**ЧЕЛЯБИНСКИЙ ФИЛИАЛ АКАДЕМИИ ПРАВА И УПРАВЛЕНИЯ**

**КОНТРОЛЬНАЯ РАБОТА**

по Социологии

на тему:

**«Проблемы современной массовой культуры»**

Вариант №

Выполнил:.

Студент

Проверил:

г. Челябинск

 2010 г.

**Содержание**

Введение \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

1. История возникновения \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_
2. Понятие современной массовой культуры, ее основные направления и проблемы \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Заключение \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Список использованной литературы \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Введение

Интерес к явлению массовой культуры возник довольно давно и на сегодняшний день существует немало исследований, теорий и концепций «массовой культуры». Авторы большинства из них склонны рассматривать ее как особый социальный феномен, имеющий свое возникновение, специфику и тенденции развития.

Человечество вступило в XXI век. Процессы всеобщей глобализации, американизации охватили все жизненное пространство современного российского общества и оказывают негативное влияние на формирование социокультурного бытия нашей страны. Данный период времени характеризуется омассовлением всех сфер жизни общества. В условиях технологизации можно говорить о массовом производстве и потреблении, массовых движениях и организациях, массовой коммуникации и соответственно массовой культуре, которая является одним из самых ярких проявлений сегодняшнего дня.

Данная тематика нашла свое отражение в работах следующих авторов: Х. Ортега-и-Гассета, Г. Маркузе, Д. Макдональда, Д. Белла, С. Лемма, М. Шелера, О. Шпенглера, К. Ясперса – разработка вопросов, посвященных проблемам массового общества и массовой культуры

**История возникновения массовой культуры**

Существуют довольно противоречивые точки зрения по вопросу о времени возникновения «массовой культуры». Некоторые считают ее извечным побочным продуктом культуры и поэтому обнаруживают ее уже в античную эпоху. Гораздо больше оснований имеют попытки связать возникновение «массовой культуры» с научно-технической революцией, породившей новые способы производства, распространения и потребления культуры. Буржуазная «массовая культура впервые сформировалась в США. С одной стороны это демократизировало сферу культуры, с другой стороны, способствовало проникновению в эту сферу коммерческих, политических интересов, погони за прибылью.

Когда же и как появилась массовая культура?

Приведем в качестве примера, наиболее часто встречающиеся в научной литературе:

1. Предпосылки массовой культуры формируются с момента рождения человечества, и уж, во всяком случае, на заре христианской цивилизации. В качестве примера обычно приводятся упрощенные варианты Священных книг (например, «Библия для нищих»), рассчитанные на массовую аудиторию.

2. Истоки массовой культуры связаны с появлением в Европейской литературе XVII-XVIII веков приключенческого, детективного, авантюрного романа, значительно расширившего аудиторию читателей за счет огромных тиражей. Здесь, как правило, приводят в качестве примера творчество двух писателей: англичанина Даниэля Дефо (1660-1731) - автора широко известного романа «Робинзон Крузо» и еще 481 жизнеописания людей так называемых рискованных профессий: следователей, военных, воров, проституток и т. д. и нашего соотечественника Матвея Комарова (1730-1812) - создателя нашумевшего бестселлера XVIII-XIX веков «Повести о приключениях английского милорда Георга» и других не менее популярных книг. Книги обоих авторов написаны блестящим, простым и ясным языком.

3. Большое влияние на развитие массовой культуры оказал и принятый в 1870 году в Великобритании закон об обязательной всеобщей грамотности, позволивший многим освоить главный вид художественного творчества XIX века - роман.

И все-таки все выше изложенное - это предыстория массовой культуры. А в собственном смысле массовая культура проявила себя впервые в США на рубеже XIX-XX веков. Известный американский политолог Збигнев Бжезинский любил повторять фразу, которая стала со временем расхожей: «Если Рим дал миру право, Англия - парламентскую деятельность, Франция - культуру и республиканский национализм, то современные США дали миру научно-техническую революцию и массовую культуру».

Феномен появления массовой культуры представляется следующим образом. **Для рубежа XIX-XX веков стала характерной всеобъемлющая массовизация жизни.**

Она затронула все ее сферы: экономику и политику, управление и общение людей.

Активная роль людских масс в различных социальных сферах была проанализирована в ряде философских сочинений XX века.

**2. Понятие современной массовой культуры, ее основные направления и проблемы**

*Массовая культура* (англ. mass culture), в философии, социологии понятие, обобщённо выражающее состояние буржуазной культуры с середины 20 века.

Массовая культура, поп-культура, масскультура – [культура](http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9A%D1%83%D0%BB%D1%8C%D1%82%D1%83%D1%80%D0%B0), популярная и преобладающая среди широкого слоя населения в данном [обществе](http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9E%D0%B1%D1%89%D0%B5%D1%81%D1%82%D0%B2%D0%BE). Она может включать в себя такие явления, как [быт](http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%91%D1%8B%D1%82), развлечения (спорт, [поп-музыка](http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9F%D0%BE%D0%BF-%D0%BC%D1%83%D0%B7%D1%8B%D0%BA%D0%B0)), [средства массовой информации](http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A1%D1%80%D0%B5%D0%B4%D1%81%D1%82%D0%B2%D0%B0_%D0%BC%D0%B0%D1%81%D1%81%D0%BE%D0%B2%D0%BE%D0%B9_%D0%B8%D0%BD%D1%84%D0%BE%D1%80%D0%BC%D0%B0%D1%86%D0%B8%D0%B8), и т. п. Содержание массовой культуры обусловлено ежедневными происшествиями и событиями, стремлениями и потребностями, составляющими жизнь большинства населения (т. н. [мэйнстрима](http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9C%D1%8D%D0%B9%D0%BD%D1%81%D1%82%D1%80%D0%B8%D0%BC)). Массовая культура рассчитана на потребление большими массами населения, что предполагает стандартизированность формы и содержания, а также на коммерческий успех.

Массовая культура обращается к широкой аудитории, апеллирует к упрощенным вкусам, претендует на то, чтобы быть народным искусством.

Традиционная культура представлена [сказками](http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A1%D0%BA%D0%B0%D0%B7%D0%BA%D0%B0), [преданиями](http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9F%D1%80%D0%B5%D0%B4%D0%B0%D0%BD%D0%B8%D0%B5), образами [героев](http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%93%D0%B5%D1%80%D0%BE%D0%B9) и другими явлениями, в которых переплетается [память](http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9F%D0%B0%D0%BC%D1%8F%D1%82%D1%8C) о значительных событиях в жизни больших групп людей (в том числе целых [этносов](http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%AD%D1%82%D0%BD%D0%BE%D1%81)) и [вымысел](http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%92%D1%8B%D0%BC%D1%8B%D1%81%D0%B5%D0%BB). Чаще всего, образцы народной культуры отражают житейскую мудрость, которая дополняется конкретно-историческими обстоятельствами, закрепляющимися и передающимися из поколения в поколение [рассказами](http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A0%D0%B0%D1%81%D1%81%D0%BA%D0%B0%D0%B7). В большинстве случаев в них отражаются не реально имевшие место в действительности события, а социальные отношения между людьми, дополненные фантазией рассказчиков, их представлениями о [добре](http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%94%D0%BE%D0%B1%D1%80%D0%BE) и [зле](http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%97%D0%BB%D0%BE), идеальном обществе. В современном обществе представления о народной культуре испытывают существенное влияние работы ученых-исследователей [XIX века](http://ru.wikipedia.org/wiki/XIX_%D0%B2%D0%B5%D0%BA), которые в рамках парадигм [романтизма](http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A0%D0%BE%D0%BC%D0%B0%D0%BD%D1%82%D0%B8%D0%B7%D0%BC) и [позитивизма](http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9F%D0%BE%D0%B7%D0%B8%D1%82%D0%B8%D0%B2%D0%B8%D0%B7%D0%BC) занимались сбором и публикацией образцов традиционной культуры. При этом уже в эпоху [средневековья](http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A1%D1%80%D0%B5%D0%B4%D0%BD%D0%B5%D0%B2%D0%B5%D0%BA%D0%BE%D0%B2%D1%8C%D0%B5) появляются произведения, являющие собой отдельное явление по отношению к народной культуре, в котором важную роль играют абстрактные понятия – [честь](http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A7%D0%B5%D1%81%D1%82%D1%8C), [доблесть](http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%94%D0%BE%D0%B1%D0%BB%D0%B5%D1%81%D1%82%D1%8C), [верность](http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%92%D0%B5%D1%80%D0%BD%D0%BE%D1%81%D1%82%D1%8C), представленные в европейской традиции [рыцарскими романами](http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A0%D1%8B%D1%86%D0%B0%D1%80%D1%81%D0%BA%D0%B8%D0%B9_%D1%80%D0%BE%D0%BC%D0%B0%D0%BD) – культура [феодальной](http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A4%D0%B5%D0%BE%D0%B4%D0%B0%D0%BB%D0%B8%D0%B7%D0%BC) элиты.

Феномен массовой культуры существует, а телевидение является самым эффективным средством тиражирования и распространения этой культуры. Массовая культура воздействует на массовое сознание, связана со средствами массовой коммуникации, ориентирована на потребительские вкусы и инстинкты, имеет манипулятивный характер. Средства массовой информации представляют собой большую угрозу для независимого человека, она обладает опасным орудием внушения, орудием социальной дрессировки человека.

Массовая культура осуществляет стандартизацию духовной деятельности человека. Человеческая масса испытывает, и всегда испытывала отвращение к образованию и к искусству. Она хочет, чтобы ее отвлекали от жизни, а не раскрывали ее смысл.

В Америке «массовая культура приобрела двойственный характер: американский ум, который не занят практическими заботами, остается отдыхающим, в то время как другая его часть, занятая открытиями, производством и социальной организацией, напоминает Ниагарский водопад. Американская воля воплощается в небоскребе, американский интеллект - в колониальных постройках.

Одна из важных функций современной массовой культуры состоит в мифологизации общественного сознания. Произведения массовой культуры, так же как и мифы, основаны на не различении реального и идеального, они становятся предметом не познания, а веры.

Существует мнение, что наиболее адекватным термином, выражающим сущность произведений массовой культуры, является термин икона. Именно икона соответствует русскому понятию образ. Этот термин характеризует такой тип художественного отражения, который носит символический, принципиально нереалистический характер, является предметом веры, поклонения, а не средством отражения и познания мира.

Рассмотрим *направления массовой культуры*:

– индустрия «субкультуры детства» (детская литература и искусство, промышленно производимые игрушки и игры, детские клубы и лагеря, военизированные и другие организации, технологии коллективного воспитания и т.п.), преследующая цели явной или закамуфлированной универсализации воспитания детей, внедрения в их сознание стандартизированных норм и паттернов личностной культуры, идеологически ориентированных миропредставлений, закладывающих основы базовых ценностных установок, официально пропагандируемых в данном сообществе;

– массовая общеобразовательная школа, тесно связанная с целевыми установками «субкультуры детства», приобщающая учащихся к основам научных знаний, философских и религиозных представлений об окружающем мире, к историческому социокультурному опыту коллективной жизнедеятельности людей, стандартизирующая все эти знания и представления на основе типовых программ и редуцирующая их к упрощенным формам детского сознания и понимания;

– средства массовой информации, транслирующие населению текущую актуальную информацию, «растолковывающие» рядовому человеку смысл происходящих событий, суждений и поступков деятелей из специализированных сфер общественной практики и интерпретирующие эту информацию в русле и ракурсе, соответствующем интересам ангажирующего данное СМИ «заказчика», т.е. фактически формирующие обществ. мнение по тем или иным проблемам в интересах данного «заказчика»;

– система национальной идеологии и пропаганды, «патриотического» воспитания граждан и пр., контролирующая и формирующая политико-идеолгические ориентации населения, манипулирующая его сознанием в интересах правящих элит;

– массовая социальная мифология (национал-шовинизм, социальная демагогия, квазирелигиозные и паранаучные учения, кумиромания и пр.), упрощающая сложную систему ценностных ориентаций человека и многообразие оттенков мироощущений до элементарных оппозиций («наши – не наши»), замещающая анализ сложных многофакторных причинно-следственных связей между явлениями и событиями апелляцией к простым и, как правило, фантастическим объяснениям («мировой заговор», «поиски инопланетян» и т.п.), что в конечном счете освобождает людей, не склонных к сложным интеллектуальным рефлексиям;

– массовые политические движения (политико-идеологическике партийные и молодежные организации, массовые политманифестации, демонстрации, пропагандистские компании и пр.), инициируемые правящими или оппозиционными элитами с целью вовлечения в массовые политакции широких слоев населения, в большинстве своем весьма далеких от политики и интересов элит, мало понимающих смысл предлагаемых им политпрограмм, на поддержку которых их мобилизуют методом нагнетания коллективного националистического психоза;

– система организации и стимулирования массового потребительского спроса (реклама, мода, секс-индустрия и иные формы провоцирования потребительсткого ажиотажа вокруг вещей, идей, услуг и пр.), формирующая в общественном сознании стандарты престижных интересов и потребностей, образа и стиля жизни, имитирующая в массовых и доступных по цене моделях формы «элитных» образцов, управляющих спросом рядового потребителя на предметы потребления и модели поведения, превращающая процесс безостановочного потребления различных социальных благ в самоцель существования;

– индустрия формирования имиджа и «улучшения» физических данных индивида (массовое физкультурное движение, культуризм, аэробика, спортивный туризм, индустрия услуг по физической реабилитации, сфера медицинских услуг и фармацевтических средств изменения внешности, пола и т.п.), являющаяся специфической областью общей индустрии услуг, стандартизирующая физические данные человека в соответствии с актуальной модой на имидж, гендерный спрос и пр. или на основании идеологических установок властей на формирование нации потенциальных воинов с должной спортивно-физической подготовленностью;

– индустрия досуга, включающая в себя массовую художественную культуру (приключенческая, фантастическая и «бульварная» литература, аналогичные «развлекательные» жанры кино, карикатура и комиксы в изобразительном искусстве, оперетта, эстрадная, рок- и поп-музыка, эстрадная хореография и сценография, конферанс и прочие «разговорные» жанры эстрады, идеологически ангажированные и политико-агитационные произведения в любых видах искусства и т.п.), массовые постановочно-зрелищные представления, цирк, индустрия курортных и «культурно»-туристических услуг, профессиональный спорт (как зрелище) и т.п., являющаяся во многих отношениях эквивалентом «субкультуры детства», только оптимизированным под вкусы и интересы взрослого или подросткового потребителя, где используются технические приемы инфантилизированного смыслового и художественного содержания, адаптированного к невзыскательным интеллектуальным и эстетическим запросам массового потребителя, используются средства технического тиражирования этой продукции и ее «доставки на дом» потребителю посредством электронных СМИ и достигается эффект психологической релаксации человека, перегруженного нервными стрессами и утомительной ритмикой социальных процессов повседневности, а также ряд иных, более частных направлений массовых культур.

Как уже было отмечено, всеобъемлющая массовизация жизни затронула все ее сферы. Активная роль людских масс в различных социальных сферах была проанализирована в ряде философских сочинений XX века.

X. Ортега-и-Гассет (1883-1955) в работе «Восстание масс» (1930 г.) выводит само понятие «масса» из определения «толпа». Толпа в количественном и визуальном отношении есть множество, а множество с точки зрения социологии и есть масса, – поясняет Ортега. Он разработал одну из наиболее радикальных в своем критицизме концепций массового общества. Согласно его определению, общество – это динамическое объединение меньшинства и масс. Если меньшинство состоит из лиц, обладающих определенными признаками, то масса – это набор индивидов, не отличающихся ничем особенным. Масса – это средние люди. Быстрый рост населения в городах и узкая профессиональная специализация, которая сформировала «массового человека», ослабили культурный потенциал и духовно подорвали современную цивилизацию. Это, по мнению Ортега-и-Гассета, ведет к неустойчивости и краху культуры в целом. Идеи испанского мыслителя во многом созвучны  теориям массового общества К. Мангейма, Э. Фромма и Х. Арендт.

Очень познавательна книга американского социолога, профессора Колумбийского университета Д. Белла «Конец идеологии» (1960 г.), в которой особенности современного общества определяются возникновением массового производства и массового потребления. Здесь же автор формулирует пять значений понятия «масса»:

1. Масса – как недифференцированное множество (т. е. противоположность понятию класс).

2. Масса – как синоним невежественности (как об этом писал и X. Ортега-и-Гассет).

3. Массы – как механизированное общество (т. е. человек воспринимается как придаток техники).

4. Массы – как бюрократизированное общество (т. е. в массовом обществе личность теряет свою индивидуальность в пользу стадности).

5. Массы – как толпа. Здесь заложен психологический смысл. Толпа не рассуждает, а повинуется страстям. Сам по себе человек может быть культурным, но в толпе - это варвар.

И Д. Белл делает вывод: массы - есть воплощение стадности, унифицированности, шаблонности.

Еще более глубокий анализ «массовой культуры» сделал канадский социолог М. Маклюэн (1911-1980). Он также, как и Д. Белл, приходит к выводу о том, что средства массовой коммуникации порождают и новый тип культуры. В своих работах «Галактика Гутенберга» (1962 г.), «Понимание средств связи» (1964 г.), «Культура нагие дело» (1970 г.) Маклюэн подчеркивает, что отправной точкой эпохи «индустриального и типографского человека» явилось изобретение И. Гутенбергом в XV веке печатного станка. Современные же средства массовой информации, создав, по словам Маклюэна, «глобальную деревню», создают и «нового племенного человека». Этот новый человек отличается от того «племенного», жившего когда-то на земле тем, что его мифы формирует «электронная информация». По словам Маклюэна, Определяя искусство ведущим элементом духовной культуры, Маклюэн подчеркивал эскейпистскую (т. е. уводящую от реальной действительности) функцию художественной культуры.

В наши дни масса существенно изменилась. Массы стали образованными, информированными. Кроме того, субъектами массовой культуры сегодня являются не просто масса, но и индивиды, объединенные различными связями.

Заключение

Таким образом, «массовая культура» – это культура масс, культура, предназначенная для потребления народом; это сознание не народа, а коммерческой индустрией; она враждебна подлинно народной культуре. Она не знает традиций, не имеет национальности, ее вкусы и идеалы меняются с головокружительной быстротой в соответствии с потребностями моды. Характеризуя массовую культуру, американский психолог М. Белл подчеркивает: «Эта культура демократична. Она адресована вам людям без различия классов, наций, уровня бедности и богатства. Кроме того, благодаря современным средствам массовой коммуникации людям стали доступны многие произведения искусства, имеющие высокую художественную ценность».

Борьба с «массовой культурой», с её открыто антидемократическим содержанием стала одной из важных задач в программах и практике прогрессивных, демократических сил в капиталистических странах. С середины 60-х годов анализ и критика «массовой культуры» во всех формах её проявления успешно развиваются в работах философов и социологов – марксистов.

Но всё же массовая культура, учитывая все эти особенности сознания, предоставляет продукцию, которая легко воспринимается, позволяет окунуться в мир грез и иллюзий, создает впечатление обращения к конкретному индивиду.

Список использованной литературы

1. Ануфриева Л.М. Массовая культура как проблема виталистской социологической теории. // Неклассическая социология в современной России: накопление методологического потенциала и технологических возможностей. Под ред. С.И. Григорьева. Москва-Барнаул: Изд-во АРНЦ СО РАО, 2003 г.
2. Арон Р. Этапы развития социологической мысли. М., 1992 г.
3. Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество. – М., 1993 г.
4. Гуревич П. С. Философия культуры. М., 1995 г.
5. Ортега–и–Гассет Х. Дегуманизация общества. – М., 1991 г.
6. Флиер А.Я. Культура как фактор национальной безопасности. // Общественные науки и современность. 1998. № 3.