

Научная статья
УДК 136
doi:10.46554/PICS-2022.1-pp.46

МАССОВАЯ КУЛЬТУРА КАК СОЦИАЛЬНЫЙ ФЕНОМЕН СОВРЕМЕННОГО ОБЩЕСТВА

Алина Андреевна Редичева¹, Татьяна Васильевна Коротаева²

^{1,2} Самарский государственный экономический университет

¹ alina.redicheva@yandex.ru

² Corotaeva2014@yandex.ru

Аннотация. В данной статье рассматривается массовая культура как социальный феномен современного общества. Приведено определение массовой культуры, описаны ее основные черты и различные точки зрения на происхождение, а также охарактеризовано понятие данного типа культуры. Кроме того, в статье содержится информации об отношении общества к массовой культуре.

Ключевые слова: феномен, культура, массовая культура, поп-культура, черты массовой культуры, функции массовой культуры, элементы массовой культуры, массовое потребление, средства массовой информации, общество, современное общество

Для цитирования: Редичева А.А., Коротаева Т.В. Массовая культура как социальный феномен современного общества // Известия института менеджмента СГЭУ. 2022. № 1 (25). С. 46–49. doi:10.46554/PICS-2022.1-pp.46.

Original article

MASS CULTURE AS A SOCIAL PHENOMENON OF MODERN SOCIETY

Alina Andreevna Redicheva¹, Tatyana Vasilevna Korotaeva²

^{1,2} Samara State University of Economics

¹ alina.redicheva@yandex.ru

² Corotaeva2014@yandex.ru

Abstract. This article examines mass culture as a social phenomenon of modern society. The definition of mass culture is given, its main features and various points of view on the origin are described, and the concept of this type of culture is characterized. In addition, the article contains information about the attitude of society to mass culture.

Keywords: phenomenon, culture, mass culture, pop culture, features of mass culture, functions of mass culture, elements of mass culture, mass consumption, mass media, society, modern society

For citation: Redicheva A.A., Korotaeva T.V. Mass culture as a social phenomenon of modern society // Izvestiya of the Institute of Management of Samara State University of Economics. 2022. No. 1 (25). Pp. 46–49. (In Russ.). doi:10.46554/PICS-2022.1-pp.46.

Прежде чем рассматривать массовую культуру исключительно как феномен современного общества, необходимо кратко затронуть вопрос генезиса массовой культуры. В науке существует множество различных точек зрения на происхождение массовой культуры как социокультурного явления. Перечислим наиболее популярные из них:

Массовая культура возникла в форме мифов, понятных всем членам общества, и являлась основой мировоззрения человечества на этапе его зарождения.

Причиной формирования массовой культуры стало изобретение печатного станка в XV веке в Европе.

Возникновение массовой культуры связано с появлением в XVII-XVIII вв. литературного жанра, а именно: приключенческих, детективных и других романов, чтением которых увлекались огромные массы людей.

Развитие массовой культуры связано с принятием закона об обязательной всеобщей грамотности в 1870 году в Великобритании, который позволил людям освоить основной вид художественного творчества того времени – роман.

Массовая культура появилась в XX веке и ее формирование связано с популяризацией средств массовой информации [1].

Последняя из вышеперечисленных точек зрения является наиболее популярной в научном сообществе. В связи с этим, можно сделать вывод, что массовая культура является сложным феноменом современного общества, поскольку средства массовой информации в настоящее время играют огромную роль в повседневной жизни людей. Массовая культура выступает в качестве одной из наиболее распространенных форм существования культуры.

Феномен массовой культуры имеет довольно противоречивый характер и не поддается однозначной оценке. В течение достаточно продолжительного времени развивается интерес к изучению данного явления, и на сегодняшний день существует огромное количество концепций и исследований на тему массовой культуры. Все множество теорий можно разделить на две противоположные друг другу группы, а именно: принятие массовой культуры как главенствующей культуры современного общества и, соответственно, выражение критического отношения к массовой культуре. Данной проблеме посвящено бесчисленное количество как отечественных, так и зарубежных научных трудов [2].

Исследователи из разных стран до сих пор пытаются выявить природу массовой культуры и дать четкое определение, но прийти к единому мнению в данном вопросе невозможно. Каждый ученый рассматривает вышеупомянутое явление с точки зрения того аспекта, который кажется ему наиболее интересным и значимым.

Таким образом, определений термина «массовая культура» существует огромное множество. Приведем наиболее распространенное и обширное из них: массовая культура – это одна из форм культуры, транслирующаяся при помощи средств массовой коммуникации, ориентированная на максимально широкий круг потребителей и направленная на удовлетворение и формирование их запросов через распространение шаблонизированных продуктов [3]. Массовую культуру также называют популярной культурой. К инструментам, или элементам данного типа культуры специалисты относят обширный круг явлений, например, телевизионные передачи, в частности, шоу развлекательного характера и ток-шоу, поп-музыку, желтую прессу, комиксы, беллетристику и многое другое [4].

Массовая культура является популярным источником практически любой информации, которую люди получают каждый день. Она также оказывает немалое влияние на восприятие ими реальности. Некоторые исследователи считают, что массовая культура формирует у общества ложные представления о действительности, а также навязывает потребительские идеалы, к примеру, посредством рекламы.

Без технического прогресса массовая культура не смогла бы выполнять предписанные ей функции, поскольку трансляция осуществляется в том числе и при помощи определенных технических средств и систем информатизации, таких как компьютер, телевизор, радиоприемник и пр. Технологии не только позволяют донести произведения массовой культуры до каждого члена общества, но также способствуют созданию новых видов культурной деятельности, наиболее наглядным примером из которых является кинематограф.

Немаловажным признаком массовой культуры является ее коммерческий характер. Авторы ориентированы исключительно на получение прибыли и коммерческий успех в результате своей деятельности. В этом заключается коммерческая функция массовой культуры. Создателям необходимо вынести в массы свои произведения и привлечь как можно больше внимания общества. Соответственно, произведения поп-культуры создаются в качестве товара массового потребления.

Отсюда вытекает еще одна значимая черта массовой культуры – общедоступность. Она проста, понятна и доступна всем социальным слоям современного общества, в отличие от диаметрально противоположной ей элитарной культуры, которая понятна лишь узкому кругу ценителей, и основными чертами которой являются уникальность, ценностно-смысловая самодостаточность и закрытость. Все эти термины неприменимы для описания образцов массовой культуры. При создании поп-культуры авторы принимают во внимание предпочтения основной массы населения и учитывают их вкусы. Они следят за

современными тенденциями, модой и актуальными темами для обсуждения на данный момент времени. Ярким примером здесь являются различные новостные ресурсы.

Товары массового потребления обладают такой особенностью, как серийность выпуска. Этот факт относится и к продукции поп-культуры, которая незамедлительно реагирует на возникающий со стороны потребителей спрос. При наличии спроса обеспечивается конвейерное производство. При снижении его уровня или вовсе при отсутствии, соответственно, исчезает необходимость в выпуске тех или иных продуктов массовой культуры. В этом заключается такая черта поп-культуры, как недолговечность [5].

Массовая культура предоставляет возможность заполнения свободного времени людей, которые готовы платить за то, чтобы их развлекали и веселили. Именно этим и занимается массовая культура. Ее основной целью является отвлечение людей от рутины, насущных проблем, мыслей о работе и т.д. Таким образом поп-культура выполняет рекреационную функцию. У общества формируются массово-усредненные вкусовые предпочтения. Так называемые «мыльные оперы» на телевидении, «женские романы» в литературе и пр. выступают в качестве примеров таких вкусовых предпочтений. Произведения массовой культуры способствуют скорее внутреннему опустошению, нежели обогащению.

Рассмотрим вышесказанное в другом ключе. Современный человек обитает в достаточно агрессивной социальной среде, обусловленной неустойчивостью положения людей в обществе, быстрыми темпами культурных и социальных изменений, а также их непредсказуемостью. В связи с этим и ввиду определенных личных обстоятельств, периодически человеку необходима эмоциональная разрядка, которую он получает, обращаясь к продуктам массовой культуры.

Что касается функций массовой культуры, то помимо тех, что уже были названы, она выполняет множество других. Рассмотрим наиболее существенные. Аксиологическая, или ценностно-ориентационная функция заключается в том, что поп-культура выстраивает определенную иерархию ценностей, чаще всего ложных, а также жизненных установок как отдельных людей, так и общества в целом. Регулятивная, или нормативная функция схожа по содержанию с аксиологической, однако делает акцент не на ценностях и установках, а на моделях общения и поведения человека в обществе. Функция манипулирования подразумевает формирование у людей неестественных потребностей и манипулирование общественным сознанием. Хорошим примером, отражающим сущность данной функции, является такой инструмент массовой культуры, как реклама.

В современном мире отношение к феномену массовой культуры имеет неоднозначный, двойственный характер, поскольку она обладает как преимуществами, так и недостатками. С одной стороны, культура данного типа является средством приобщения людей к социальной жизни. Она предоставляет им право выбора вследствие изобилия элементов и делает многообразным восприятие окружающего мира. Однако, с другой стороны, массовая культура способствует унификации жизненных образов людей, формированию стереотипов в их сознании, стандартизации личности, а также снижению уровня духовной культуры общества и др.

Массовая культура, в большинстве своем, наполнена ложными ценностями и идеалами, которые оказывают деструктивное влияние на развитие не только отдельно взятой личности, но и общества в целом. Таким образом, можно сделать вывод о том, что культура данного типа нуждается в преобразении через ее наполнение возвышенными представлениями.

Список источников

1. Зирюкина, Д. В. Массовая культура как феномен современного общества / Д. В. Зирюкина // Инновационные процессы в науке и технике XXI века: Материалы XIII Межрегиональной студенческой научно-практической конференции, Нижневартовск, 24 апреля 2015 года. – Нижневартовск: Тюменский государственный нефтегазовый университет, 2015. – С. 49-51.
2. Минаков, И. П. Феномен массовой культуры / И. П. Минаков, Р. В. Ханова // Социально-гуманитарные знания. – 2019. – № 10. – С. 51-55.
3. Массовая культура: [Электронный ресурс] // Большая российская энциклопедия. URL: <https://bigenc.ru/philosophy/text/2191042>
4. Массовая культура: понятие, примеры из жизни, признаки, виды: [Электронный ресурс] // Блог Даниила Ткаченко. URL: <https://dnevnik-znaniy.ru/obshestvo/massovaya-kultura.html>
5. Иваненкова, А. С. Массовая культура: сущность и основные черты / А. С. Иваненкова // Ученые записки Санкт-Петербургского имени В.Б. Бобкова филиала Российской таможенной академии. – 2007. – № 3(29). – С. 167-179.

References

1. Ziryukina, D. V. Mass culture as a phenomenon of modern society / D. V. Ziryukina // Innovative processes in science and technology of the XXI century: Materials of the XIII Interregional student scientific and practical conference, Nizhnevartovsk, April 24, 2015. – Nizhnevartovsk: Tyumen State Oil and Gas University, 2015. – pp. 49-51.
2. Minakov, I. P. Phenomenon of mass culture / I. P. Minakov, R. V. Khanova // Socio-humanitarian knowledge. – 2019. – No. 10. – pp. 51-55.
3. Mass culture: [Electronic resource] // The Great Russian Encyclopedia. URL: <https://bigenc.ru/philosophy/text/2191042>
4. Mass culture: concept, examples from life, signs, types: [Electronic resource] // Blog of Daniil Tkachenko. URL: <https://dnevnik-znaniy.ru/obshchestvo/massovaya-kultura.html>
5. Ivanenkova, A. S. Mass culture: the essence and main features / A. S. Ivanenkova // Scientific notes of the St. Petersburg named after V.B. Bobkov branch of the Russian Customs Academy. – 2007. – № 3(29). – Pp. 167-179.

Информация об авторах

A.A. Редичева – студент Самарского государственного экономического университета;

T.B. Коротаева – кандидат исторических наук, доцент Самарского государственного экономического университета.

Information about the authors

A.A. Redicheva – Student of Samara State University of Economics;

T.V. Korotaeva – Candidate of Historical Sciences, Associate Professor of Samara State University of Economics.

Статья поступила в редакцию 01.04.2022; одобрена после рецензирования 21.04.2022; принята к публикации 04.05.2022.

The article was submitted 01.04.2022; approved after reviewing 21.04.2022; accepted for publication 04.05.2022.