

Массовая и элитарная культура



Понятие, исторические условия и этапы становления массовой культуры

Культурологи выделяют две социальные формы существования культуры: **массовая и элитарная**. Массовой культурой называют такой вид культурной продукции, которая каждодневно производится в больших объемах.

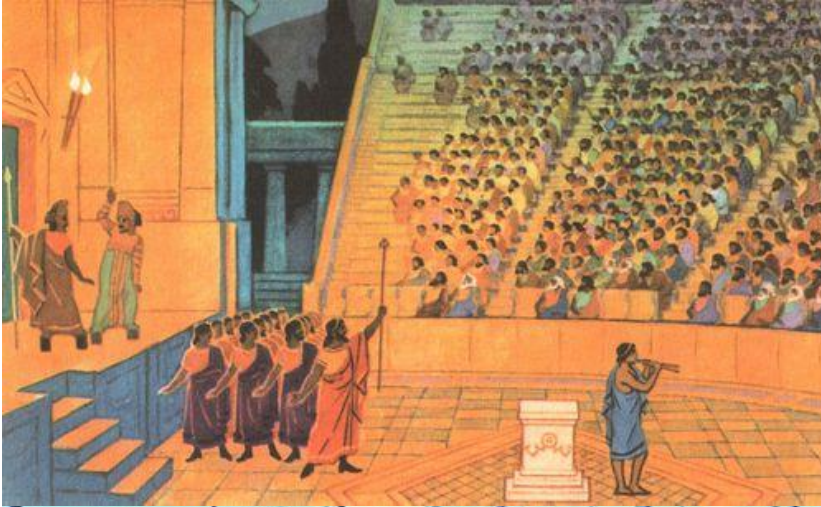
Массовая культура - вид культуры, характеризующийся производством культурных ценностей:

- рассчитанных на массовое потребление и на усредненный массовый вкус;
- стандартизованных по форме и содержанию;
- предполагающих коммерческий успех; и
- распространяемых средствами массовой информации.

Ее потребляют все люди независимо от страны и места проживания. Это культура повседневной жизни, представленная самой широкой аудитории по различным каналам, включая и средства массовой информации и коммуникации.



Массовые формы в культуре существуют с древних времен. Достаточно вспомнить обряды, ритуалы, церемонии, которые всегда носили массовый характер. Искусство театра, танца тоже представляет собой вид массового творчества. Но отличие их от современной массовой культуры в том, что они создавались самим народом и для народа, всегда имели силу воспитательного и духовного воздействия на людей.







Признаки массовой культуры:

Специфические признаки серийного характера массовой культуры

Примитивизация отношений между людьми

Развлекательность, забавность, сентиментальность

Натуралистическое смакование насилия и секса

Культ успеха сильной личности и жажда обладания вещами

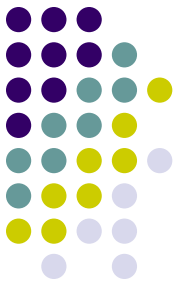
Культ посредственности, условность примитивной символики

Массовая культура характеризует особенности производства, культурных ценностей в современном индустриальном обществе, рассчитанное на **массовое потребление этой культуры**. При этом массовое производство культуры понимается по аналогии с **поточно-конвейерной индустрией**.



- Массовая культура мифологизирует человеческое сознание, мистифицирует реальные процессы, происходящие в природе и человеческом обществе.
- Целью массовой культуры является стимулирование потребительского сознания у реципиента.
- Что в свою очередь формирует особый тип – пассивного, некритического восприятия этой культуры у человека.





Идейная основа МК - философия ПОЗИТИВИЗМА.

- Позитивизм проявился как **натурализм**, для него характерно сведение социального к биологическому и стремление любыми путями увести человека от противоречий реального мира, объявить их несуществующими или заставить о них забыть. В рамках позитивистской концепции реанимируется и так называемый **«культ казенного оптимизма»** и **«американской мечты»**.



- Философия прагматизма тесно связана с массовой культурой. По мнению американского философа Д. Дьюи, в основе художественного творчества лежит не отражение предметов и явлений действительности, а некий **чувственный опыт**, который он трактует как **«результат взаимодействия организма и его окружения»**. Истинно то, что имеет практическую пользу

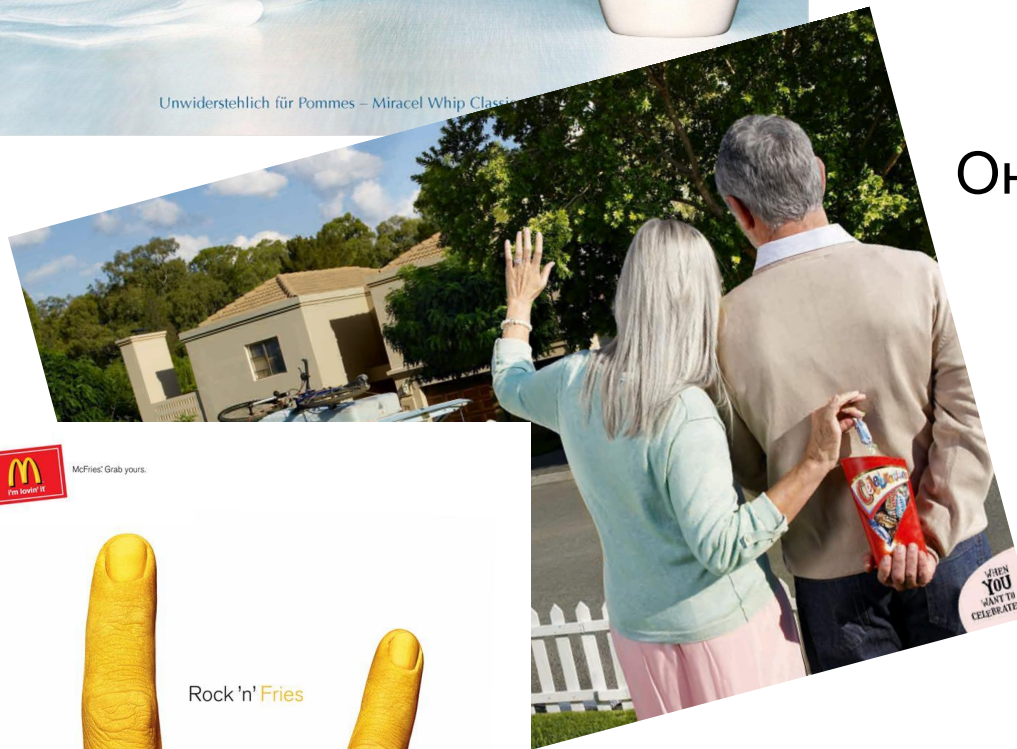




Unwiderstehlich für Pommes – Miracel Whip Classic

Практической реализацией прагматизма в массовой культуре является такая важная ее структура – **как реклама.**

Она реализует основное кредо прагматизма, которое заключается в том, что истинным является то, что полезно, что дает удовлетворение и приводит к успеху.

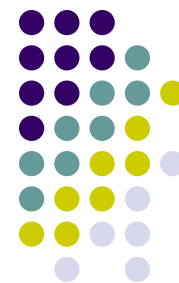


McFries: Grab yours.



Rock 'n' Fries

Философия З.Фрейда - фундамент современной массовой культуры.

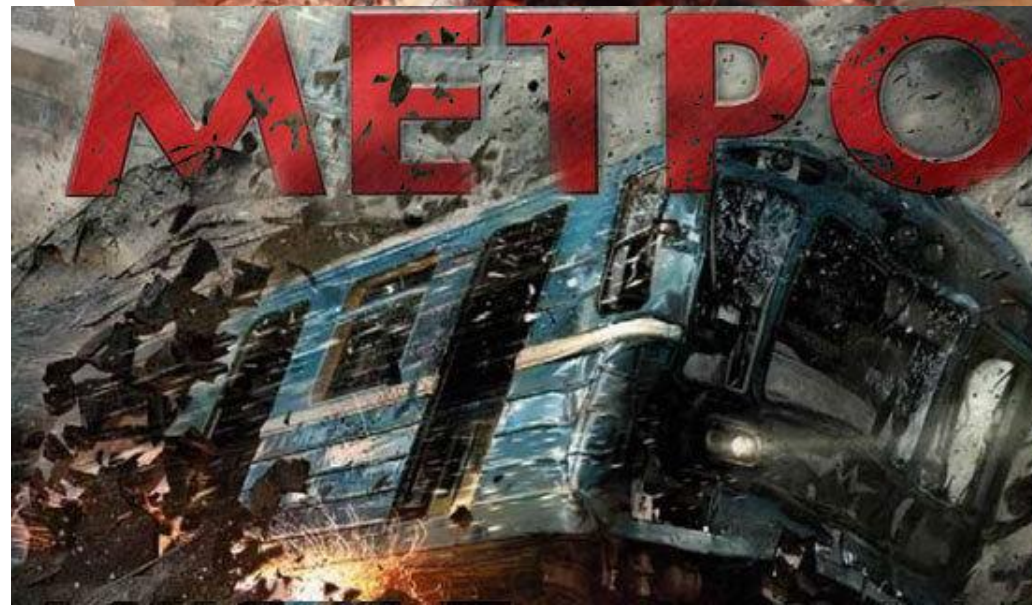


Он разработал учение о врожденных бессознательных структурах – **ИНСТИНКТАХ**. Они подавляются обществом и это вызывает неосознанную ненависть индивида к нему, которая выражается в агрессивности.

Главное влияние фрейдизма на массовую культуру кроется в использовании человеческих **ИНСТИНКТОВ страха, секса и агрессивности**.

XX век – век страха.

В реализации инстинктов страха особенно преуспел современный **кинематограф**, производящий в огромном количестве фильмы ужасов и фильмы о природных катастрофах, монстрах, сверхъестественных силах, инопланетянах. Тема «катастрофы», «страха» постепенно овладевает людьми.



На кино - и телеэкранах все чаще стали использоваться трагические события: акты жестокого терроризма и похищения людей.

И вместо того, чтобы предостеречь человечество от возможного разрушения цивилизации, подобные произведения массовой культуры просто готовят нас к этой перспективе.



Массовая культура: «за» и «против»

«За»	«Против»
<ol style="list-style-type: none"><li data-bbox="175 347 880 878">1. В массовой культуре наряду с действительно низкопробной продукцией, есть свои вершины, произведения, отвечающие высоким эстетическим и этическим критериям.<li data-bbox="175 878 880 1265">2. В доступности этой культуры можно увидеть проявления подлинного демократизма.	<ol style="list-style-type: none"><li data-bbox="880 347 1754 678">1. Массовая культура, тиражируя образцы элитарной и народной культуры, девальвирует их истинную ценность.<li data-bbox="880 678 1754 1265">2. Благодаря огромным возможностям СМИ массовая культура агрессивно проникает в различные слои общества, сужает аудиторию «качественной» культуры и в целом резко снижает культурный уровень развития общества.

- Элемент новаторства в **М.К.** незначителен, поскольку ее творцы занимаются в основном созданием упрощенных, адаптированных для массового сознания **версий достижений «высокой» культуры.**
- Динамика **М.К.** способна дать достаточно точную картину эволюции социальных идеалов и мировоззренческих моделей, основных тенденций духовной жизни общества.
- **Значимость конкретного продукта М.К. определяется не его общечеловеческой ценностью, а способностью выразить иллюзии, надежды и проблемы эпохи на языке своего времени.**



Вывод



- **Массовая культура - это культура для масс, это сознание не народа, а коммерческой индустрии культуры; она враждебна подлинно народной культуре.**
- **Она не знает традиций, не имеет национальности, ее вкусы и идеалы меняются в соответствии с потребностями моды.**
- **Массовая культура обращается к широкой аудитории, апеллирует к упрощенным вкусам, претендуя на то, чтобы быть народным искусством.**
- **Массовая культура воздействует на массовое сознание, связана со средствами массовой коммуникации, ориентирована на потребительские вкусы и инстинкты, имеет манипулятивный характер.**
- **Телевидение является самым эффективным средством тиражирования и распространения этой культуры.**
- **Массовая культура осуществляет стандартизацию духовной деятельности человека.**

Элитарная культура как антипод массовой культуры

культура - вид культуры, характеризующийся производством культурных ценностей, образцов, которые в силу своей исключительности рассчитаны и доступны в основном узкому кругу людей (элите).

Элита



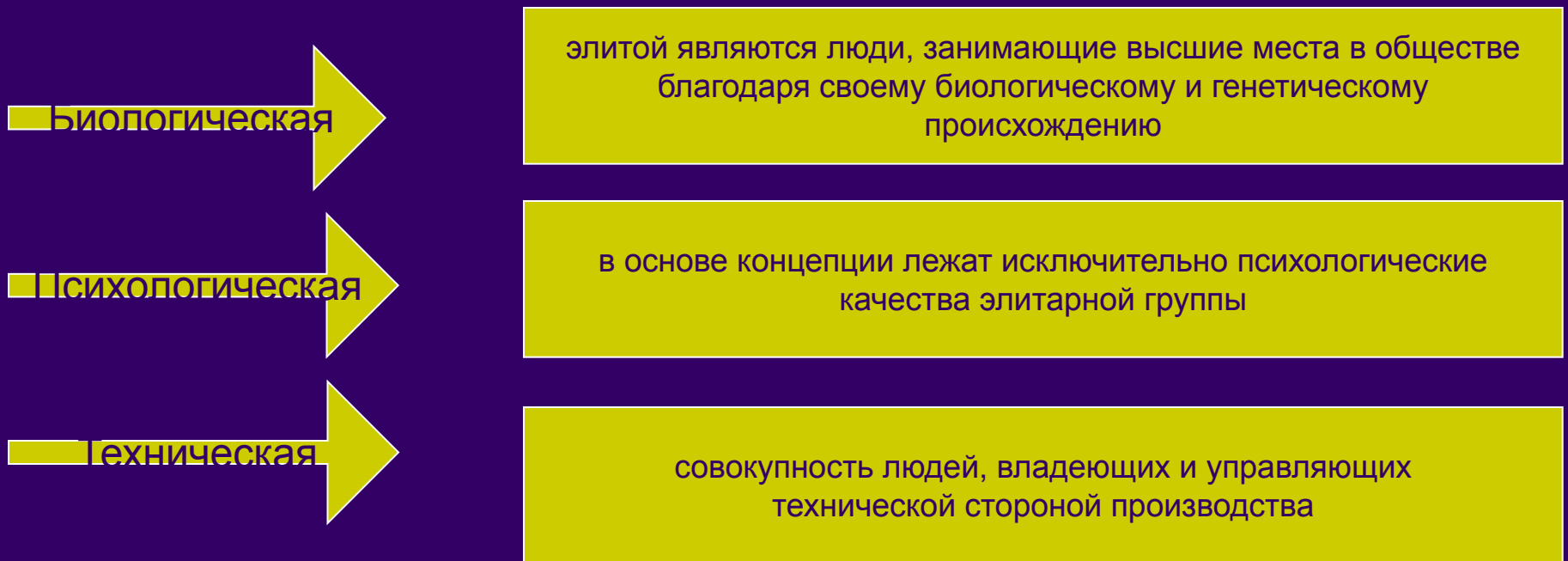
Высокая степень деятельности,
продуктивности, активности
(по Р.Михельсу, Г.Моску)

особый «орган восприятия»
способствует общественному прогрессу
(по Ортеге)

часть общества, наиболее способная к духовной
деятельности, одаренная высокими нравственными и эстетическими
задатками (по Ф.Ницше)

Классификация теорий элит

- К концу XX в сложилась классификация теории элит которую можно представить при помощи следующей схемы:



Организаторская

отнесение к элите руководящих работников, в частности
бюрократический организованный аппарат

Функциональная

теория, согласно которой относятся к элите выполняющие
важнейшие функции в обществе, группе

Распределительная

отнесение к элите тех, кто максимально получает различные блага
(материальные и нематериальные)

Художественно-творческая

отнесение к элите представителей интеллектуальной среды
(искусство, наука, культура, религия)

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
3. «Окрыленный народ Белинского и Гоголя с базара понесет» (Н.А. Некрасов)



Элитарная культура:

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



Особенности элитарной культуры:

- 1) Требуется определенного уровня образования
- 2) Широкого культурного кругозора
- 3) Развитого эстетического чувства
- 4) Предполагает дистанцию от зрителя
- 5) Цель создания произведения — самовыражение творца





Реклама - это сложный феномен массовой культуры.



- Она создает на телеэкране или глянцевой обложке журнала иллюзорный мир стандартного благополучия, в котором не надо уметь, прилагать усилия, вкладывать труд и знания, рисковать, а якобы достаточно просто захотеть;

- формирует у людей и навязывает им искусственные (надуманные) потребности;

- нацеливает человека на удовлетворение в первую очередь материальных потребностей престижного толка в ущерб духовным;

- подталкивает его к приобретению рекламируемого товара; создает при этом иллюзию независимого выбора.





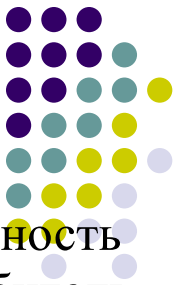
Массовое общество и «человек массы»



Предпосылки создания массовой культуры:

1. Переход к стандартизации индустриального общества
2. Появление социально значимого свободного времени
3. Возникновение спроса на досуговые товары и услуги
4. Развитие образование привело к появлению обширной читательской аудитории и появлению жанра «массовая литература»
5. Развитие СМИ

Характеристика «человека массы»



Установка массовой культуры на общедоступность порождает стереотипность духовных норм, шаблонность и банальность духовных ценностей. Потребитель такой культуры – **человек массы**, человек толпы – характеризуется обезличенностью, утратой личной ответственности, внушаемостью, повышенной эмоциональностью, неразвитостью эстетического вкуса. У него преобладают чувства над рассудком, ощущение бесконтрольности над самоконтролем.



**ЧЕЛОВЕК МАССЫ -
ГЛАВНЫЙ
ПОТРЕБИТЕЛЬ
МАССОВОЙ
КУЛЬТУРЫ.**

ФИЛОСОФЫ НАЧАЛА 20 ВЕКА НАДЕЛЯЛИ ЕГО ОТРИЦАТЕЛЬНЫМИ ХАРАКТЕРИСТИКАМИ- «ЧЕЛОВЕК БЕЗ ЛИЦА» , «ЧЕЛОВЕК КАК ВСЕ».

ОРТЕГА-И ГАССЕТ ДАЛ КРИТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ЭТОГО НОВОГО СОЦИАЛЬНОГО ФЕНОМЕНА-**МАССОВОГО ЧЕЛОВЕКА.**

ОСНОВНЫЕ ЧЕРТЫ: РОСТ ЖИЗНЕННЫХ ЗАПРОСОВ И НЕБЛАГОДАРНОСТЬ К ТЕМ, КТО ЕЁ УДОВЛЕТВОРЯЕТ;
РОСТ ПОСРЕДСТВЕННОСТИ.
ИМЕННО С НИМИ ФИЛОСОФ СВЯЗЫВАЕТ КРИЗИС ЕВРОПЕЙСКОЙ КУЛЬТУРЫ И ПОЛИТИЧЕСКОЙ ВЛАСТИ.

В СЕРЕДИНЕ 20 ВЕКА « МАССОВОГО ЧЕЛОВЕКА» СТАЛИ СООТНОСИТЬ С С БЛАГОНАМЕРЕННЫМ СРЕДНИМ КЛАССОМ.

ЕГО СТАНДАРТЫ, ПРИВЫЧКИ, ЗАПРОСЫ СТАЛИ СЧИТАТЬСЯ НОРМОЙ.

Массовая аудитория



Огромную роль играют внушение, психическое заражение, подражание. Поэтому массовая аудитория склонна к **конформизму** (внушаемости и приспособленчеству), легко поддается общественным настроениям, социальному оптимизму и социальной апатии, слухам и панике, модным общественным поветриям.

Массовая аудитория — это множество людей, так или иначе объединенных единством получаемой информации.



Характеристика массы

Ортега-и-Гассет писал:

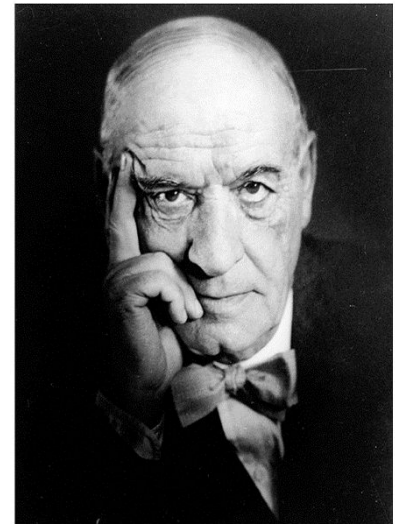
«В XX веке массы вышли на авансцену, герои исчезли, остался хор.»

Принадлежность к массе рассматривалась им как чисто психологический признак, ибо человек массы чувствует, что он точь-в-точь как все остальные.

Дэниел Белл — американский социолог и публицист, создатель теории постиндустриального общества

Человек массы характеризуется обезличенностью, преобладанием чувств, утратой интеллекта и личной ответственности. Поведение массы стихийно, масса никогда не бывает мыслящим существом.

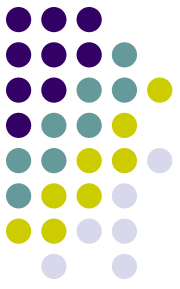
Хосé Орте́га-и-Гассéт
— испанский
философ и социолог



Характеристика массы Д.Белла:

1. Массы как недифференцированное множество.
2. Массы как синоним невежественности.
3. Массы как механизированное общество.
4. Массы как бюрократизированное общество.
5. Массы как толпа.

Особенности массовой культуры



- 1) **Общедоступность** (доступность и узнаваемость)
- 2) **Занимательность** (обращение к эмоциям, которые интересны и понятны большинству людей), **развлекательность, зрелищность**
- 3) **Упрощенность, облегченность (пассивность) восприятия**
- 4) **Стереотипность, стандартизация, серийность** (продукты массовой культуры выпускаются в больших количествах, рассчитаны на потребление массой)
- 5) **Коммерческий характер**-предназначены для продажи, создаются профессионалами. Больше рынок покупателя, чем продавца(но и продавцы стараются формировать спрос)
- 6) **Примитивизация отношений между людьми; пропаганда культа успеха, сильной личности и жажды обладания вещами (вещизм); пропаганда и натуралистическое толкование насилия, порнографии и секса**



Массовая культура становится фундаментом мировой культуры, стирая и устраняя национальные границы.

Произведения массовой культуры базируются на универсальных психологических характеристиках и механизмах восприятия, которые работают независимо от уровня образования и степени подготовленности аудитории.

Более того, образование для нее даже вредно, поскольку мешает непосредственному эмоциональному восприятию, на которое нацелена массовая культура.



В этих утверждениях есть определенная доля истины. Но стоит помнить и о том хорошем, что несет с собой массовая культура.

Во-первых, благодаря ей достигнута **всеобщая грамотность населения, культурные ценности стали доступны большому числу людей**. Конечно, при этом создается довольно много низкопробной продукции, но тиражируются и бесспорные шедевры, которые могут подтолкнуть человека к более глубокому изучению этих и других произведений.

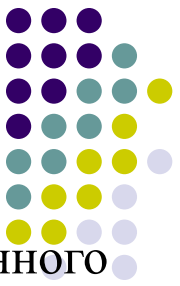
Во-вторых, массовая культура играет значительную роль в современном рекреационном механизме **снятия стрессов и напряжений**.

В-третьих, не следует противопоставлять массовую культуру высокой культуре прошлых эпох. Тогда тоже были и средняя, и низовая культуры, которые до нас не дошли, а шедевры — это единичное явление в любую эпоху, причем их выделение — всегда дело времени; и в современной культуре большая часть произведений отсеется, а настоящее искусство останется.



Мид-культура - массовая культура, обладающая некоторыми чертами традиционной культуры, но в то же время включающая в себя черты массовой культуры. По отношению к кичу эта форма массовой культуры считается более высокой. Можно сказать, что она задает тон, на ее стандарты ориентируется массовая культура в целом.





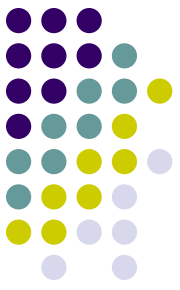
Арт-культура — массовая культура, не лишенная определенного художественного содержания и эстетического выражения. Это наиболее высокий уровень массовой культуры, рассчитанный на самый образованный и требовательный сегмент аудитории.





В последнее время массовая культура все более ориентируется на **мид-культуру** — культуру среднего уровня, в рамках которой экранизируются классические литературные произведения, вводится мода на образцы подлинно художественного творчества, популярную науку, классическую музыку. Поэтому общий уровень современной массовой культуры возрастает. Такой вывод можно сделать, если сравнить произведения, которые были созданы в начале XX в. и в его конце. Можно также заметить тенденцию к этизации этой культуры, что ведет к некоторому подъему ее морального уровня.





Массовая культура - это культура для масс, это сознание не народа, а коммерческой индустрии культуры;

- Она не знает традиций, не имеет национальности, ее вкусы и идеалы меняются в соответствии с потребностями моды.
- Массовая культура обращается к широкой аудитории, апеллирует к упрощенным вкусам, претендуя на то, чтобы быть народным искусством.
- Массовая культура воздействует на массовое сознание, связана со средствами массовой коммуникации, ориентирована на потребительские вкусы и инстинкты, имеет манипулятивный характер.
- Телевидение является самым эффективным средством тиражирования и распространения этой культуры.
- Массовая культура осуществляет стандартизацию духовной деятельности человека.