

Тема 8.
Элитарная и массовая
культура

Элитарная культура

Элитарная культура (от франц. elite - лучшее, отборное) - 1) совокупность высших, наилучших достижений, образцов мировой или национальной культуры;

2) культура, творимая представителями духовной и художественной элиты и зачастую носящая эзотерический характер (т.е. ориентированная на восприятие и оценку узким кругом “посвященных”); в настоящее время - антипод “массовой культуры”.

Субъектом элитарной культуры является личность – свободный, творческий человек, способный к осуществлению сознательной деятельности.

Элитарная культура создается профессиональными творцами по заказу привилегированной части общества.

В широком смысле элитарная культура – это обширная часть общенародной (общенациональной) культуры. Пример – рыцарская, дворянская культура.

В узком смысле - элитарная культура как субкультура.

Особенности элитарной культуры

- сложность, специализированность, креативность, новационность;
- наличие ограниченного круга ценностей, признаваемых истинными и «высокими»;
- жесткой системой норм, принимаемых в качестве обязательных и неукоснительных в сообществе «посвященных»;
- индивидуализацией норм, ценностей, оценочных критериев деятельности;
- смысловой и функциональной «закрытостью», «узостью», обособленностью от целого национальной культуры.

Элитарная культура

Включает: изящное искусство, серьезную музыку, высокоинтеллектуальную литературу, «искусство для искусства».

Опережает: уровень восприятия среднеобразованного человека.

Круг потребителей: высокообразованная часть общества.

Разновидности: светское искусство, салонная музыка.

Характерные черты элитарной культуры

- Вера в некие идеалы духовности;
- Нравственность;
- Ответственность за судьбы народа;
- Высокий профессионализм.

Народ – основной источник культуры,
духовная элита – его мозг, душа,
созидающая рука.

Массовая культура

Этапы рождения и эволюции массовой культуры

1. Книгопечатание (Германия, И.Гуттенберг, XV в.)
2. Появление газет и журналов (XVII в.)
3. Формирование массового общества в результате роста городов (XIX в.):
 - 1870 г. принятие в Англии закона об обязательной грамотности;
 - 1895 г. изобретение кинематографа.

Появление массовой культуры обусловлено:

- Промышленной и научно-технической революцией;
- Изобретением телефона, радио, кинематографа;
- Доминированием городской культуры;
- Усилением миграции, ослаблением традиций;
- Формированием феномена «массы», отличного от народа, нации;
- Всеобщей грамотностью;
- Избытком свободного времени;
- Увеличением численности населения.

Массовая культура выступает как особый способ освоения действительности и адаптации к ней, возникшая на той стадии развития, когда формируется массовое индустриальное общество.

Понятие «масса»

Особый тип человека - носителя
“ценностей” маскульта

- “человек массы” (Х.Ортега-и-Гассет);
- “извне-ориентированная личность” (Д. Рисмен);
- “рыночный характер” (Э.Фромм);
- “западоид” (А.А.Зиновьев).

Основные значения термина «массы» по Д. Беллу

1. Массы как недифференцированное множество в противоположность классу или другой относительно однородной группе людей;
2. Массы как синоним невежественности;
3. Массы как механизированное общество;
4. Массы как бюрократизированное общество;
5. Массы как толпа

Признаки массовой культуры

- Ориентация исключительно на коммерческий успех;
- Примитивизация отношений между людьми;
- Развлекательность, забавность, сентиментальность, стремление удовлетворить средний вкус;
- Натуралистическое смакование насилия и секса;
- Культ успеха сильной личности и жажда обладания вещами.

Особенности массовой культуры

- Демонстративная демократичность, ориентация на человека «массы»;
- Высокая гибкость;
- Коммерческий характер;
- Способность трансформировать артефакты, созданные в рамках других культур и превращать их в предметы массового потребления;
- Неспособность к производству креативного сознания.

Функции массовой культуры

- Адаптационная;
- Развлекательная;
- Коммерческая;
- Формирование установки на потребительство (консюмеризм);
- Компенсаторная;
- Нормативно-регулятивная;
- Рекреативная.

Основные виды массовой культуры:

Комиксы, рекламные, иллюстрированные журналы, видеозаписи, видеоклипы, бестселлеры в литературе, «звезды» в кино и музыке.

Основные жанры в массовой культуре:

Детектив, мелодрама, порнография, мюзикл, триллер, мистика.

Подходы к оценке массовой культуры

1. Массовая культура – что-то вроде социальной патологии или «культура до пояса» (Н.Бердяев, Э.Фромм, О.Шпенглер, Х. Ортег-и-Гассет)
2. Массовая культура показатель здоровья и стабильности общества, закономерное следствие НТП. Она способствует сплочению людей, особенно молодежи, независимо от идеологических, национальных различий. Позволяет за счет тиражирования лучшие образцы искусства делать достоянием всех (Л. Уайт, Т. Парсонс)

Массовая культура

(позитивное)

- Характерен широкий спектр жанров, стилей, направлений, удовлетворяющих требования широких слоев общества;
- Снимает эмоциональное напряжение, помогает «расслабиться»;
- Внушает зрителю мысль, что данное искусство доступно всем для понимания и как вид деятельности;
- Характерны внешне красивые, броские, яркие зрелища.

Массовая культура

(негативное)

- Сильно зависит от экономической и идеологической политики людей, которые не являются профессиональными ценителями искусства;
- Мало произведений, заставляющих задуматься о себе, о смысле жизни, о нравственных ценностях;
- Низкий профессиональный уровень произведений;
- Является силой, формирующей убеждения, мировоззрения людей.

Массовая культура

1) в широком смысле - сумма социокультурных феноменов , получивших широкое распространение в данном обществе и играющих решающую роль в культурном воспроизводстве, а также совокупность информационных воздействий, порождающих массообразующий эффект; 2) в узком значении - господствующий тип культуры эпохи развитого индустриального и становления постиндустриального обществ (2 пол. XIX - XX в.), развертывающийся на фоне процессов всесторонней массовизации общества и личности; 3) антипод элитарной культуры, культура, базирующаяся на низких, вульгарных этических и эстетических стандартах .

Глэм-культура

Главным субъектом-распространителем глэм-культуры выступает группа так называемых селебритис (celebrities), то есть медийных знаменитостей.

Благодаря глэм-культуре активно развиваются и получают сверхприбыль целые отрасли креативной индустрии (модельный бизнес, шоу-бизнес, арт-маркетинг, спа-индустрия, пластическая хирургия, гурман-сервис, VIP-туризм и др.).

Основные черты образа жизни, соответствующего глэм-культуре

- Нарциссизм;
- Гедонизм;
- Шоу-шик;
- Холодная ирония в стиле cool;
- Эротизм;
- Имиджевый интеллектуализм;
- Дефицит подлинности.

Дискурс глэм-культуры строится на таких базовых концептуальных формулах, как **«бери от жизни все»**, **«живи играючи»**, **«не бери ничего в голову»**, **«не грузи ближнего своего»**, **«я этого достойна»**, **«стань звездой»**, **«равнение на звезд»**, **«жить хорошо, а хорошо жить еще лучше»**, **«бренд всему голова»**, **«имидж – все»**, **«шагай в ногу с модой»**.