

Массовая и популярная культура.  
Постиндустриальная цивилизация:  
основные черты и тенденции развития;  
Причины , место и время появления  
массовой культуры; Основные черты  
массовой культуры; Элементы  
массовой культуры; Соотношение  
категорий массовая и популярная  
культура.

# Массовая культура и популярная культура

- *Массовая культура* не выражает изысканных вкусов или духовных поисков народа. Время ее появления – середина XX века, когда средства массовой информации (радио, печать, телевидение) проникли в большинство стран мира и стали доступны представителям всех социальных слоев. Массовая культура может быть интернациональной и национальной. Эстрадная музыка – яркий пример этого: она понятна и доступна всем возрастам, всем слоям населения независимо от уровня образования.
- Массовая культура, как правило, обладает меньшей художественной ценностью, чем элитарная или народная культура. Но у нее самая широкая аудитория и она является авторской. Она удовлетворяет сиюминутные запросы людей, реагирует на любое новое событие и отражает его. Поэтому образцы ее, в частности шлягеры, быстро теряют актуальность, устаревают, выходят из моды. С произведениями элитарной и народной культуры подобного не происходит. Высокая культура обозначает пристрастия и привычки горожан, аристократов, богатых, правящей элиты, а массовая культура – культура низов. Одни и те же виды искусства могут принадлежать высокой и массовой культуре: классическая музыка – высокой, а популярная музыка – массовой, фильмы Феллини – высокой, а боевики – массовой, картины Пикассо – высокой, а лубок – массовой. Однако существуют такие жанры литературы (фантастика, детективы и комиксы), которые всегда относят к популярной или массовой культуре, но никогда к высокой. То же самое происходит с конкретными произведениями искусства.
- Популярная культура в литературе воспринимается как дублер к термину «массовая культура» и потому оба слова пишутся так: массовая/популярная.

- Между двумя видами культуры отмечены и возрастные различия: популярная культура – это система ценностей и образ жизни тех, кому за 50 лет, а массовая культура – удел молодых, так называемых тинейджеров.
- Популярная культура – совокупность форм повседневной деятельности, навыков, привычек, верований и вкусов, присущих большинству населения и доминирующей культуре, и реже – меньшинствам и субкультурам. Для большинства специалистов по массовой и популярной культуре культура есть типичный способ, каким представители данного общества проводят свое нерабочее время, а значит, она эквивалент популярной культуре. К примеру, типичными чертами повседневной жизни американцев сегодня выступают массовые зрелища и шоу, телевидение и хот-доги, а типичными чертами жизни античных греков являлись театральные драмы и политические диспуты. Такое понимание культуры исключает законы, политику, религию, труд, но включает массовую культуру (Голливуд), массовый досуг (спортивные зрелища) и множество субкультур (диско-дансы).
- Слова «popular culture» и «population» – одного корня. Они касаются населения, большинства жителей данной страны либо ее части. Отсюда следует, что популярная культура охватывает нравы, манеры, поведение и образ жизни больших групп населения. Термин «популярный» означает «широко распространенный», «народный», «широкоизвестный». Популяризация обозначает пропаганду чего-либо, превращение малоизвестного в общедоступное и широко известное, одновременно приближенное к пониманию и мышлению простых людей. В тех случаях, когда мы считаем выражения «большинство населения» и «народ» синонимами, то эквивалентными, обозначающими одно и то же, надо считать термины «популярная культура» и «народная культура». Если мы вкладываем в понятие «народ» дополнительно этический, героико-эпический смысл, т. е. нечто большее, чем совокупность ныне проживающих на данной территории людей, то необходимо разводить оба термина, а «народную культуру» связывать главным образом с фольклорной, а не с популярной культурой.
- Популярная культура создается представителями всех классов – рабочего, среднего, высшего. Неправильно думать, будто все представители высшего класса не на публике выражаются только литературным языком, ведут изысканный образ жизни, наслаждаются исключительно изящными искусствами и не слушают ничего, кроме классической музыки. В быту они находятся во власти популярной, или повседневной, культуры, которая присуща также и среднему классу. Неверно было бы думать о представителях низшего класса, скажем, рабочих, как о поголовных грубиянах, чуждых не только возвышенному, но и мало-мальски развитому художественному восприятию реальности.
- Популярная и массовая культура объединяют сегодня все классы. Тем не менее для высшего и среднего класса в массе своей более типично общение с высокой культурой, а для низшего класса характерно как раз ее отторжение. Это означает, что культуре, как и социальной структуре общества, свойственна стратификация.
- Таким образом, массовая культура не выражает изысканных вкусов или духовных поисков народа. Время ее появления – середина XX века, когда средства массовой информации проникли в большинство стран мира и стали доступны представителям всех социальных слоев. Массовая культура может быть интернациональной и национальной. Массовая культура, как правило, обладает меньшей художественной ценностью, чем элитарная или народная культура. Но у нее самая широкая аудитория и она является авторской. Она удовлетворяет сиюминутные запросы людей, реагирует на любое новое событие и отражает его. Поэтому образцы ее быстро теряют актуальность, устаревают, выходят из моды.
- В культурологии еще не сформировалось четких представлений о том, чем в конечном счете различаются массовая и популярная культура. Одни культурологи, в силу сходства двух культур, предлагают отождествлять и рассматривать их как два названия одного феномена. Вторые считают массовую культуру подчиненным видом популярной. Третьи предлагают разводить два явления и считать их самостоятельными разновидностями культуры.

# Постиндустриальная цивилизация

- Крупнейшим водоразделом современной истории можно считать начало перехода от индустриальной к постиндустриальной цивилизации в последней четверти XX в. Для сложившейся в течение XX в. дилеммы капитализм-социализм история выбрала третье решение становление постиндустриального общества.
- Начало перехода к постиндустриальному обществу связано со вторым этапом III-й научно-технической революции, который начался в 70-е годы XX в. С ним связан качественный прорыв в трех сферах микроэлектроники, биотехнологий и информатики. Именно в это время завершился век железа в истории человечества, длившийся около трех тысяч лет. Приоритетными материалами становятся керамика, пластмассы, синтетические смолы, что породило даже понятие синтетическая цивилизация. Бурно развивается порошковая металлургия. Осваиваются принципиально новые технологии. Коренные сдвиги происходят в сфере транспорта и связи. Началась Зеленая революция развитие техносферы обострило экологические проблемы до масштабов глобальных и в то же время открыло качественно новые возможности для их решения.
- Радикальные перемены произошли в формах организации производства. Индустриальных гигантов все более теснят малые и средние предприятия, объединенные в консорциумы, ассоциации и финансово-промышленные группы. Мелкий и средний бизнес во многих странах уже производит более половины валового национального продукта, обеспечивая дополнительные рабочие места, и отличаясь при этом способностью к гибкой реакции на инновации. Уходят в прошлое машинный строй производства, нарастающая концентрация и централизация власти, превращение человека в винтик огромных технических, экономических и социально-политических систем. В то же время становление постиндустриального общества проходит на фоне сложных интеграционных и дезинтеграционных процессов, которые отражают основные тенденции цивилизационного развития на рубеже XX и XXI веков.

# Основные черты и тенденции развития

- Одной из характерных черт развивающейся Постиндустриальной цивилизации является интернационализация экономики. Эта тенденция, зародившаяся еще в эпоху Индустриальной цивилизации, на рубеже веков стала доминирующей. Третья научно-техническая революция вызвала ускорение процесса вовлечения стран в международное разделение труда, обмена продукцией и информацией, что послужило основой для возникновения во второй половине XX в. феномена открытой экономики или интернационализации экономики на основе процессов интеграции. Уже в начале XX в. существовали международные предприятия, которые во второй половине XX в., используя ЭВМ и современные средства связи, стали превращаться в многоотраслевые комплексы. Эти объединения получили название транснациональных и многонациональных корпораций. К концу XX в. они стали главной движущей силой мирохозяйственных связей. Вкладывая капитал и создавая многочисленные филиалы за рубежом, эти корпорации (а ими являются практически все крупнейшие компании развитых стран) формируют разветвленную систему мирового производства. Они не признают национальных границ и за счет оптимального размещения производства в разных странах, с учетом их сравнительных преимуществ (наличие источников сырья, квалифицированной рабочей силы, технического уровня производства и др.), достигают высокой экономической эффективности. Развитие международных предприятий и объединений наряду с небывалым расширением мировых рынков товаров и капиталов, рабочей силы способствовало формированию рынков информации (ноу-хау, патенты, лицензии) и научно-технических услуг (инжиниринг, лизинг).
- Другим проявлением процессов интернационализации на рубеже Индустриальной и Постиндустриальной цивилизаций, получившим особое развитие, является межгосударственная интеграция национальных хозяйств. Наиболее развитой формой такой интеграции является Европейский Союз. Решение о его создании в форме Европейского экономического сообщества (ЕЭС) было принято в **1957** г. Бельгией, Италией, Люксембургом, Нидерландами, Федеративной Республикой Германией и Францией. Позднее в ЕЭС вошли Великобритания, Ирландия, Дания, Греция, Испания, Португалия, Австрия, Финляндия, Швеция. Главной целью объединения являлось создание единого рынка товаров, услуг, рабочей силы стран-участниц путем достижения четырех свобод: свободы передвижения товаров, свободы передвижения капиталов, свободы передвижения услуг, свободы передвижения рабочей силы между странами сообщества. С **1993** г. ЕЭС называется Европейским Союзом (ЕС).

- В конце XX в. на долю Европейского Союза приходилось 1/3 мирового товарооборота и примерно половина мировых валютных резервов. Столь динамичное развитие государств Общего рынка обусловлено во многом опасением европейских стран превратиться в технологическую периферию США и Японии. Государства, вошедшие в ЕС, объединили свои усилия в области научно-технического сотрудничества и внедрения результатов современных разработок в производство. Так, например, в рамках программы Эврика в 80-90 гг. осуществлялось сотрудничество в области микропроцессорных разработок (программа Евробот), систем связи (программа Евроком), биотехнологий (программа Евробио), создания новых материалов (программа Евромат).
- В 90-е годы интеграционные процессы в Европе получили дальнейшее развитие - функционирует Единый внутренний рынок, с 1 ноября **1993** г. вступил в силу Маастрихтский договор 12 стран ЕЭС, в соответствии с которым Европейский Союз должен превратиться в валютный, экономический и политический союз с единой внешней политикой, единым гражданством, единой валютой.
- В 80-е годы тенденции к интеграции отчетливо наметились и среди государств Северной Америки США, Канады, Мексики. В **1990** г. президент США Дж. Буш в ответ на углубление и укрепление западноевропейского альянса выдвинул доктрину, предусматривающую создание режима зоны свободной торговли на территории от Аляска до Огненной Земли. В феврале **1991** г. к Соглашению США и Канады присоединилась Мексика.
- Аналогичные интеграционные процессы с 80-х годов наблюдаются в Азиатско-Тихоокеанском регионе, центром и инициатором которых является Япония. В ноябре **1989** г. возникла Организация экономического сотрудничества азиатско-тихоокеанских государств (АПЕК). Кроме Японии в нее вошли Бруней, Индонезия, Малайзия, Сингапур, Филиппины, Австралия, Гонконг, Китай, Новая Зеландия, всего 11 государств. Целями альянса было создание зоны свободной торговли в течение 15 лет с одновременным развитием интеграции в других сферах.
- Таким образом, интеграция вовлекла в свою орбиту все развитые страны мира и большинство стран со средним уровнем развития. Интеграционные процессы не обошли и сравнительно молодые, развивающиеся государства. К объединению их подталкивала необходимость защиты национальных интересов. Примером могут служить организации стран экспортеров нефти (ОПЕК), железной руды (во главе с Индонезией), меди (Заир, Замбия, Перу, Чили). К сожалению общемировой процесс интеграции слабо выражен на постсоветском пространстве, но и здесь в последние годы усиливаются интеграционные тенденции.

# Причины появления массовой культуры



Массовая культура возникает на основе демократизации общества и культуры и является побочным негативным следствием этой демократизации: вкус человека толпы становится определяющим. Этому способствует и внедрение принципов рынка в культуру: рынок откликается на массовый спрос и делает его господствующим. Повлияло на возникновение массовой культуры также разрушение исторических традиций и национальных культур, рост свободного времени, превращение культуры в отрасль экономики и сведение ее к развлечениям и удовольствиям, стандартное производство и потребление, господство моды и подчинение ей всего стиля жизни. Распространению массовой культуры помогает стремление Запада к культурной колонизации всего современного мира.

# Основные черты массовой культуры

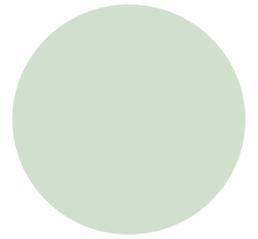
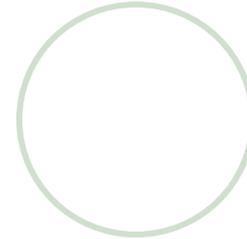
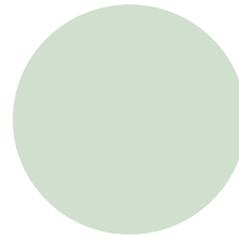
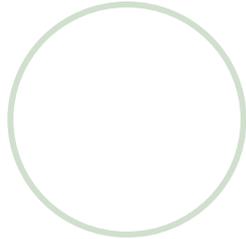
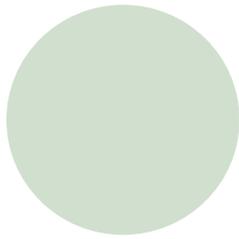
- 1. Возможность конвейерного производства продукции, относящейся к культуре.
- 2. Удовлетворение духовных потребностей большинства населения.
- 3. Возможность привлечения к общественно-культурной жизни многих людей.
- 4. Отражение тех моделей поведения, стереотипов и принципов, которые преобладают в общественном сознании на данный период времени.
- 5. Выполнение политического и социального заказа.
- 6. Инкорпорация в ментальный мир людей определённых образцов и моделей поведения; создание общественных идеалов.

# Элементы массовой культуры

- К элементам, видам и средствам выражения массовой культуры специалисты причисляют очень широкий круг явлений. Так, например, А.Я. Флиер называет следующие: СМИ, школьное и вузовское образование, идеологию и пропаганду, индустрию развлекательного досуга, включая массовые постановочно-зрелищные представления (от спортивно-цирковых до эротических), профессиональный спорт (как зрелище для болельщиков), учреждения организованного развлекательного досуга (клубы, дискотеки, танцплощадки и проч.), индустрию оздоровительного досуга (курорты, физкультура, культуризм и аэробика, спортивный туризм, медицинские, фармацевтические, косметические услуги), индустрию интеллектуального досуга (художественная самодеятельность, коллекционирование, кружки по интересам, научно-просветительские учреждения, интеллектуальные игры и др.), игровые автоматы и компьютерные игры, всевозможные словари, справочники, энциклопедии, каталоги, Интернет, шоу-бизнес, кино и др.

# Соотношение категорий массовая и популярная культура

- Интеграционные процессы конца XX - начала XXI века определили специфику развития гуманитарного знания в Украине и открыли новые перспективы перед современной наукой, в частности в поисках новых парадигмальных основ культурологических исследований. Активный диалог культурологии с философией, историей, эстетикой, этикой, психологией, социологией, антропологией, искусствоведением т.д. способствует процессу взаимообогащения и открывает новые горизонты для научных разработок, которые дают возможность целостно воссоздать реальную картину украинской культуры и ее истории, выделить тенденции, позволяющие выявить самодостаточность и национальное своеобразие культуры.
- Современная социокультурная ситуация в Украине характеризуется интенсификацией влияния массовой и популярной культуры на общественное сознание. Кроме того, трансформационные процессы в постсоветском пространстве приводят к смещению ценностных ориентаций и вызывают необходимость построения, трансляции и стимуляции потребления новых культурных образцов, кодов, стилей жизни. В обществе, переходит в новую фазу исторического развития, роль массовой культуры и круг ее функций существенно изменяется и расширяется, что в значительной степени связано с увеличением числа субъектов исторической деятельности, которые являются носителями ценностей данного типа культуры.
- Анализ научной литературы позволил констатировать наличие значительного научного задела в данной сфере. Массовая культура рассматривается с позиций различных дисциплинарных ракурсов: в исследованиях по философии, политологии, истории, социологии, психологии, а также в культурологии и искусствоведении. В данном ряду можно назвать общетеоретические и философские труды Р. Гвардини, М. Хоркхаймера, Г. Лебона, Г. Миллса, А. Моля, Д. Рисман, Б. Розенберга, Г. Тарда, Л. Уайта, А. Хак-сли, К. Хорни, У. Эко, Ж.Эллюля, К. Ясперса и других.
- Среди современных исследователей, занимающихся проблемой массовой и популярной культуры можно назвать таких украинских и российских авторов, как: К. Акопян, Г. Ашин, А. Вартанова, А. Гофман, А. Гудков, А. Генис, А. Гриценко, Б. Гройс, А. Данилюк, И. Дзюба, Н. Доний, В. Жидков, А. Захаров, Л. Ионин, С. Кагарлицкая, Н. Корниенко, Н. Кузнецов, А. Левченко, Н. Маньковская, Н. Мищенко, Л. Одинокоев, Ю. Рева, И. Савельева, В. Самохвалова, К. Соколов, В. Степаненко, А. Тараненко, И. Федорова, А. Флиер, Э. Шапинська, А. Шейко, Г. Шульга, А. Яковлева и другие.
- Но несмотря на констатацию наличия значительного научного задела в этой сфере, приходится признать, что сегодня остаются открытыми многочисленные вопросы в данной области, существует разрыв между запросами социальной практики и теории. Даже сами термины "массовая культура", "популярная культура", "массовое общество" и другие не получили пока общепринятого и устойчивого социально-философского содержания.

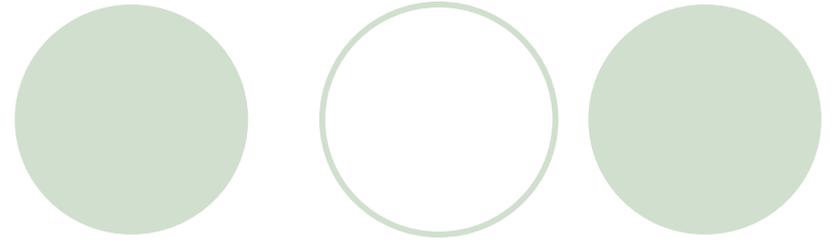
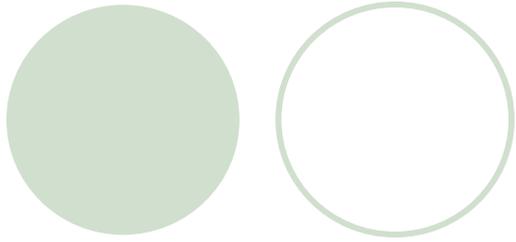


- Сегодня можно констатировать проблему, где в качестве семантически и аксиологическая родственных функционируют такие термины, как "высокое". "Классическое", "элитарное", "гуманное", "рациональное". Они противопоставляются "низком", "популярном", "массовом", "антигуманному", "иррациональном". Иногда данные оппозиции сводятся к противостоянию базовых - "культуры" и "псевдокультуры", "антикультуры" или "не культура". Сам термин "массовая культура" зачастую заменяется на близкий по содержанию "популярная культура", что в большей степени коррелирует с западной исследовательской традицией.
- С целью терминологического уточнения мы попробуем выяснить, являются ли указанные понятия ("массовая культура" / "популярная культура") тождественными или описывают различные по своей природе социальные явления и т.п..

- 
- Прилагательное "массовый" сегодня довольно часто встречается в научной литературе. Исследуются массовая культура, массовое производство и потребление, массовые движения, массовые организации, массовые коммуникации и массовое сознание и т.д.. Массовость стала характерной чертой многих социальных и культурных процессов, она прослеживается в различных сферах социально-экономической и культурной жизни современного общества. Сам термин "массовая культура" был принят научным сообществом только в середине 1940-х годов <sup>1</sup>. Согласно еще позже, как производные, появились и получили широкое распространение термины "коммерческая", "популярная", "тривиальная", "низовой", "рыночная" и т.д..
  - Важно отметить, что принятое в отечественной литературе обозначение "массовая культура" не адекватно всему разнообразию его значений. В огромном массиве литературы, посвященной этому феномену, преобладают две основные точки зрения. С одной стороны, это комплекс социокультурных ценностей, соответствующих уровню потребностей и вкуса массового потребителя, а с другой - это тексты художественной культуры, которые стали доступными массовой аудитории благодаря технологиям массового производства, медиации и т.д..
  - Массовая культура в данном исследовании трактуется как особый способ освоения действительности и адаптации к ней, проявляется в условиях индустриально развитого "массового общества". Данное явление характеризует специфику производства и распространения культурных ценностей в современном обществе. Отличительными особенностями массовой культуры являются такие, как ориентация на предпочтения и потребности "среднего человека", исключительно высокая гибкость, свойство трансформировать артефакты, созданные в рамках других культур, и превращать их в предметы массового потребления, коммерческий характер, использование клише при создании ее артефактов, а также связь со средствами массовой коммуникации как главным каналом распространения и потребления ее ценностей.

- Важно отметить, что сегодня произошло размежевание терминов "популярная музыка" и "поп-музыка". Поп-музыка (pop music) происходит от сокращенного словосочетания "популярная музыка" (popular music). Однако эти наименования имеют разное содержательное наполнение. К популярной музыке относят наиболее известные и наиболее часто выполняемые произведения (в том числе и народные, джазовые, симфонические и др.). К ней можно отнести и творчество Г. Миллера и И. Штрауса (1825-1899) и даже В.А.Моцарта (1756-1791) [7]. То есть, термин "популярная культура" означает свойство культурных феноменов выступать одновременно и в качестве сложных, элитарных, и в качестве распространенных, популярных.
- Британский исследователь Д. Маккуейл, отличая термин "популярное" от наиболее широко применяемого "массовое", указывает на то, что популярная культура - это культура, которая не претендует на массовость, буквально - это культура, которая популярна в различных слоях общества. Кроме того, использование термина "массовая культура" предполагает некоторый снобизм в критике "масс", которые будто не получили достаточного образования или не обладают тонкостью эстетического суждения. Автор наделяет массовую культуру следующими характеристиками: нетрадиционность (отличие от "традиционной" культуры), неэлитарность, массовость производства, популярность, коммерциализованность и гомогенность. На основе этих характеристик мы можем выделить те, которые отличают популярную культуру от массовой - это сравнительная близость к элитарной культуры, гетерогенность и более высокая избирательность производства и потребления.
- Однако с ним не согласен Дж. Холл, утверждая, что, несмотря на некоторую негативность, термин "массовый" охватывает довольно важный аспект современной культуры, а именно - то, что в конце XX века большая часть культуры массово производится, массово распределяется и потребляется на массовой основе. Трансляция культуры через СМИ дает основу для "озабоченности" появлением массового общества. Лишенный своих унизительных коннотаций, термин "массовый" обнаруживает фундаментальный аспект современной культуры, тот, которому культурные исследования вынуждены противостоять
- Подобной точки зрения придерживается и российский культуролог А. Генис. Он называет словосочетание "массовая культура" "бессмысленным" (ведь "культура, как воздух, не может принадлежать массам"), но при этом утверждает, что "низкий характер срока скорее связан со способом производства культуры, чем ее потребление" ].
- Важно отметить, что в научной литературе встречается подход, когда массовая и популярная культуры рассматриваются как функционально и содержательно автономные. В частности, в "Справочнике американской политической культуры" Д. Белла отмечается, что популярная, элитарная и народная культуры - разные, но разница между ними не в качестве. Они представляют три различных типа отношений между творцами и потребителями (аудиторией) По мнению Д. Белла, популярная культура - это культура массового спроса. Произведение становится популярным, если он создан так, чтобы соответствовать жизненному опыту и системе ценностей большинства. Ему предоставлено формы, позволяют большинству людей иметь к нему легкий доступ, а его понимание или трактовка не требует особых знаний или подготовки [10, 29]. Популярной культурой называют ту область культуры, которую принимает и понимает большинство населения в любой историко-культурную эпоху. Эта культура имеет свои эстетические особенности и находится в сложном комплексе взаимодействий с другими пластами культуры (элитарной и народной)
- По определению А. Костиной, "популярная культура - область культуры, которая доступна для понимания представителям всех социальных слоев и групп и которая получила широкое распространение в обществе, в том числе и в молодежной среде. Популярной культуре присуща опора на общепринятое в социальном и эстетическом смысле, она апеллирует к обыденному сознанию, для ее усвоения не требуется специального знания и навыков. Существенной чертой популярной культуры является ее ориентация на сопровождение досуговой деятельности. его основная функция - развлекательная".
- Некоторые исследователи определяют популярную культуру как сравнительно новый пласт культуры в современном обществе. Например, Г. Ашин предлагает определять термином "популярная культура" культурный слой, существующий наряду с массовой и элитарной культурой и занимает между ними промежуточное положение.
- В западных исследованиях, в частности в "эстетике поп?? Лярного искусства "А. Каплана, данный термин, как правило, выступает как взаимодополняющий по отношению к термину "массовая культура", что подтверждает анализ феноменов культуры, где подчеркивается несостоятельность популярного искусства к развитию, его несамостоятельность:" Популярные искусство является дважды вторичным: сначала оно становится академическим, а потом ... популярным "
- Таким образом, проведенное исследование позволяет нам констатировать, что термины "популярная культура" и "массовая культура" хотя и находятся в одном ряду, но не являются синонимами, поскольку означают несколько разные социокультурные явления, имеющие не только общие, но и отличительные черты.

- Важно отметить, что популярная культура исторически предшествует массовой культуре, но продолжает с ней сосуществовать в современном культурном пространстве. От массовой культуры популярную отличает отсутствие ее начальной ориентации на включение последней в коммерческую индустрию и естественная, а не особым образом синтезированная, популярность. Популярная культура находится ближе, чем массовая, к образцам, языку, идеалам народной культуры, более реально отражает мифы и ориентиры народного сознания. От народной культуры ее отличает монофункциональность если народная культура выступает как способ передачи социально значимого опыта, механизмом социализации и регуляции, а также рекреативного механизмом, выполняет обрядовые функции, то популярная культура выступает преимущественно как культура досуга.
- Действительно, популярная культура примыкает к массовой сама, исторически ей предшествует и оформляется вне основного пути развития профессиональной культуры. Ей присуща опора на общепринятое в социальном и эстетическом смысле, она обращается к неподготовленной специальным образом сознания, для ее адекватного постижения становится достаточным уровень не художественных, а только психофизиологических реакций и ассоциаций.
- Но подчеркнем еще раз, популярность, распространенность культурного феномена не говорит о его упрощенности и принадлежности исключительно к сфере массовой культуры. Популярными, т.е. доступными и соответствующими определенному уровню понимания, могут быть явления и высокой, элитарной культуры, и явления культуры народной. Их открытость для восприятия обусловлена наличием в их структуре определенного уровня - как правило, уровня психофизиологического, такого, что апеллирует к эмоциональным реакциям и элементарных ассоциаций, определяются повседневным опытом. Ведь в феноменах массовой культуры этот уровень не только обязательным, но и в большинстве случаев единственным. Именно это обстоятельство и определяет доступность феноменов массовой культуре абсолютному большинству его потребителей. Подобный тип восприятия и отношения к жизни А. Зисль определил как "беллетристический", где творческие усилия коммуниканта и коммуникатора сконцентрированы на "переживании ранее замеченных, ранее воспринятых, но ... таких, что не стали специальным предметом исследования фактов действительности"
- Характерно, что предмет культуры, получает популярность (т.е. широкое распространение в массах), может оставаться при этом элитарным, включая в свою структуру как равные, общедоступные для понимания, так и те, которые воспринимаются только специалистами. Такой популярностью пользуется музыка П. Чайковского, поэзия С.Есенина т.п.. Если говорить об искусстве, то это искусство реалистическое, где популярность (подразумевается естественная распространенность, а не сформирована извне, в частности с помощью средств массовой коммуникации) может быть вызвана интересным сюжетом, подобием реальности, характерностью ситуаций, описываемых, типичностью персонажей, способностью вызывать сочувствие и стремление с ними идентифицировать, в музыке - опорой на актуальный "интонационный фонд" (Б. Асафьев). Популярная культура так же, как и массовая предполагает опору на устоявшееся и общепринятое в социальном и эстетическом смысле, повторение и подтверждение освоенного и усвоенного знания, она также апеллирует к обыденного сознания и для ее усвоению не требуются специальные знания и навыки.



Спасибо за внимание!

Выполнила: студентка 131 гр. Балицкая Е.А