

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.

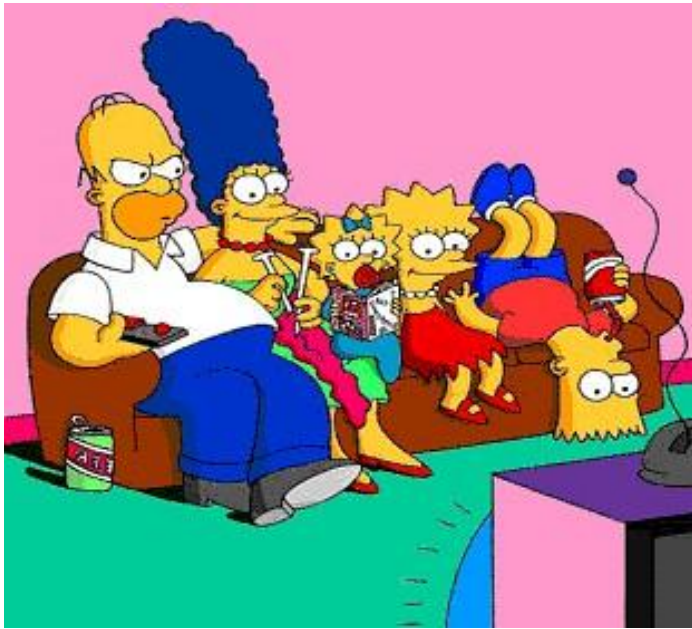
Описать процесс становления массовой культуры (стр. 369-370):

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 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 потребительство, 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.