

С конца 50-х гг. искусство Европы вступает в эпоху декаданса. Этот термин употребляется для обозначения кризисных явления в духовной культуре, отмеченных настроениями безнадежности, пессимизма, упадничества. В противовес общепринятой «мещанской» морали предлагался культ красоты как самодовлеющей ценности. Главное свойство и особенность декаданса – растерянность перед резко изменившимся миром: общество оказалось неспособным рационально, научно объяснить происходившие перемены в политике и экономике, новые социальные отношения, новую картину мира. Поэтому и происходит всплеск иррационализма, мистики, возникают новые религиозные течения. Одновременно декаденты проповедовали самоценность искусства, его независимость от жизни, чистый эстетизм, безудержный индивидуализм.

Т. обр., развитие техногенной цивилизации сопровождается нарастанием враждебности между цивилизацией и культурой. Культура Европы Нового времени вступила в эпоху кризисных явлений. Новые социальные проблемы бросили культуре своеобразный вызов, на который культура ответила возникновением новых форм культурных направлений.

УДК 008:316.722

Студ. И. Н. Юшкевич
Науч. рук. доц. И. В. Коледа
(кафедра истории Беларуси и политологии, БГТУ)

МАССОВАЯ И ЭЛИТАРНАЯ КУЛЬТУРА В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

Массовая культура порождена индустриальной и постиндустриальной цивилизацией. Ее возникновение было подготовлено всем ходом развития западноевропейской цивилизации.

Термин «массовая культура» впервые был введен в научный оборот американским ученым Д. Макдональдом в 1944 г. Его содержание достаточно противоречиво, т. к. предполагает не только «культуру для всех», но может обозначать и «не вполне культуру».

Социальными предпосылками культуры XX в. выступили процессы массовой миграции населения в города, возникновение многомиллионных армий, профсоюзов, политических партий, электоратов и т. д.

Массовая культура рассчитана на потребление всеми людьми, независимо от места их проживания. Она создается не народом, а для народа (в этом ее отличие от народной культуры). Ее создают профессионалы, которые выступают не столько как художники, сколько как ремесленники.

Массовая культура ориентируется, в первую очередь, на коммерческие цели, предполагает ее пассивное потребление, а потому способна выступать средством манипулирования сознанием потребителя. Массовая культура может стать и становится инструментом внедрения в массовое сознание желательных для определенных социальных групп стереотипов поведения, может стимулировать у «массы» новые, неведомые ей ранее потребности.

Неотъемлемой частью массовой культуры является реклама, создающая иллюзию независимого выбора, подчиняющая себе человека.

Главное назначение массовой культуры – предоставить развлечение, удовольствие, наслаждение. Массовая культура обеспечивает проведение досуга, выступающего, как свободное время, которое надо чем-то заполнить. Вместе с тем массовая культура стимулирует развитие потребительского сознания у зрителя, слушателя, что, в свою очередь, формирует особый тип пассивного, некритического восприятия этой культуры человеком. Все это и создает личность, которая довольно легко поддается манипулированию, т. е. происходит манипулирование человеческой психикой и эксплуатация эмоций и инстинктов подсознательной сферы чувств человека, и прежде всего, чувства одиночества, вины, враждебности, страха, самосохранения.

Формируемое потребительской культурой сознание отличается консервативностью, инертностью, ограниченностью и не может охватить все процессы в развитии, во всей сложности их взаимодействия. Такое сознание в большей степени ориентируется не на реалистические образы, а на искусственно создаваемые образцы (имиджи) и стереотипы, где формула – это главное. Подобная ситуация стимулирует идолопоклонство.

Массовая культура не тождественна народной культуре и тем более далека от элитарной. Народная культура создается самим народом и для народа, отражая дух культуры, сохраняя традиции и ценности народа. Массовая культура создается не народом, но для народа. Ее создают профессионалы, используя новейшие технологии. В ней отсутствует яркая индивидуальность, присущая высокой, элитарной культуре. Она избавляет человека от необходимости долгого и сложного приобщения к высокой культуре, не порождает собственных смыслов, а лишь имитирует явления высокой культуры, пользуется ее формами, смыслами, адаптируя их для рядового обывателя, «спускает» до уровня обыденного сознания.

В социальном плане массовая культура формирует новый общественный слой, обозначаемый как «средний класс». Потребительская

культура имеет своего конкретного адресата в лице определенных типов людей: человека-«винтика», человека-гедониста, человека-прагматика.

Особенности массовой культуры зависят от того, какой идеологии она служит. При доминировании идеологии власти она пропагандирует долг и послушание, ее выражением выступают газеты и марши. Культура идеологии потребительства пропагандирует секс и беззаботную обеспеченную жизнь, выражая себя через комиксы и иллюстрированные журналы, бестселлеры, видеоигры и т. д.

Эволюция массовой культуры претерпела существенные изменения. В 50-60-х гг. XX в. ее критиковали, обвиняли в подавлении и стандартизации личности, манипуляции общественным сознанием. Это был взгляд поколений, обладавших вкусом и традициями высокой культуры.

Ситуация меняется в 70-е гг. XX в. начинают высказываться положительные оценки и даже восхваление массовой культуры. Это закономерно. Проявление и утверждение массовой культуры было обусловлено не только уровнем НТП, но и уровнем культурного развития большинства людей. Массовая культура вполне отвечает вкусам и запросам большинства людей.

Массовая культура представляет собой новую форму социализации и стандартизации человека, новую систему управления и манипулирования его сознанием, поведением, потребностями, что в итоге приводит к его общей социальной и идеологической лояльности.

Элитарная культура – культура «высокая», «классическая», культура «на века». Произведения этой культуры «потребляются» всегда, и всегда будут востребованы, но далеко не всеми.

Элитарная, или высокая, культура создается привилегированной частью общества и включает в себя классическую литературу, классическую музыку, изящное искусство.

Мы не очень любим классику. Но обращаемся к ней вновь и вновь. Почему? Потому что она вечна. Потому что в ней мы находим ответы на многие вопросы нашей жизни, на то, что нас волнует и беспокоит, тревожит.