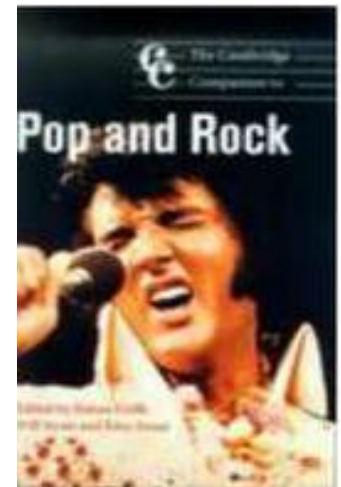


Массовая культура



Сущность массовой культуры

Термином **«МАССОВАЯ КУЛЬТУРА»** называют различные культурные продукты и системы их распространения и создания. Это *комиксы, поп-музыка, триллеры, блокбастеры*. Кроме этого сюда относятся образцы повседневного поведения, внешнего вида и т.д. Все это приходит через СМИ, рекламу, моду



ЧЕЛОВЕК МАССЫ- ГЛАВНЫЙ ПОТРЕБИТЕЛЬ МАССОВОЙ КУЛЬТУРЫ.

Философы начала 20 века наделяли его отрицательными характеристиками - «человек без лица», «человек как все»



Основные черты: рост
жизненных запросов и
неблагодарность
к тем, кто её
удовлетворяет-
посредственности,
варвары.

ЧЕЛОВЕК МАССЫ- ГЛАВНЫЙ ПОТРЕБИТЕЛЬ МАССОВОЙ КУЛЬТУРЫ.



Именно с появлением массового потребителя философы связывают кризис европейской культуры и политической власти.

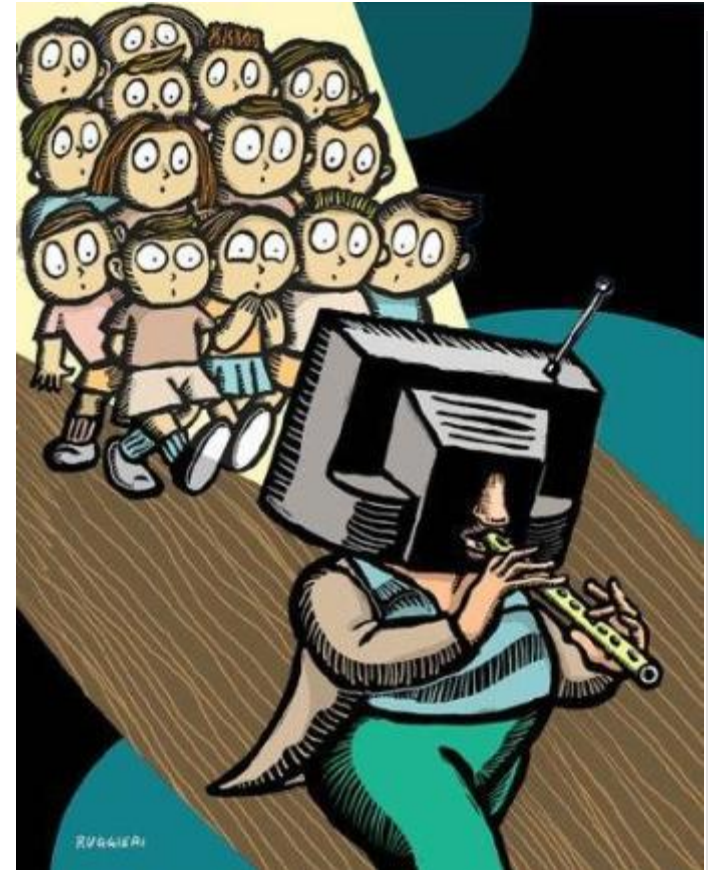
В середине 20 века «массового человека» стали соотносить с благонамеренным средним классом. Их стандарты, привычки, запросы стали считаться нормой.

Массовая аудитория

Огромную роль играют внушение, психическое заражение, подражание.

Поэтому *массовая аудитория*

легко поддается общественным настроениям, социальному оптимизму и социальной апатии, слухам и панике, модным общественным поветриям.



Массовая аудитория – это множество людей, так или иначе объединенных единством получаемой информации.

Особенности массовой культуры

1. ОБЩЕДОСТУПНОСТЬ

Монотонная, изнуряющая работа на промышленном предприятии усиливали потребность в интенсивном отдыхе, быстром восстановлении психологического равновесия, энергии после трудового дня. Для этого человек искал на книжных прилавках, в кинозалах, в средствах массовой информации прежде всего легкие для восприятия, развлекательные представления, фильмы, публикации

Простоту произведений массовой культуры нельзя однозначно связывать с их низким уровнем.

Понятие «массовая культура» не равнозначно понятию «плохая культура»



Особенности массовой культуры

2. Занимательность

Занимательность обеспечивается обращением к таким сторонам жизни и эмоциям, которые вызывают неизменный интерес и понятны большинству людей: любовь, семейные проблемы, приключения, насилие, ужасы. В детективах, «шпионских рассказах» события сменяют друг друга с огромной быстротой



Особенности массовой культуры

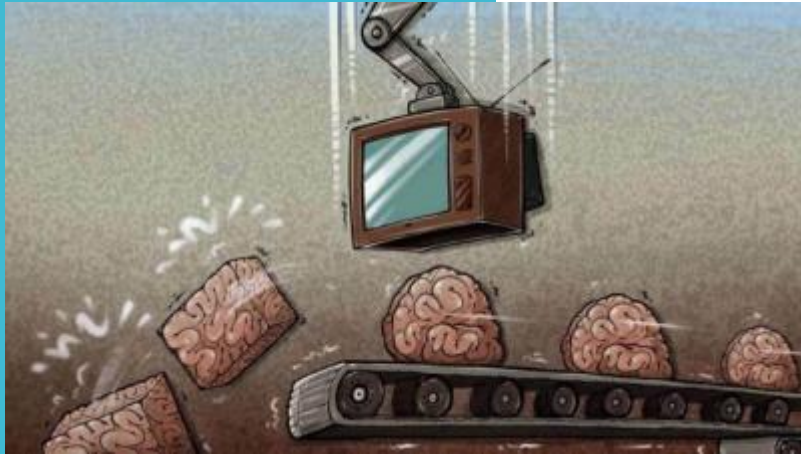
3. Серийность

Эта черта проявляется в том, что продукты массовой культуры выпускаются в очень больших количествах, рассчитанных на потребление действительно массой людей

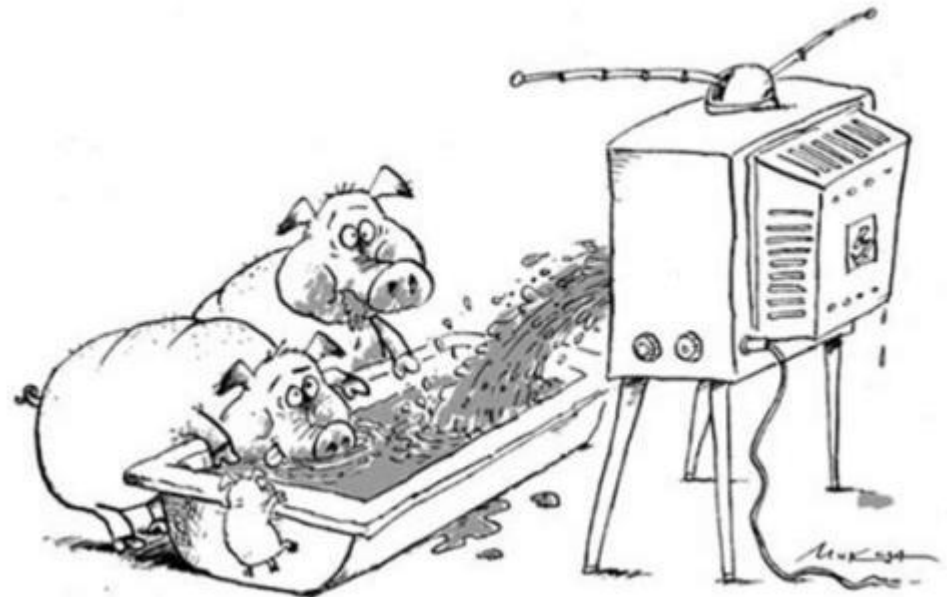


Особенности массовой культуры

4. Пассивность восприятия



Произведения не требовали от читателя, слушателя, зрителя интеллектуальных или эмоциональных усилий



В современной культурологии выделяют три основные уровня массовой культуры:



кич-
культура



мид-
культура



арт-культура



Кич (Китч) ку

Один из признаков: низкопробность, доходящая до вульгарности.
По мнению некоторых исследователей, слово «кич» произошло от немецкого слова *КИзоН*, в музыкальном жаргоне и в переводе означавшего «халтура»





Кич (Китч) ку

Это не только примитивизация, отход от этических, эстетических и других ценностей. Кич-культура предлагает продукт, не требующий ни размышлений, ни исканий. Кроме того, экспансия этой разновидности массовой культуры связана с предельно упрощённой подачей проблем, встающих перед человеком, опорой на стереотипы.





Кич (Китч) ку

Главное в киче -это зрелищность, привлекающая не слишком образованного обывателя, чья жизнь протекает скучно и однообразно



Мид-культура

-это культура «средней руки», иногда её ещё называют посредственной культурой. Она не приносит особого вреда человеку, её потребляющему, но и не зовёт «в даль светлую»;





Арт-культура

приближающаяся к высокой культуре, не лишённая художественного содержания, эстетического вкуса. Этот уровень рассчитан на людей с достаточно высоким образованием, чурающихся абсолютного примитива.

Сферы проявления массовой культуры:

- **ИНДУСТРИЯ ДЕТСТВА** — производство товаров и игрушек для детей, детские клубы и лагеря, коллективное воспитание детей;
- **МАССОВАЯ ОБЩЕОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ШКОЛА**, которая приобщает детей к основам научных знаний, формирует картину мира, основанную на ценностных ориентациях данного общества, а также одинаковые стереотипы;



Сферы проявления массовой культуры:

- **ИНДУСТРИЯ РАЗВЛЕКАТЕЛЬНОГО ДОСУГА**, в частности массовую художественную культуру (все виды литературы и искусства), развлекательные представления, профессиональный спорт как зрелище, клубы, дискотеки и т.д., что способствует психической разрядке;
- **РЕКЛАМА, МОДА**, которые формируют в общественном сознании стандарты престижного образа жизни, стимулируют и управляют потребительским спросом на вещи, услуги, идеи;



Сферы проявления массовой культуры:

- **ИГРОВЫЕ КОМПЛЕКСЫ**, развивающие быстроту реакции, приучая человека к современному темпу и ритму жизни;
- **СЛОВАРИ, СПРАВОЧНИКИ, ЭНЦИКЛОПЕДИИ, ЭЛЕКТРОННЫЕ БАНКИ ИНФОРМАЦИИ, БИБЛИОТЕКИ**, рассчитанные на массового потребителя и популяризирующие современные знания.



Таким образом, массовая культура представляет собой новую форму культурной компетентности современного человека, новые механизмы социализации, новую систему управления и манипулирования его сознанием, интересами и потребностями.

Это — способ существования современной культуры.

