



# Массовая культура

# План урока

- 
1. Культурное многообразие
  2. Массовое общество и человек массы
  3. Сущность и особенности массовой культуры
  4. Массовая культура в России
  5. СМИ и массовая культура
  6. Массовая культура - вырождение общества?
- 

# 1. Культурное многообразие



В XIX в. английский археолог Дж.Томсон придумал слово «фольклор» (от английского folk - народ, lore - знания, мудрость). Это слово вошло во многие языки мира для обозначения художественных произведений народной культуры, т.е. народного искусства.



*Народное искусство* включает ценности не только «Потребляемые», но и творимые, создаваемые народом. Такая культура, охватывающая различные направления, представленная многими жанрами, существовала всегда.

# 1. Культурное многообразие



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

# 1. Культурное многообразие



**Народное искусство** развивалось в рамках обычаев и традиций, чаще существовало в бесписьменной форме. Этот вид искусства разнообразен по жанрам. Произведения народного искусства, как правило, анонимны, являются результатом коллективного творчества.

# 1. Культурное многообразие



Произведения **высокого (элитарного) искусства** отличаются высокой сложностью выразительных форм и содержания, что делает их практически недоступными для иных групп общества.

# 1. Культурное многообразие



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

# 1. Культурное многообразие



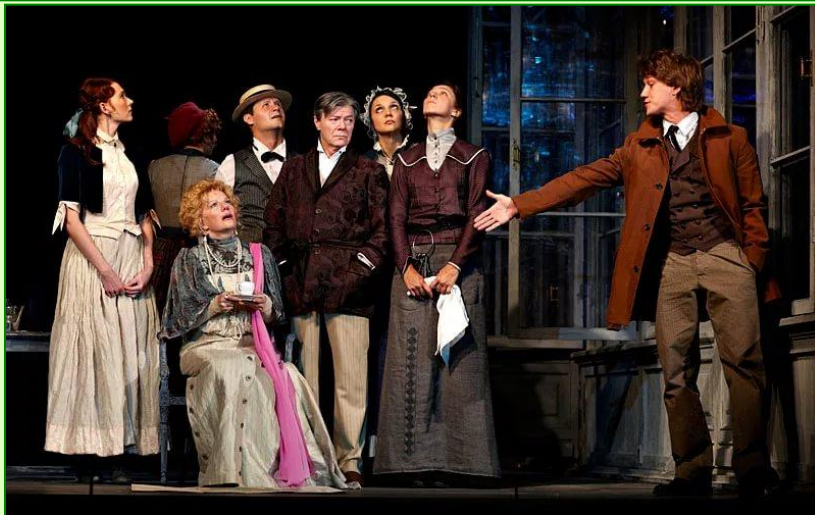
**Высокое искусство предполагает определенную дистанцию от зрителя, слушателя, создаваемую торжественным, пышным оформлением тех помещений, в которых происходит восприятие искусства: музеев, концертных залов, театров.**

# 1. Культурное многообразие

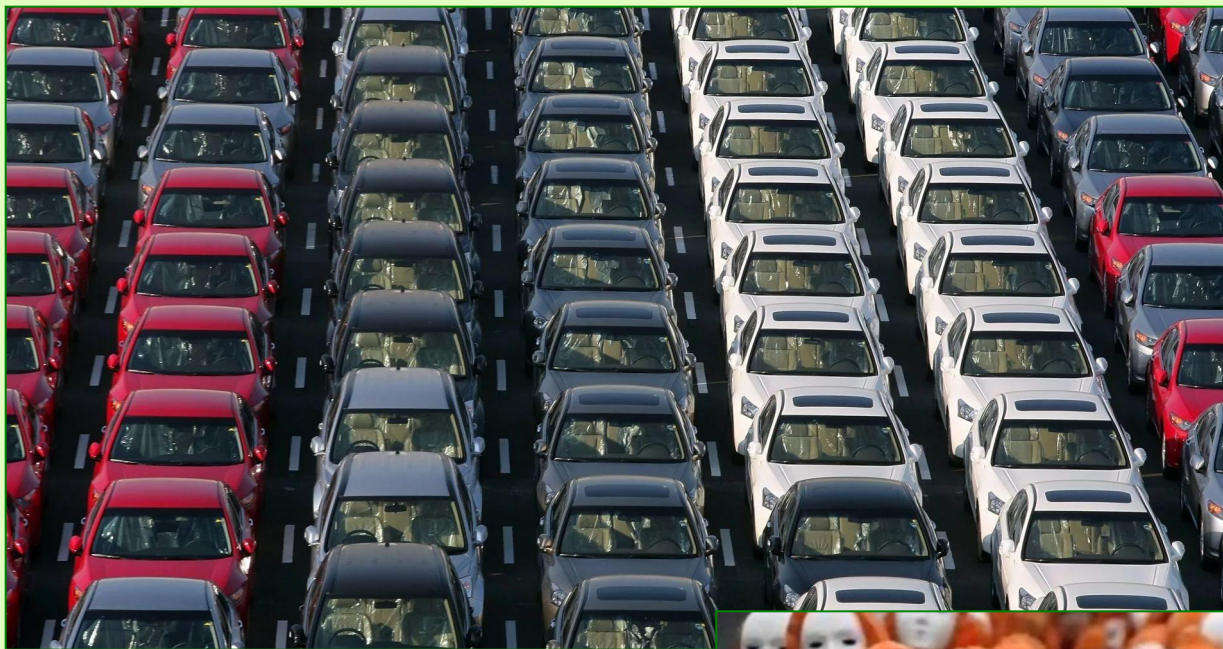
**Культура не является чем то монолитным и единым.**

**Культурные интересы и ценности отличаются у представителей разных народов. Внутри одного народа также есть культурные различия:**

**- не является культура стариков одинаковой с молодежью, культура больших городов не равнозначна культуре деревень, культура артистов Большого театра не идентична культуре работников автомобильного завода или продуктового рынка.**



## 2. Массовое общество и человек массы



связано со  
вв. массового  
произшедших  
стал переход  
увеличившему

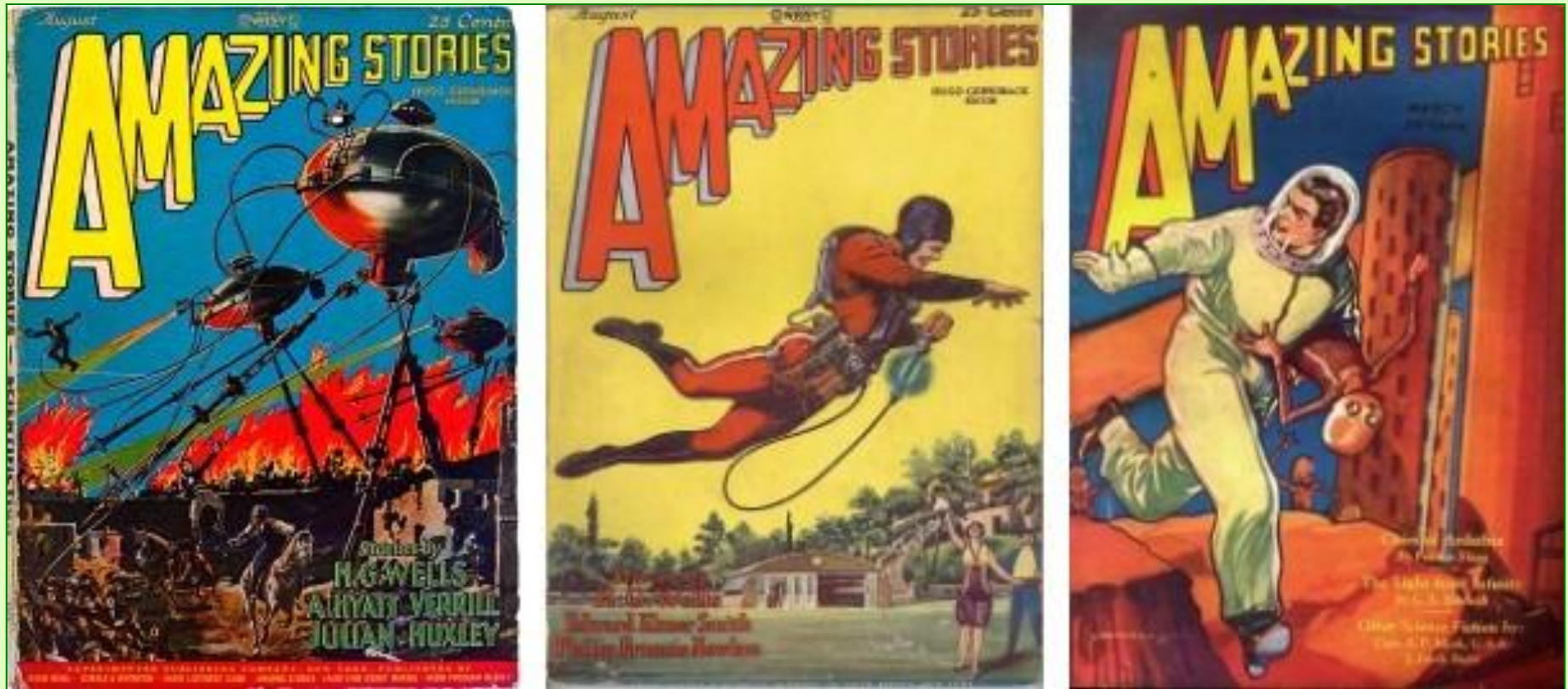
товаров. Начался пр  
оборудования, сы  
но и умений, навыков  
дня, рабочей одеж  
затронули



## 2. Массовое общество и человек массы



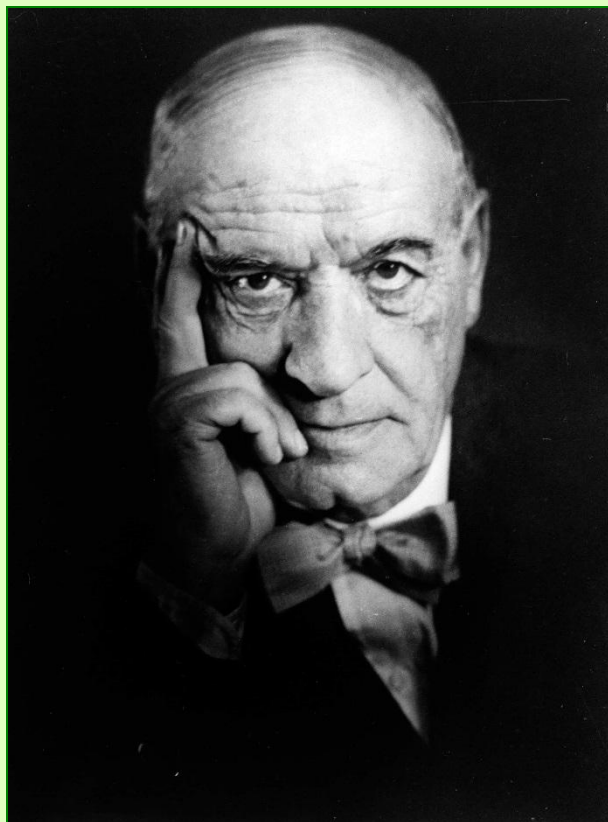
## 2. Массовое общество и человек массы



На рубеже XIX-XX вв. «культура для образованных» стала уступать место «культуре для всех». Первыми появляются произведения на бумажных носителях (беллетристика, комиксы, бульварная пресса).

## 2. Массовое общество и человек массы

Массовое общество породило его типичного представителя - человека массы, главного потребителя массовой культуры. Философы начала XX в. наделяли его преимущественно отрицательными характеристиками - «человек без лица».



Философ  
с массовым  
изис высокой  
туры,  
общественной  
тесняет  
во («людей  
вами»)  
обществе,  
т диктовать  
взгляды,  
.

## 2. Массовое общество и человек массы



Элитарное меньшинство -  
те, кто требует от себя многого и

В середине XX в. массового человека стали соотносить со вполне благонамеренной частью общества - со средним классом. Их стандарты, нормы, правила, язык, предпочтения, вкусы принимаются обществом как нормальные, всеобщие. Для них потребление и досуг не менее важны, чем работа и карьера.

В работах социологов появилось выражение  
*«общество массового среднего класса»*.



безудержный рост жизненных  
запросов и  
врожденную неблагодарность  
ко всему, что эти запросы  
удовлетворяет.

## 2. Массовое общество и человек массы



Массовая культура сформировалась в условиях индустриального общества под влиянием технического прогресса, механизации труда, секуляризацией культуры, урбанизации, распространении рыночных отношений, становления системы всеобщего образования.

### 3. Сущность и особенности массовой культуры



#### **- *Общедоступность***

Произведения массовой культуры просты для понимания и не требуют специальной подготовки. Массовая культура создана для отдыха и развлечения, а не для решения философских проблем.



#### **- *Занимательность***

Массовая культура обращается к понятным всем сторонам жизни, стараются увлечь развитием сюжета. В финале чаще всего «Happy end».



#### **- *Серийность, тиражируемость***

Продукты рассчитаны на массовое потребление; повторяемость сюжетных ходов, похожесть героев.



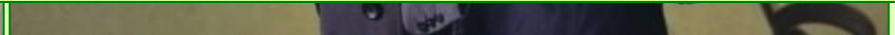
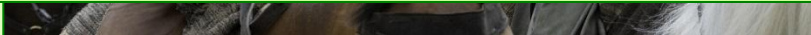
# 3. Сущность и особенности массовой культуры

Отличительные черты *массовой культуры*:



## - *Пассивность восприятия*

Беллетристика, комиксы, легкая музыка не требуют от потребителя интеллектуальных или эмоциональных усилий для восприятия. С развитием визуальных жанров эта тенденция еще более усилилась.



## - *Коммерческий характер*

Продукт массовой культуры – это товар, предназначенный для массовой продажи. Производители подобной продукции ориентируются на самые общие, фундаментальные человеческие эмоции.



# 4. Массовая культура в России



# 4. Массовая культура в России

В 1920-1930-е гг. в начале новой культуры выражалась массовая «беднотность» общества



в обществе массовой культуры и России бедности одного комфорта,

Формирующаяся в СССР разновидность массовой культуры вобрала в себя многие ценности доиндустриального, традиционного общества - уравнилельное распределение, коллективизм, трудовую взаимопомощь, жертвенный аскетизм.

## 4. Массовая культура в России



В 1920-1950-е гг. в СССР были созданы массовое общество мобилизационного типа и соответствующая этому обществу массовая культура.

# 4. Массовая культура в России



*В стране шел активный процесс перехода к массовому, индустриальному, потребительскому обществу.*



## 4. Массовая культура в России



культуры. Современные потребительские и культурно-образовательные стандарты являются достоянием сравнительно узкого круга лиц, проживающих преимущественно в крупных городах.

# 4. Массовая культура в России



Массовая культура недостаточно выполняет и функции социальной адаптации индивида к изменившимся условиям жизни, так как создает неоправданно высокий уровень социальных притязаний, не подкрепляемый соответствующим ростом культуры труда.

# 5. СМИ и массовая культура



**СМИ (газеты, журналы, радио, телевидение, кино, интернет) проникают в самые отдаленные уголки планеты, в самые широкие слои общества. СМИ выполняют не только информационные, но и другие значимые социальные функции.**

## 5. СМИ и массовая культура



Вѣдомости 1703 г.

(№ 1) ВѢДОМОСТИ.

На Москвѣ въ ночь нынѣ пшенихъ  
мѣдныхъ годовницъ и мартыровъ выianto  
ѣ. \*) тѣ пшени, іадромъ-по іѣ. по іи.  
и по іѣ фѣнтовъ. годовницы бѣмѣомъ  
пѣдовыѣ и полупѣдовыѣ. мартыры бѣмѣ-  
омъ девяти трѣхъ и двѣ пѣдовыѣ и  
мѣнше. И ещѣ многѣмъ формъ готовыхъ  
великихъ, и среднихъ къ лѣтѣмъ пшенихъ  
годовницъ. и мартыровъ: и мѣдн нынѣ  
на пшеничнохъ двѣрѣ, котораа приго-  
товлена къ новѣмъ лѣтѣмъ, болше и  
пѣдъ лежѣтъ.

ПОВЕЛѢНІЕМЪ ЕГО ВЕЛИЧЕСТВА МОСКОВ-

ИЗ казанн пншѣтъ, На рѣкѣ  
сохѣ нашлѣ многѣ нефтн, н мѣдной  
рудѣ, нз той рудѣ мѣдь выплавилн  
нзрѣднѣ, ш чегѣ чѣютѣ немалѣю бѣтъ  
прнбывѣ московскому гдѣствѣ.

ИЗ СЕВЕРН ПИШУТЪ. БѢ КИТАЙ-  
СКОМЪ ГДРСТВѢ || ЕЗЫЧЕВЪ БЕЛИИ НЕ  
СТАЛИ ЛЮБИТЬ ЗА НѢХЪ ЛЮБАВСТВО, А ИНЫЕ  
ИЗЪ НИХЪ И СМЕРТІЮ КАЗНЕНИ.

ИЗ ОЛОНЦА ПИШУТЪ, ГОРОДА  
ОЛОНЦА, ПОЛЪ ИВАНА ОКОЛОВЪ СОВРАБЪ  
ОХОТНИКОВЪ ПЕШИХЪ СЪ ТЫСЯЧЮ ЧЕЛОВѢКЪ,  
ХОДИЛЪ ЗА РВѢЖЪ КЪ СКАЙСКЮ ГРАНИЦЮ,  
И РАЗБѢЛЪ СКАЙСКІЕ РДОЗЕНСКЮ, И ГИП-  
ПОНСКЮ, И СМЕРСКЮ, И КЕРНСКОСКЮ,

**В XVII в. во многих европейских странах появились первые газеты и журналы.**

**2 января 1703 г. по указу Петра I в России начала выходить газета «Ведомости». В XIX веке пресса разделилась на качественную и массовую.**

# 5. СМИ и массовая культура



В XX веке появилась «жёлтая пресса» - издания делающие ставку на дутые сенсации, скандальные материалы, не связывающие себя этическими нормами и ограничениями. Одна из разновидностей таких изданий получила название «таблоид».

## 5. СМИ и массовая культура



**В XX веке появились радио, телевидение, в конце века – Интернет. Неуклонно возрастает влияние СМИ на массовое сознание (первое выступление «Битлз» в США смотрели по телевидению 73 млн.чел (1964 г.), высадка американских астронавтов на Луну в 1969 г. транслировалась в прямом эфире на весь мир (кроме СССР и КНР).**

# 5. СМИ и массовая культура



**В XXI веке Интернет охватил практически весь мир.  
Спутниковое телевидение доступно в самых  
отдаленных точках мира.**

## **6. Массовая культура - вырождение общества?**

**- Благодаря возможностям СМИ низкопробная массовая культура проникает во все слои общества, снижает аудиторию «качественной» культуры и общий культурный уровень общества;**

**- массовая культура нацеливает аудиторию на духовное потребительство, пассивное восприятие культурного продукта;**

**- массовая культура насаждает приоритет материального благополучия, надежду на случайное обогащение (шоу с денежными призами), оценивает человека по размеру его богатства;**

**- В ее основе – идеология коммерческого успеха, пробуждает примитивные желания, низменные чувства, порочные наклонности.**

## 6. Массовая культура - вырождение общества?

Произведения массовой культуры могут быть и великолепными, и средними и совсем убогими.



Среди творцов массовой культуры есть выдающиеся деятели искусства

# Выводы

- В основе культуры лежит свободный выбор.
  - Каждый выбирает приоритеты сам.
- Природа дает нам нашу биологическую сущность и «оболочку», *сделать из нас ЧЕЛОВЕКА можем только мы сами!*

