

Массовая культура

§ 35

Массовая культура — важнейшее социальное явление современного общества.

Ее продукты, начиная от серийно изготовленных вещей и предоставляемых услуг и заканчивая:

- ✓ **шлягерами** (песни или мелодии, пользующиеся в данное время особой популярностью),
- ✓ **бестселлерами** (книга — лидер продаж),
- ✓ **блокбастерами** (фильмы с большим бюджетом, дорогими актерами, лучшими декорациями).

Культурное многообразие



Народная культура

Включает ценности не только «потребляемые», но и творимые, создаваемые народом. Охватывающая различные направления, представленная многими жанрами, существовала всегда.

Применяется «фольклор» (от англ. folk — народ, lore — знания, мудрость).

Наряду с **устным народным творчеством (сказками, былинами, пословицами)** важными направлениями этого искусства являются **хореография (танец), песенное творчество (лирические песни, романсы, баллады, частушки), кукольный театр, а также прикладное искусство (вышивка, игрушка и др.)**

Элитарная культура

Термин «элитарная культура» относят прежде всего к произведениям изобразительного искусства, литературы, музыки, поэтому чаще говорят об элитарном или высоком искусстве.

- получила распространение в городах среди образованной части населения и создавалась привилегированной частью общества либо по ее заказу профессиональными художниками, писателями, музыкантами.
- требует определенного уровня образования, широкого культурного кругозора, развитого эстетического чувства, хорошего вкуса.
- они адресованы наиболее эстетически развитой части населения.

Описать процесс становления массовой культуры (стр. 369-370):

Появление массовой культуры связано со становлением на рубеже XIX—XX вв. так называемого *массового общества*.

- ✓ Материальной основой произошедших в XIX в. существенных перемен стал переход к машинному производству, резко увеличившему и одновременно удешевившему производство товаров.
- ✓ Но индустриальное машинное производство предполагает стандартизацию, причем не только оборудования, сырья, технической документации, но и умений, навыков работников, распорядка рабочего дня, рабочей одежды и т. д. Затронули процессы стандартизации и духовную культуру.
- ✓ Достаточно четко обозначились две сферы жизни работающего человека: собственно работа и досуг.
- ✓ В результате возник платежеспособный спрос на те товары и услуги, которые помогали провести досуг.
- ✓ Рынок на этот спрос ответил предложением «типового» культурного продукта: книг, фильмов, граммофонных пластинок и т. д.
- ✓ Появление **массового человека**

Сущность и особенности массовой культуры

Термином «массовая культура» охватываются различные культурные продукты, а также система их распространения и создания.



Особенности массовой культуры

1. *Общедоступность.* Доступность и узнаваемость стали одной из основных причин успеха массовой культуры. Говорят даже о ее примитивности.

Простоту произведений массовой культуры нельзя однозначно связывать с их низким уровнем. Понятие «массовая культура» не равнозначно понятию «плохая культура».

2. *Занимательность* обеспечивается обращением к таким сторонам жизни и эмоциям, которые вызывают неизменный интерес и понятны большинству людей: любовь, секс, семейные проблемы, приключения, насилие, ужасы. В детективах, «шпионских рассказах» события сменяют друг друга с калейдоскопической быстротой.

3. *Серийность, тиражируемость.* Эта черта проявляется в том, что продукты массовой культуры выпускаются в очень больших количествах, рассчитанных на потребление действительно массой людей.

4. *Пассивность восприятия.* Произведения не требовали от читателя, слушателя, зрителя интеллектуальных или эмоциональных усилий для своего восприятия.

5. *Коммерческий характер.* Продукт, создаваемый в рамках массовой культуры, — это товар, предназначенный для массовой продажи. Для этого товар должен быть демократичным, т. е. подходить, нравиться большому числу людей разного пола, возраста, вероисповедания, образования.

Показателями спроса выступают объемы продаж, а также различного рода *рейтинги* — замеры отношения аудитории к той или иной передаче, программе.

Развитие массовой культуры в России

- I. В 1920—1930-е гг. процесс «омассовления» в обществе развернулся на новой основе. Решающими стали два обстоятельства: изменение общественно-политического строя и режима власти и ускоренная индустриализация. Новая власть провозгласила себя властью масс, рабочих и беднейших крестьян.
- II. 1920—1950-е гг. в СССР было создано массовое общество мобилизационного типа и соответствующая этому обществу массовая культура. По некоторым параметрам она сближалась с западной («голливудской») культурой, по другим — разительно отличалась от нее.
- III. В последующие десятилетия происходили важные социальные изменения. В 1960 г. в СССР сравнялась численность сельского и городского населения. Широкомасштабное типовое жилищное строительство позволило начать расселение коммунальных квартир. Стало развиваться массовое телевидение, сначала черно-белое, в затем и цветное. В семьях рабочих и служащих появились такие предметы бытовой техники, как холодильники, стиральные машины, радиолы и магнитофоны, а в некоторых наиболее обеспеченных — личный автотранспорт.
- IV. Сегодня в массовом сознании господствуют разные, подчас противоположно направленные ценности (отходим от советских, усваиваем новые, заимствуем, создаем...)

СМИ и массовая культура

Газета и журнал, радио и телевидение, кино и Интернет — это те каналы, посредством которых мы в основном и приобщаемся к плодам культуры, преимущественно массовой.

Система СМИ складывалась постепенно. Первыми в XVII в. появились газеты и журналы. В XIX в. происходит разделение на так называемую **качественную и массовую прессу**. В США начинает свою активную жизнь *желтая пресса*.

СМИ дополнили радиостанции, а затем и студии телевидения. Конец XX в. ознаменовался созданием сети Интернет.

Тенденции СМИ:

- ✓ СМИ способствует глобализации, но и сами испытывают ее влияние.
- ✓ Другой стороной процесса глобализации является рост местной прессы и малых по тиражу, но влиятельных *для* небольших населенных пунктов изданий.
- ✓ В журнальном деле растет число специализированных изданий.
- ✓ Из всех средств массовой информации самым, можно сказать, массовым является *телевидение*.
- ✓ Отмена цензуры и постепенное утверждение на месте государственной монополии конкурентного рынка СМИ.
- ✓ рост влияния региональных СМИ

Симптом вырождения общества или условие его здоровья

1. Массовая культура, тиражируя образцы элитарной и народной культуры, девальвирует их истинную ценность, а кроме того, благодаря огромным возможностям СМИ агрессивно проникает в различные слои общества, сужает аудиторию «качественной» культуры и в целом резко снижает культурный уровень развития общества.
2. Противники массовой культуры подчеркивают, что она нацеливает аудиторию на духовное потребление, пассивное восприятие культурного продукта. Массовая культура, по оценкам ее критиков, насаждает ложные жизненные ценности.

Симптом вырождения общества или условие его здоровья

- В такого рода резких критических высказываниях происходит **логическая подмена: массовая культура подменяется понятием «плохая культура»**. Вместе с тем, в массовой культуре наряду с действительно низкопробной продукцией есть свои вершины, произведения, отвечающие высоким эстетическим и этическим критериям.
- **В доступности этой культуры можно увидеть проявления подлинного демократизма:** массы могут сами оценивать произведения искусства и испытывать коллективное наслаждение.