



Массовая культура

Урок обществознания в 11 Б классе
(профильный уровень)

План:

1) Культурное многообразие:

А) народная культура

Б) элитарная культура

2) Массовое общество и «человек массы»

3) Сущность и особенности массовой культуры:

А) общедоступность

Б) занимательность

В) серийность, тиражируемость

Г) пассивность восприятия

Д) коммерческий характер

4) Массовая культура в России

5) СМИ и массовая культура

6) Споры о значении массовой культуры

I. Культурное многообразие

Народная культура:

«фольклор» - 19 в. Дж. Томсон (английский археолог)-
народная культура

Направления:

- устное народное творчество
- хореография
- песенное творчество
- кукольный театр
- прикладное искусство

Особенности:

- социальные и культурные ценности, которые складывались веками
- не знает разделения на создателей и потребителей
- несет своеобразие народа

I. Культурное многообразие

Элитарная культура:

- получила распространение в городах
- создавалась привилегированной частью общества, либо по ее заказу
- относят прежде всего к произведениям искусства , литературы, музыки

Причины отчуждения от народной: (до появления массовой)

- 1) Недоступность в материальном отношении
 - 2) Неграмотность основной массы
- «Окрыленный народ Белинского и Гоголя с базара понесет» (Н.А. Некрасов)

Особенности:

- 1) Требуется определенный уровень образования
- 2) Широкого культурного кругозора
- 3) Развитого эстетического чувства
- 4) Предполагает дистанцию от зрителя
- 5) Торжественное оформление концертных залов

3. Особенности массовой культуры

1) Обще́досто́пность (доступность и узнаваемость)

Понятие «массовая культура» неравнозначно понятию «плохая культура».

2.Занимательность (обращение к эмоциям, которые интересны и понятны большинству людей)

3) Серийность (выпускаются в больших количествах, рассчитаны на потребление массой)

4) Пассивность восприятия (не требуют от зрителя усилий (особенно экранные жанры)

5) Коммерческий характер-предназначены для продажи

Создаются профессионалами

Больше рынок покупателя, чем продавца(но и продавцы стараются формировать спрос)

Показатель спроса-рейтинг (замеры отношения аудитории)

4. Массовая культура в России

Этапы становления и развития:

I) XIX в- период зарождения

Факторы:

-промышленный подъем (массовое производство и потребление)

- 1) Новые виды искусства (дизайн)
- 2) Многотиражные газеты
- 3) Популярны жанры литературы, танцы, массовые гулянья
- 4) Появление нового зрителя
- 5) Искусство становится публичным (но потребности мало изучены)

-

2. 1920-1930-е гг

Факторы:

- 1) Изменение строя
- 2) Индустриализация

Особенности:

- 1) Ориентировалась на потребности низшего класса
- 2) Сохраняла ценности доиндустриального общества
- 3) Смещение индустриальных и политико-агитационных мотивов (массовое оформительское искусство)

3. 1920-1950-е гг

- Создано массовое общество мобилизационного типа и соответствующая массовая культура

4. 1960-1980 ег

Факторы:

- 1) Типовое жилищное строительство
- 2) Массовое телевидение

Особенности:

- 1) Меньшая зависимость от коллективных сфер, большая зависимость от товаров массового потребления
- 2) Новые виды досуга (туризм, клубы по интересам и т.д.)
- 3) Знакомство с западной культурой (фестивали)

5. Современный этап

Особенности:

- 1) Наличие противоположных ценностей
- 2) Создает неоправданно-высокий уровень социальных притязаний
- 3) Складывается особая деловая этика и т.д.

Отличия от Западной культуры:

- 1) Слабое использование новейшей компьютерной культуры
- 2) Современные стандарты являются достоянием узкого круга лиц
- 3) Коммерческая реклама западных производителей рассчитанная на средний класс, больше присуща элитарному.

Общее с западной-широкое распространение визуальных жанров

5.СМИ и массовая культура

СМИ-это каналы массовой культуры

Этапы:

- 1) XVII в- появление газет, журналов
- 2) XIX в разделение на качественную и массовую
- 3) XX в- радио, телевидение (СМИ-четвертая власть)
- 4) XXI в -интернет

Роль СМИ в условиях глобализации

1. Способствует утрате культурного своеобразия народов, создание глобальных газет
2. Рост местной прессы (специализация)
3. Сокращение бульварных газет, рост развлекательных еженедельников, спрос на серьезные.
4. Телевидение – влиятельная культурная сила
5. Коммерциализация СМИ

Общие тенденции (на Западе и в России)

- Рост влияния региональных СМИ

Отличия:

- Отсутствует сокращение бульварной прессы

Поддержка:

- 1) Не верно подменять массовую культуру понятием плохая культура
- 2) В доступности- проявление демократизма
- 3) Благодаря массовой доступными становятся элитарная и народная

6) Споры о значении массовой культуры

Критика:

- 1) Тиражируя девальвирует народную и элитарную
- 2) Снижает культурный уровень
- 3) Нацеливает на потребительство, пассивное восприятие
- 4) Насаждает ложные ценности
- 5) Идеология коммерческого успеха
- 6) Тиражирование ведет к опошлению