ЧЕЛОВЕК И ОБЩЕСТВО

Тема 10

Понятие культуры.

Формы и разновидности культуры

ПЛАН УРОКА

1. Основные подходы к пониманию культуры как явления общественной жизни.
2. Понятие «культура» в узком и широком смысле.
3. Основные функции культуры.
4. Типология культуры.
5. Основные формы и разновидности культуры.
6. Контркультура и субкультура.
7. Влияние массовой культуры на духовную жизнь общества.

Основные подходы к пониманию культуры как явления общественной жизни

- **Деятельностный**
- Культура – осуществляемая в сферах материальной и духовной жизни общества творческая деятельность

- **Ценностный**
- Культура – практическая реализация общечеловеческих ценностей в делах и отношениях людей

- **Технологический**
- Культура – совокупность всех достижений в развитии м
духовной жизни общества

КУЛЬТУРА

В широком смысле слова

Исторически обусловленный динамический комплекс постоянно обновляющихся во всех сферах общественной жизни форм, принципов, способов и результатов активной творческой деятельности людей.

В узком смысле слова

Процесс активной творческой деятельности, в ходе которой создаются, распределяются и потребляются духовные ценности.

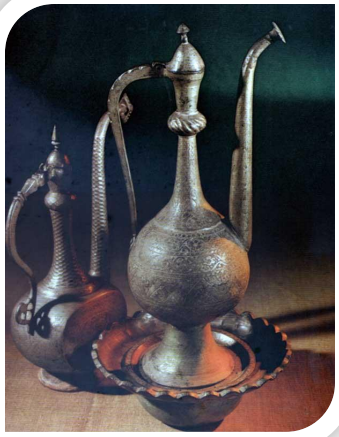
КУЛЬТУРА

Материальная культура

Связана с производством и освоением предметов и явлений материального мира, с изменением физической природы человека: материально-технические средства труда, коммуникация, культурно-бытовые сооружения, производственный опыт, умения, навыки людей и др.

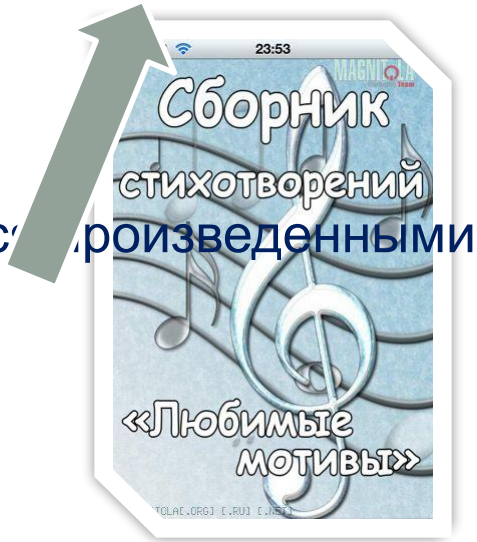
Духовная культура

Совокупность духовных ценностей и творческой деятельности по их производству, освоению и применению: наука, религия, мораль, политика, право и др.



общества и человека
ые и духовные), которые удовлетворяются произведенными

деления



Основные функции культуры

Наименование функции	*Ее содержание*
Познавательная	Формирование целостного представления о народе, стране, эпохе.
Оценочная	Осуществление дифференциации ценностей, обогащение традиций.
Регулятивная (нормативная)	Формирование системы норм и требований общества ко всем индивидам во все областях жизни и деятельности (нормы морали, права, поведения).
Информативная	Осуществление передачи и обмена знаниями, ценностями и опытом предшествующих поколений.
Коммуникативная	Сохранение, передача и тиражирование культурных ценностей: развитие и совершенствование личности через общение.
Социализации	Усвоение индивидом системы знаний, норм, ценностей, приучение к социальным ролям, нормативному поведению, стремление к самосовершенствованию.

Типология культуры

Основа классификации	Типы культуры
Связь с религией	Культуры религиозные и светские.
Региональная принадлежность	Восточная и западная, средиземноморская, латиноамериканская.
Религиозно-этническая особенность	Русская. Французская и т.д.
Принадлежность к историческому типу общества	Культуры традиционного, индустриального и постиндустриального общества.
Хозяйственный уклад	Культура охотников и собирателей, земледельцев, скотоводов, индустриальная культура.
Сфера жизни общества или вид деятельности	Культура производства, экономическая, политическая, педагогическая, экологическая, художественная и пр. культуры.
Связь с территорией	Сельская и городская культуры.
Специализация	Обыденная и специализированная культуры.
Уровень мастерства и вид аудитории	Высокая, или элитарная, народная, массовая культуры.

Основные формы культуры

Элитарная

- Создается привилегированной частью общества, либо по ее заказу профессиональными творцами

Народная

- Создается анонимными творцами, не имеющими профессиональной подготовки (мифы, легенды, эпосы, сказки, песни, танцы)
- Понятие, используемое для характеристики современного

Массовая

- культурного производства и потребления (концертная и эстрадная музыка, китч без различия классов, наций, уровня материального

Разновидности культуры

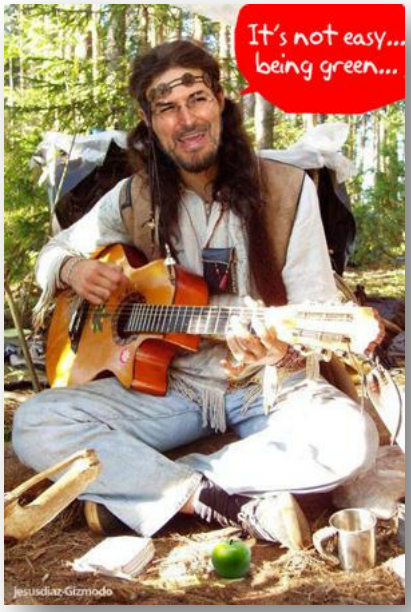
Субкультура

Часть общей культуры, система ценностей, присущих определенной группе
(- половозрастные: женские, детские, молодежные и др.;
- профессиональные: научное сообщество, современный бизнес и др.;
- досуговые (по предпочитаемым занятиям в свободное время);

- ***религиозные;***
- ***- этнические;***
- ***- криминальная***)

Контркультура

Оппозиция и альтернатива по отношению к господствующей в обществе культуре (битники, хиппи, панки, левые радикалы, андеграунд и др.)



Критерием наличия и сформированности субкультуры является совокупность всех ее параметров.

Составляющие и признаки субкультуры:

- Знание (картина мира в узком смысле).
- Ценности.
- Навыки, умения, способы осуществления, методы.
- Потребности и склонности.
- Социальные институты как системы норм.
- Стиль и образ жизни.
- Социальные роли и статусы.

Молодежная субкультура часто рассматривается как девиантная (отклоняющаяся), выражающая некую степень оппозиции господствующей культуре. Она развивается чаще всего на основе своеобразных стилей в одежде и музыке и связана с развитием общества потребления, создающего все новые рынки продукции, нацеленной прежде всего на молодежь.

Молодежная культура – это культура демонстративного потребления.

Влияние массовой культуры на духовную жизнь общества

Позитивные

- Утверждает простые и понятные представления о мире людей, о взаимоотношениях между ними, об образе жизни, что позволяет многим людям лучше ориентироваться в современном, быстроменяющемся мире.
- Ее произведения не выступают средством авторского самовыражения, а непосредственно обращены к читателю, слушателю, зрителю, учитывают его запросы.
- Отличается демократичностью (ее «продуктами» пользуются представители разных социальных групп), что соответствует нашему времени.
- Отвечает запросам, потребностям многих людей, в том числе и потребности в интенсивном отдыхе, психологической разрядке.
- Имеет свои вершины – литературные, музыкальные, кинематографические произведения, которые уже по сути могут быть отнесены к «высокому» искусству.

Негативные

- Снижает общую планку духовной культуры общества, поскольку потакает невзыскательным вкусам «массового человека»
- Ведет к стандартизации и унификации не только образа жизни, но и образа мыслей миллионов людей.
- Рассчитана на пассивное потребление, так как не стимулирует никаких творческих импульсов в духовной сфере.
- Насаждает мифы в сознании людей («миф Золушки», «миф простого парня» и т.д.).
- Формирует у людей через массированную рекламу искусственные потребности.
- Используя современные МСИ, подменяет для многих людей реальную жизнь, навязывая определенные представления и предпочтения.