

КУЛЬТУРНАЯ АССИМИЛЯЦИЯ И ФОРМИРОВАНИЕ ЦЕННОСТЕЙ, ПОТРЕБЛЕНИЕ ПРЕДМЕТОВ ИСКУССТВА И КУЛЬТУРЫ

ПРЕЗЕНТАЦИЯ К СЕМИНАРСКОМУ ЗАНЯТИЮ №3,4 ПО ДИСЦИПЛИНЕ
«ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СОЦИОЛОГИЯ И СОЦИОЛОГИЯ ТРУДА»

ПОДГОТОВИЛИ СТУДЕНТКИ ГРУППЫ СОЦ-4-2
АНДРОНАТИЙ В. И МУРТАЗИНА А.

Культурная ассимиляция - полное или частичное поглощение культуры одного, обычно менее цивилизованного и более «слабого» народа другой, иноземной культурой, чаще всего путём завоевания, последующих смешанных браков и целенаправленного «растворения» поработанного этноса в этносе поработителя.





Культурные ценности - это уникальный набор элементов социального опыта совместного существования и деятельности каждого конкретного исторического сообщества людей; это социальные формы коллективного бытия людей, воплощенные в системе культурных норм, образцов, нравов, обычаев и т. п.

миропонимание

мировоззрение



Культура



истина

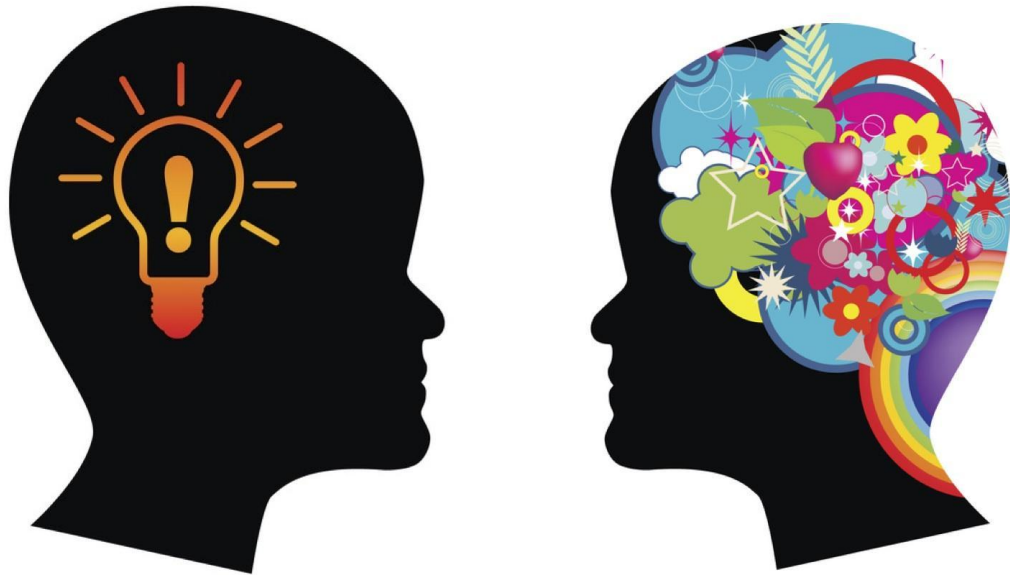
добро

красота



Культурная аутентичность

Одна из важнейших функций культуры — моделирование реальности и моделирование будущего.



IQ vs. EQ

Автор того или иного произведения, закладывает в продукт своего труда информацию, которую зритель считывает на разных уровнях — интеллектуальном, эмоциональном.

Потребительная ценность культуры и предметов искусства складывается из функций:



Познавательная



Нравственно-воспитательная



Рекреативная



Релаксационная

Функция произведения искусства – средство создания и поддержания престижа.

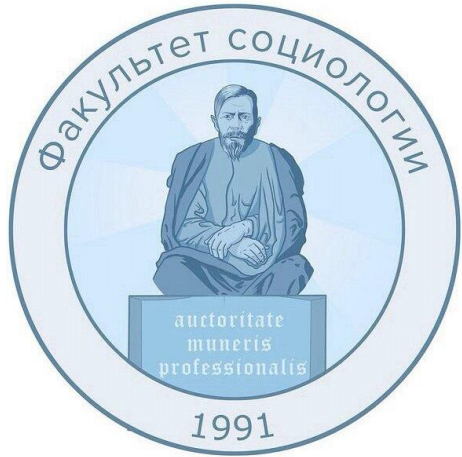


Выводы

- Произведения искусства служат не только индивидуальному потребителю. Каждая единица продукции является гетерогенным товаром.

Источники

1. Флиер А.Я., Полетаева М.А. Тезаурус основных понятий культурологи: Учебное пособие. - М.: МГУКИ, 2008, с. 132-133.
2. Ионин Л. Г. Социология культуры. М., 1996.
3. Шапинская Е.Н. Очерки популярной культуры. М.: Академический проект, 2008. С. 31.
4. Лазинин И.В. Потребление как феномен культуры: современная специфика // Вестник Ставропольского государственного университета. Философские науки. 2011. № 76.



**СПАСИБО ЗА
ВНИМАНИЕ!**