруг узнают имена и фамилии людей, находившихся ранее в неизвестности. В таких случаях говорят: «Он проснулся знаменитым». Вот более позитивный пример влияния СМИ на сознание общества: чтобы Александра Исаевича Солженицына признали классиком русской литературы, ему пришлось пройти длинный путь непризнания и гонений равный почти 90 годам жизни, а о талантливом писателе Евгении Гришковце сообщили СМИ, и его имя стало широко известным в короткий строк. Через сколько лет мы бы узнали поэта и барда Владимира Высоцкого, если бы не «магнитофонная революция» в СССР 70-х годов.

 Согласимся с мнением русского поэта 20 века Д.Аминадо, что сообщить человечеству, что кто-то гений легче всего по радио, но является ли человек гением на самом деле, выяснится через много-много лет, когда будет осмыслен вклад данной личности в развитие общества.