



НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ  
УНИВЕРСИТЕТ

# Тема 1. Массовая культура и система знаков

Кимерлинг Анна Семеновна

Кандидат исторических наук, доцент НИУ ВШЭ - Пермь



НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ  
УНИВЕРСИТЕТ

# Строение культуры

- Ценности
- Нормы
- Модели поведения:
- Стиль
- Ритуал / Канон
- Символы

# Массовая культура

- социальный феномен XX века
- особый тип производства и потребления культурных ценностей
- характерный для массового общества
- Демократизация: широкое приобщение индивидов к культурным ценностям
- Модернизация: Индустриализация, урбанизация, рынок
- Массовизация: участие в жизни общества
- массовое производство - массовое потребление
- НТР, СМИ - усложнение
- новые способы хранения и трансляции информации - широкое тиражирование продуктов культуры

# Де Токвиль:

- «Когда только богатые люди имели часы, почти все они были великолепной работы. Сейчас подавляющее большинство часов сделано посредственно, зато все на свете их имеют. Таким образом, демократия не только устремляет человеческое сознание к полезным видам искусства и ремесел, но и побуждает мастеров очень быстро изготавливать множество несовершенных вещей, а потребителей – удовлетворяться качеством этой продукции».

# Специфика массовой

## культуры

- Рассчет на «усредненный» уровень развития
- Стереотипы
- Воздействует на базовые чувства людей
- Опора на коллективное бессознательное, архетипы.
- пассивное, некритическое восприятие культурных ценностей, мифы
- Динамизмом
- Превращения уникальных ценностей других культур в предметы массового потребления
- Серийность, конвейерность культурной индустрии
- Коммерция. Формирования потребительской идеологии и потребительского сознания

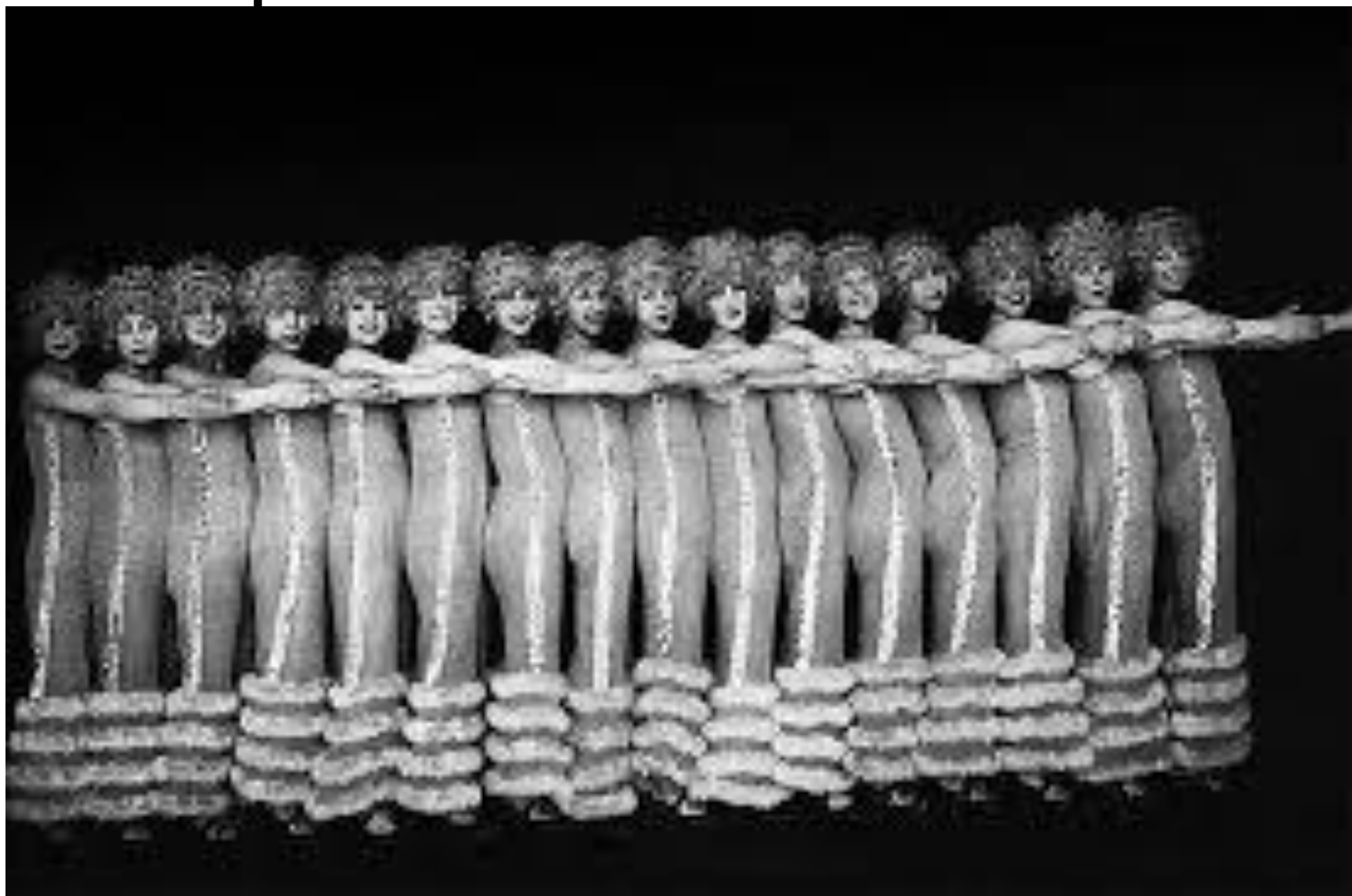
# Функции массовой культуры в обществе

- Адаптивная функция
- Функция манипуляции.
- Массовая культура задает иерархию ценностей
- Нормативная (регулятивная) функция.
- Развлекательно-гедонистическая функция.
- Релаксационно-компенсаторная функция.
- Мифологизирует сознание
- Коммуникативная функция
- Знаково-символическая функция

# Критика масс 30-е гг.

- Ортега-и-Госсет: «Солистов больше нет – один хор».
- Кракауэр Э. «рациональность орнамента – всего лишь иллюзия... То, из чего они составлены, это строительный материал, не более»
- Лебон Г. «В коллективной душе интеллектуальные способности индивидов исчезают; разнородное утопает в однородном, и берут верх бессознательные качества»

# Орнамент массы. 1922г.





# Фото рабочего коллектива





НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ  
УНИВЕРСИТЕТ

# Общество потребления

- **Жан Бодрийяр «Общество потребления. Его мифы и структуры»**
- Отличие: «масс-медиа становятся привилегированными объектами потребления..., когда рекламное послание впитывается с наслаждением и в первую очередь»
- само потребление потреблено в форме мифа
- очевидность излишка, магическое и окончательное уничтожение нужды

# Бодрийяр Ж.

- «Мы переживаем время вещей: ... мы живём в их ритме и в соответствии с их непрерывной последовательностью. Сегодня мы видим, как они рождаются, совершенствуются и умирают, тогда как во всех предшествующих цивилизациях именно вещи, инструменты или долговечные Монументы жили дольше, чем поколения людей».

- Сегодня мало предметов предлагается в *одиночку*, без контекста говорящих о них других предметов
- Порядок. Соблазнить покупателя.
- Синтез изобилия и подсчёта — это дрогстор (Дрогстор — ТЦ, включающий кроме магазинов -бар, кафе, бассейн и тд.)



- Образ как определенный визуальный факт
- Образ является знаком или системой знаков, за которыми скрываются культурные значения.
- Язык – знак – образ





---

Типология знаков Ч. Пирса:  
знаки-иконы  
знаки-указатели – природные,  
общественные, экономические,  
культурные.  
знаки-символы

Какой тип по типологии знаков Ч. Пирса?  
Знак – «дом», «богатый особняк»







особняк в Мумбаи (Индия) стоимостью в 1 миллиард долларов



# Семинар: Отражение современной культуры в медиа пространстве

- . Социальные сети:
- знаки успешности,
- демонстративные модели поведения,
- информация для работодателя.

# Что такое успех? Знаки успеха

- Успех есть то, что оценивается человеком как субъективно значимое, проблематичное (т. е. не дающееся само по себе, без осмысленных усилий) достижение.
- индивидуальных успехов может быть множество, они не сравнимы друг с другом: богатство, рождение ребенка, карьера, профессиональные достижения, слава.