

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

ФЕНОМЕН МАССОВОЙ КУЛЬТУРЫ

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 инстинк-

тов подсознательной сферы чувств человека, и прежде всего, чувства одиночества, вины, враждебности, страха, самосохранения.

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.