

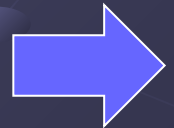
Феномен «массовой культуры»

Работу выполнила:

Овчинникова С.Ю.

Учитель истории и русского
языка

МКОУ Новогольской ООШ

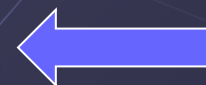


Содержание:

1. Введение
2. Определение «массовой культуры»
3. Основные характеристики «массовой культуры»
4. Массовое общество и «человек массы»
5. Черты «массового общества»
6. Возникновение «массовой культуры»
7. Основные направления и формы массовой культуры
8. Массовая литература
9. Факторы появления массовой литературы
10. Популярная музыка
11. Классификации основных этапов становления музыкального искусства
12. Жанры популярной музыки
13. Музыкальные направления
14. Реклама
15. Мода
16. Дизайн
17. Виды дизайна
18. Индустрия развлечений
19. Базовые ценности массовой культуры
20. Заключение
21. Список литературы

Введение

Массовая культура – важнейший социальный феномен современного общества. Ее продукты вошли в повседневную жизнь человека, начиная от серийно изготовленных вещей и предоставляемых услуг и заканчивая шлягерами, бестселлерами и блокбастерами. Результатом и одновременно средством продвижения массовой культуры выступают современные средства массовой информации, роль которых в обществе возросла в последние десятилетия.



Определение «массовой культуры»

МАССОВАЯ КУЛЬТУРА - понятие, охватывающее многообразные и разнородные явления культуры 20 в., получившие распространение в связи с научно-технической революцией и постоянным обновлением средств массовой коммуникации. Производство, распространение и потребление продуктов массовой культуры носит индустриально-коммерческий характер. Смысловой диапазон массовой культуры весьма широк - от примитивного китча (ранний комикс, мелодрама, эстрадный шлягер, “мыльная опера”) до сложных, содержательно насыщенных форм (некоторые виды рок-музыки, “интеллектуальный” детектив, поп-арт). Для эстетики массовой культуры характерно постоянное балансирование между тривиальным и оригинальным, агрессивным и сентиментальным, вульгарным и изощренным. Актуализируя и опредмечивая ожидания массовой аудитории, массовая культура отвечает ее потребностям в досуге, развлечении, игре, общении, эмоциональной компенсации или разрядке и др.



ОСНОВНЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ «МАССОВОЙ КУЛЬТУРЫ»

- ориентированность на целевую аудиторию;
- опора на эмоциональное, иррациональное, коллективное, бессознательное;
- эскейпизм;
- быстроедоступность;
- быстрозабываемость;
- традиционность и консерватизм;
- оперирование средней языковой семиотической нормой;
- занимательность.



Массовое общество и «человек массы»

Понятия «массовое общество», «массовый человек» часто мелькают на страницах прессы, в научных публикациях и художественной литературе. Социологи рассматривают массовое общество как особый тип общества, складывающийся под влиянием объективных процессов: индустриализации, урбанизации, роста массового потребления, развития средств массовой коммуникации. Основу этого общества составляет большая, пространственно рассредоточенная группа людей, объединенных некоторыми общими интересами, состояниями, социальными характеристиками, – масса.

Иногда массу отождествляют с толпой или социальными низами общества. Но это неверно. Толпа – это скопление разрозненных людей, временно объединенных внешними обстоятельствами. С массой толпу роднит определенная доля потери каждым подобного общества индивидуальности, заразительность настроений, оценок. Массовое сообщество, в отличие от толпы, устойчиво. Оно является важнейшей частью социальной структуры современных обществ.

Массу составляют люди, одновременно разные, но и похожие друг на друга. Речь идет не о внешнем сходстве, а о типичности моделей поведения, стандартизации образа жизни. В основе стандартизации – массовое производство и массовое потребление.



Черты «массового общества»

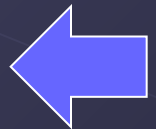
Немецкий ученый Г. Блумер выделяет следующие черты массового общества:

- *массовость*, т.е. огромное население и большая его концентрация, что порождает крупные организации и многообразие возможностей для жизнедеятельности;
- *неоднородность*; в таком обществе существует большое число профессий, союзов, организаций и т.д., не объединенных в единое целое и развивающихся относительно независимо друг от друга;
- *неограниченный доступ к сфере публичной деятельности*; всем действующим группам в таком обществе открыт доступ в сфере всеобщих интересов – на массовый рынок, к средствам массовой коммуникации, политике;
- *беспрерывно меняющийся облик* в связи с постоянной и напряженной конкуренцией между отдельными институтами общества, столкновением различных интересов, конфликтом ценностей и идей.



Возникновение «массовой культуры»

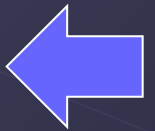
Массовая культура сформировалась под влиянием таких процессов, как: секуляризация культуры, урбанизация, распространение рыночных отношений на область культуры, становление системы всеобщего образования, технический прогресс. Таким образом, появление массовой культуры, как формирование массового общества, связано с глобальными социокультурными сдвигами, а не с внезапной порчей вкуса большого числа людей.



Основные направления и формы массовой культуры



- Массовая литература
- Популярная музыка
- Реклама
- Мода
- Дизайн
- Индустрия развлечений



Массовая литература

Массовая литература – понятие не только литературоведческое, но и социологическое. Оно касается не столько структуры текста, сколько его социального функционирования в общей культуре.

Самое распространенное определение массовой литературы – литература среднего качества, предназначенная для массового чтения, главная функция которой заключается в развлекательности.

В основе массовой литературы, как правило, активный герой, участвующий в захватывающем и опасном действии, борющийся за восстановление разрушенного миропорядка. Это сближает массовую литературу с фольклором, например со сказкой.

Смысловый диапазон массовой литературы весьма широк – от примитивного китча до сложных содержательно насыщенных форм. массовая литература отвечает потребностям массовой аудитории в досуге, развлечении, эмоциональной компенсации.



Факторы появления массовой литературы

Можно выделить четыре основных фактора, которые обусловили появление массовой литературы в 19 в.:

- Возникновение массовой читательской аудитории;
- Коммерциализация литературной жизни;
- Профессионализация писательской деятельности;
- Техничко-экономические факторы.



Популярная музыка

Важный компонент культуры массового общества – музыка. Современного человека музыка сопровождает повсюду: домашние дела мы часто делаем, слушая популярные мелодии, доносящиеся из радиоприемников; автолюбители оборудуют машину музыкальной аппаратурой, даже телефонного соединения мы порой ожидаем под звуки музыки.

Музыка выражает эмоции и переживания человека.



Классификации основных этапов становления музыкального искусства

- фольклорная музыка;
- возникновение профессионального музыкального искусства, но в устной традиции;
- появление нотного письма;
- создание технических средств, способных массово тиражировать музыкальное произведение.



Жанры популярной музыки

- лирическая песня;
- авторская песня;
- музыка для танцев;
- оперетта;
- МЮЗИКЛ.



ALLDAY.RU



Музыкальные направления

- джаз;
- рок-музыка;
- ритм-энд-блюз;
- рок –н-ролл;
- хард-рок.



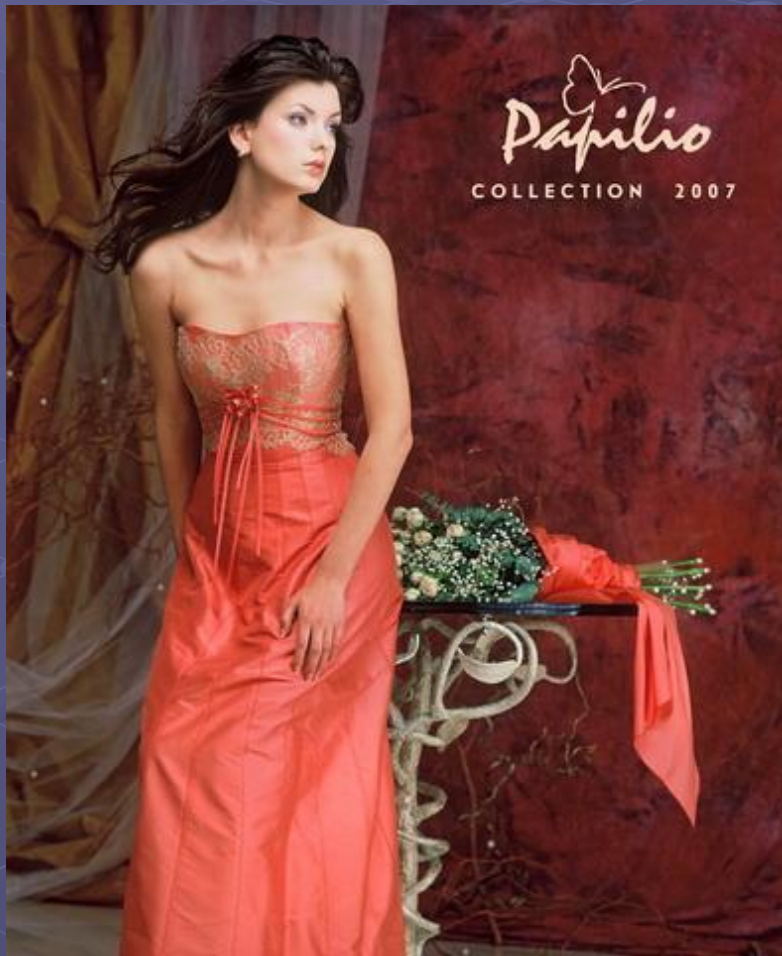
Реклама



Реклама тесно связана с поп-артом – стилем массовой культуры. Предметом искусства в поп-арте могла стать жестянка с супом, набор кухонных ножей, сантехника, фотография автокатастрофы, свадебный торт и т.д. Это искусство черпало силы в повседневности общества потребления и одновременно издевалось над нами. Поп-арт не разрывно связан с эпохой. Наиболее известны работы короля поп-арта – американского художника Э. Уорхола. Поп-арт подтверждает, что реклама играет существенную роль в формировании потребительского идеала «массового человека».



Мода

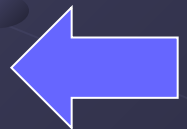


По-настоящему значимым феноменом моды стал только в условиях массового общества, когда рост однородности членов социума и широкое развитие системы массовых коммуникаций сняли барьеры, препятствующие распространению модных образцов. Находясь на улицах города, сидя у телевизора, читая массовые издания, человек постоянно воспринимает и анализирует встречаемые модные образцы («в чем люди ходят»). Производство образцов – функция культуры. Поэтому и говорят, что современная мода – часть массовой культуры.



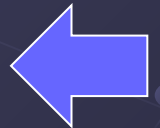
Дизайн

Дизайн – разработка проектов и конструкций, улучшающих эстетический облик пространственно-предметной среды жизнедеятельности человека.



Виды дизайна

- индустриальный дизайн;
- графический дизайн;
- дизайн архитектурной среды;
- дизайн выставочных экспозиций;
- дизайн одежды и аксессуаров;
- арт-дизайн;
- компьютерный дизайн;
- нон-дизайн.



Индустрия развлечений



Значимой для глобальной экономики частью бизнеса становится сегодня индустрия развлечений. По мнению многих социологов, по мере развития цивилизации человек во все большей степени утрачивает способность развлекать себя сам. Всеобщая тенденция к разделению труда привела к профессионализации в этой сфере жизнедеятельности, появились профессиональные развлекатели. В свое время ими были скоморохи на Руси, жонглеры во Франции, шпильманы в Германии. В 20 в. Развлечение было поставлено на поток, стало массовым производством. Сегодня в индустрии развлечений создается широкий спектр товаров и услуг: туризм, парки отдыха, ресторанное и клубное дело, игровой бизнес, дискотеки и танцевальные залы, спорт, киноиндустрия и кинопрокат, производство и сбыт массовой литературы, популярной музыки и других видов культурных продуктов, предназначенных для массового потребления.



Базовые ценности массовой культуры

Базовые ценности массовой культуры	Песня (народная и эстрадная «попса»)	Литература	Кино, театр	СМИ	Туризм
Чувственные переживания, «сентименты»	«Стоны» о любви	Сентиментальный, женский роман	Мелодрама	Женские журналы, программы, сериалы, «мыльные оперы», реалити-шоу	Массовый туризм
Сила, власть, насилие	Разбойничья, блатная песня, рок	Криминальный роман	Боевик, цирк	Спорт, экстрим, бои	Экстремальный, спортивный туризм
Секс	Похабная частушка, эротический дизайн	Эротика, порнография	Эротика, порнография	Эротика, порнография	Секс-туризм
Идентичность	Гимны, марши, патриотическая песня	Исторический роман	Костюмированные постановки	Новости, пропаганда, «белые пятна» истории	Культуральный туризм



Базовые ценности массовой культуры	Песня (народная и эстрадная «попса»)	Литература	Кино, театр	СМИ	Туризм
Знание, интеллект	—	Детектив	Детектив	Конкурсы, игры, просветительские издания и программы	Образовательный туризм
Выход за нормы и несостоятельность девиации, ее поражение	Эстрадный юмор	Юмор, сатира	Комедия	Юмористические издания и программы	Развлекательная часть программы



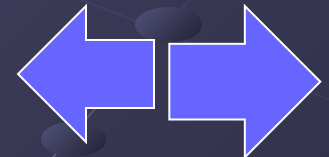
Заключение

Массовая культура и массовое потребление составляют в современном обществе неразрывное единство. Культура формирует стандарты потребления, потребление диктует культуре требования к ее продукту.



Список литературы

1. Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество. – М., 1993.
2. Гофман А. Б. Мода и люди: новая теория моды и модного поведения. – М., 1994.
3. Маркова Г. И. Массовая культура: содержание и социальные функции. // Диссертация на соискание ученой степени кандидата культурологических наук. – М., 1996.
4. Ортега-и-Гассет Х. Дегуманизация общества. - М., 1991.
5. Руднев В. П. Словарь Культуры XX века. – М., 1999.
6. Смольская Е. П. «Массовая культура»: развлечение или политика?» - М., 1986.
7. Теплиц К. Т. Всё для всех. Массовая культура и современный человек. //Человек: образ и сущность. – М., 2000.
8. Фетисова Т. А. Культура города. //Человек: образ и сущность. – М., 2000.
9. Флиер А. Я. Массовая культура и её социальные функции. // ОНС: Общественные науки и современность. – М., 1998. - №6.
10. Шагинская Е. Н. Массовая культура XX века: очерк теорий. – М., 2000. – №2.
11. Шестаков В. П. Мифология XX века: Критика теории и практики буржуазной «массовой культуры». – М., 1988.
12. Массовая культура: учебное пособие / Под ред. А.Ю. Лазебниковой. – М.: ООО «ТИД» «Русское слово» - РС», 2005. – 256 с.



Спасибо за внимание!

