Муниципальное бюджетное общеобразовательное учреждение «Средняя образовательная школа №3»

Название работы: «Массовая культура как современное социальное явление»

Автор работы: Сулейманова Жанна Евгеньевна

Школа: МБОУ СОШ №3 10 класс

Руководитель: Обухова Наталья Сергеевна

2020

**Оглавление**

Введение----------------------------------------------------------------------------------------------------------3

1. Теоретическая часть

1.1. Понятие массовой культуры---------------------------------------------------------------------------4

1.2. Теории массовой культуры----------------------------------------------------------------------------5

1.3. Этапы становления массовой культуры------------------------------------------------------------5

1.4. Культура современной России------------------------------------------------------------------------6

1.5. Проблемы современной массовой культуры----------------------------------------------------6

2. Практическая часть

2.1. Влияние массовой культуры на формирование личности-----------------------------------9

2.2. Средства массовой информации как культура-------------------------------------------------10

Заключение-----------------------------------------------------------------------------------------------------14

Список литературы-------------------------------------------------------------------------------------------15

Приложение

**Введение**

Орудиями распространения общественной культуры считаются формирование денег, общественных данных, а также коммуникации (радиовещание, кинематографа, телевещание, огромные тиражи печатные изданий, иллюстрированных журналов, Сеть Интернет), индустриально-торговый вид изготовления, разделение стандартизированных внутренних удобств, условная демократизация культуры, увеличение степени образованности тьмы, присутствие феноменальном уменьшении внутренних запросов.

Значимость общественной культуры разнопланова. В Случае Если проанализировать государственное телевещание, что переполнено «мыльными операми» либо подобного ведь степени телесериалами, образная значимость каковых весьма подозрительна, однако данное также имеется инновационные примеры общественной культуры. Однако, согласно целой фикции, многочисленная уровень культуры крепко закрепилась во сегодняшнем мире также ждать ее неожиданного пропадания, согласно последней грани во ближний общеисторический промежуток, никак не требуется. Несомненно, то что в случае если возлюбленная продолжит собственное наличие во реальном варианте, в таком случае единый общекультурный возможности культуры никак не только лишь никак не увеличится, однако способен забеременеть также значительный вред.

Но многочисленная уровень культуры ясна также доступна абсолютно всем годам, абсолютно всем рядам жителей вне зависимости со степенью создания.

**Объект исследования:** многочисленная уровень культуры равно как условие развития личности

**Цель:** установление воздействия общественной культуры в индивидуальные качества человека

**Задачи:**

* рассмотреть сущность феномена «массовая культура» также отметить ее социальные функции
* определить роль средств массовой информации в распространении массовой культуры
* изучить проблему влияния массовой культуры на формирование личностных качеств

**Методы исследования:** изучение социально-культурной литературы, анализ исследований, визуализация данных.

**Глава 1. Теоретическая часть**

**1.1. Понятие массовой культуры**

Массовая культура, доминирующий в массовом обществе тип культуры, ориентированный на удовлетворение и формирование запросов широких слоёв населения через распространение средствами массовой коммуникации стандарта продуктов, создаваемых «индустрией развлечений».

Массовая культура возникла в результате процесса модернизации, сопровождавшегося постепенным разложением институциональных и ментальных оснований традиционных обществ, в которых параллельно сосуществовали элитарная культура привилегированных групп и нар. культура (культура «верхов» и культура «низов»). Современное общество отличает более высокое разнообразие субкультур, ценностей и картин мира; их гетерогенность преодолевается.

Трансляция массовой культуры осуществляется через средства массовой информации. Её главными каналами стали пресса и иная печатная продукция, выпускаемая большими тиражами, радио, кинематограф, телевидение, а в последние десятилетия – компьютерные сети и др. новейшие средства коммуникации. Возникновение массовой культуры было связано с всеобщим овладением грамотностью, однако в современном обществе доля «книжной» культуры, информации, представленной в форме текстов и понятий, постепенно уменьшается за счёт «мультимедийной» культуры, образной информации, подаваемой с помощью электронно-виртуальных и аудиовизуальных средств.

**1.2. Теории массовой культуры**

Для первых работ, анализирующих новый феномен культуры, характерна резко критическая направленность и неприятие МК. Теория МК начинает складываться на основе теории массового общества и изучения влияния средств массовой коммуникации на общественное сознание. В работе Х. Ортеги-и-Гассета «Восстание масс» (1930) говорится о социальной предпосылке нового феномена – массовом человеке, который сейчас главенствует в общественной жизни. Это рядовой, средний человек, получивший возможность, благодаря демократии и технике, удовлетворить свои житейские запросы, человек, лишённый высокой морали служения и долга.

Термин «массовая культура» появляется в американской литературе в конце 30-х г. Д. Макдональд в нач. 60-х г. ввёл сокращённый вариант «масскульт».

Наиболее интенсивно исследования проблем МК начались в 50-е г., когда обсуждение проблем МК приобрело характер острой дискуссии. Доминирующая критическая позиция представлена в книге Д. Макдональда «Теория массовой культуры» (1953). МК присуща тенденция к гомогенизации, т.е. все элементы культуры становятся однородными. Так, в глянцевых журналах изображение обнажённой манекенщицы соседствует с фотографиями жертв нацизма или фотография голодающего крестьянина чередуется с изображением породистого рысака. Все эти различные по содержанию явления становятся фактом рекламы. Дж. Селдес в книге «Большая аудитория» (1950) признаёт, что МК ориентируется на самые низкие, примитивные вкусы и оценки: с помощью массового искусства мы приспосабливаемся к нормам жизни несовершеннолетних. Английский писатель-сатирик Олдос Хаксли предсказывает в своей антиутопии «Прекрасный новый мир» гибель европейской культуры от МК.

Исследования массовой, или популярной, культуры выделяются в особую область научной деятельности, где объединяются усилия различных специалистов. Тем не менее критические позиции в адрес МК сохраняют свою актуальность. «В современной России все сферы духовно-художественной и эстетической жизни отданы во власть массовой культуры и искусства американского типа», стремительно развиваются по американским образцам реклама и шоу-бизнес, «формируются ценностные установки американского типа – оценки человека не по его делам и творческим достижениям, а по счёту в банке». «Массовая культура явилась в России средством деморализации», превращения всего в товар и развлечение.

В отечественных работах последних лет ставится проблема советской модели массового общества и культуры: «В отличие от западной МК, опиравшейся в первую очередь на средний класс и выражавшей его потребности, в советской России МК социально ориентировалась на потребности низшего класса. Отвергался набор ценностей западного общества – достаток, индивидуальный успех, комфорт, благополучие семьи, стабильность, порядок – которые были объявлены исторически бесперспективными, «мещанскими». Советский тип МК был связан с ценностями «доиндустриального, традиционного общества – уравнительное распределение, коллективизм, трудовая взаимопомощь, жертвенный активизм и пр.».

**1.3. Этапы становления массовой культуры**

1. Предпосылки массовой культуры формируются с момента рождения человечества, 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.

Стремление видеть товар в сфере духовной деятельности в сочетании с мощным развитием средств массовой коммуникации и привело к созданию нового феномена -массовой культуры. Заранее заданная коммерческая установка, конвейерное производство - все это во многом означает перенесение в сферу художественной культуры того же финансово-индустриального подхода, который царит и в других отраслях индустриального производства. К тому же многие творческие организации тесно связаны с банковским и промышленным капиталом, что изначально предопределяет их (будь-то кино, дизайн, ТВ) на выпуск коммерческих, кассовых, развлекательных произведений. В свою очередь потребление этой продукции - это массовое потребление, ибо аудитория, которая воспринимает данную культуру - это массовая аудитория больших залов, стадионов, миллионы зрителей телевизионных и киноэкранов.

В социальном плане массовая культура формирует новый общественный слой, получивший название «средний класс». Процессы его формирования и функционирования в области культуры наиболее конкретизировано изложены в книге французского философа и социолога Э. Морена «Дух времени» (1962 г.). Понятие «средний класс» стало основополагающим в западной культуре и философии. Этот «средний класс» стал и стержнем жизни индустриального общества. Он же и сделал столь популярной массовую культуру.

Формируемое массовой культурой массовое сознание многообразно в своем проявлении. Однако оно отличается консервативностью, инертностью, ограниченностью. Оно не может охватить все процессы в развитии, во всей сложности их взаимодействия. В практике массовой культуры массовое сознание имеет специфические средства выражения. Массовая культура в большей степени ориентируется не на реалистические образы, а на искусственно создаваемые образы (имидж) и стереотипы. В массовой культуре формула (а в этом и есть сущность искусственно создаваемого образа — имиджа или стереотипа) - это главное. Подобная ситуация стимулируют идолопоклонство.

Массовая культура в художественном творчестве выполняет специфические социальные функции. Среди них главной является иллюзорно-компенсаторская: приобщение человека к миру иллюзорного опыта и несбыточных грез.

**1.4. Культура современной России**

Современная культура тесно связана с накопленным культурным опытом. С другой стороны, являясь частью мировой культуры, современная культура России впитывает, перерабатывает, трансформирует тенденции, относящиеся к развитию культуры в целом. Проблемы культуры приобретают сегодня первостепенное значение потому, что культура выступает мощным фактором социального развития.

Культура современной России, органически связанная с предшествующими периодами истории страны, оказалась в совершенно новой политической и экономической ситуации, кардинальным образом изменившей многое, прежде всего – взаимоотношения культуры с властью. Государство перестало диктовать культуре свои требования,и культура утратила гарантированного заказчика.

В современной отечественной культуре диковинным образом соединяются несоединимые ценности и ориентации: коллективизм, соборность и индивидуализм, эгоизм, огромная и часто нарочитая политизированность и демонстративная аполитичность, государственность и анархия и т. п.

В 2000 году Правительство приняло федеральную программу «Культура России (2001-2005 гг.)», в которой впервые речь шла о развитии, а не только о сохранении культуры. Программа предусматривала существенное увеличение финансирования, а также новую культурную стратегию. Министерству культуры отводилась роль коллективного организатора рынка.

Кризисные явления в культуре, в основном, были преодолены. Современная культура живет и развивается на новой основе.

Большие изменения произошли вначале XXI века в отечественном кинематографе. Вновь заработали все главные киностудии страны. Создано несколько новых павильонно-студийных комплексов. Быстро развивался кинопрокат. В кинотеатрах все больше показывают отечественные фильмы. Российские кинофильмы и телесериалы стали доминировать и в телепрограммах. Далеко не все из этих сериалов высокого качества, по многие позитивно отмечены критиками и телезрителями. На экраны сталивыходить сотни новых фильмов, и некоторые из них получил и международные премии. В начале века в России появилось много новых, громко заявивших о себе режиссеров. Более умело стали работать и кинопродюсеры, используя факторы рыночной экономики.

В 2005 году общее количество выпущенных фильмов по сравнению с 1990 годом увеличилось в 3,6 раза. Наряду с наращиванием количества выпускаемых фильмов, их содержание, уровень художественного и технического исполнения значительно приблизились к запросам массовой зрительской аудитории. В середине первого десятилетия XXI века появились картины, возрождавшие традиции военно-патриотического кино, отдающие дань уважения подвигу народа в Великой Отечественной войне.

Широкий общественный резонанс вызвал телевизионный сериал «Мастер и Маргарита» (реж. В. Бортко, по роману М. Булгакова)- бережное кинематографическое прочтение одного из лучших литературных творений XX века. Несомненным событием культурной и духовной жизни современной России стал фильм П. Лунгина «Остров». Среди картин на военную тему примечательными событиями стали фильмы Ф. Бондарчука «9 рота», В. Луцика «Прорыв».

Результатом появления новых интересных для зрителя фильмов стал постоянный рост посещаемости кинотеатров. Значительно расширился репертуар куинотеатров, по показателям работы они приблизились к мировому уровню. Российская кинематография переживает период возрождения после глубокого кризиса, связанного с ее неподготовленностью к творческой свободе и функционированию в условиях рынка.

Литература. У российской литературы также были некоторые успехи в первой половине первого десятилетия XXI века, но они не так заметны, как достижения кино. Из писателей советского поколения продолжали работать А. Солженицын, Д. Гранин, В. Аксенов, Е. Евтушенко, А. Вознесенский, В. Войнович.

Бурно развивалось издательское дело.Появилось много новых издательств. По названиям книг издается во много раз больше, чем в СССР, но тиражи меньше, чем в советское время. В целом, российская литература находилась в стадии становления.

Ситуация в изобразительном искусстве России характеризовалась наличием разнонаправленных тенденции и течений. Продолжали плодотворно работать И. Глазунов, А. Шилов. Наряду с сохранением традиций русской реалистической школы изобразительного искусства, широкое развитие получило актуальное искусство. Оно подразумевает использование новейших визуальных технологий, носящих ярко выраженный интернациональный характер.

Важнейшим проектом в области современного изобразительного искусства в 2005 году стала Первая Московская международная биеннале современного искусства. В ней приняли участие свыше 150 российских и 50 зарубежных художников из 22 стран.

Наиболее значительным мероприятием в области монументального искусства стало начало работ но установке памятника лауреату Нобелевской премии М. Шолохову в Москве, приуроченное к 100-летию со дня рождения писателя.

**1.5. Проблемы современной 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.

Смешение культуры и политики может принять два разных направления. Оно может сделать культуру нетерпимой ко всякой культуре, кроме своей собственной; или привести к идеалу мирового государства, где будет существовать одна лишь единообразная мировая культура. Политика проникает сегодня даже в голливудский кинематограф.

Массовая культура - это культура масс, культура, предназначенная для потребления народом; это сознание не народа, а коммерческой индустрии культуры; 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. Массовая культура обращается к широкой аудитории, апеллирует к упрощенным вкусам, претендует на то, чтобы быть народным искусством.

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.

По, ориентированным на рынок предметам потребления, мы узнаем о типичных формах поведения, позициях, общепринятых мнениях, предрассудках и ожиданиях большого количества людей.

Конечно, 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. Поскольку люди выступают одновременно и как индивиды, и как члены локальных групп, и как члены массовых социальных общностей, постольку субъект “массовой культуры” может рассматриваться как двуединый, то есть одновременно и индивидуальный и массовый.

**Глава 2. Практическая часть**

**2.1. Влияние массовой культуры на формирование личности**

Специфической чертой ХХ в. было распространение массовой культуры, в основном благодаря развивающимся средствам массовой коммуникации. В средствах массовой коммуникации обычно выделяют три компонента:

1) средства массовой информации (газеты, журналы, радио, телевидение, интернет-блоги и т.д.) – тиражируют информацию, регулярно воздействуют на аудиторию и ориентированы на определенные группы людей;

2) средства массового воздействия (реклама, мода, кино, массовая литература) – не всегда оказывают регулярное воздействие на аудиторию, ориентированы на усредненного потребителя;

3) технические средства коммуникации (Интернет, телефон) – определяют возможность непосредственного общения человека с человеком и могут служить для передачи информации личного характера.

Можно сделать вывод, что средства массовой информации и массовая культура неразрывно связаны между собой. Культура становится «массовой», когда её продукты стандартизируют и распространяют среди широкой публики.

В настоящее время массовая культура отрицательно влияет на разум молодёжи. И вместе с этим она может нанести ущерб национальному развитию. И это свойство массовой культуры «подрезает корни» человека. Назовём её реальные опасные последствия:

– неправильное формирование культурного разума личности;

– разрушение национальной культуры;

– сомнение в общечеловеческих культурных ценностях;

– отдаление от национальной духовности;

– на первом месте выгода;

– духовный разум и человеческая духовность на втором плане;

– пренебрежительное отношение к старому и новому поколению;

– формирование личностей, ставящих в качестве основы лёгкую жизнь.

Рассматривая выше приведённые мнения, можем судить о том, что с годами основа массовой культуры стала состоять больше из отрицательных свойств, нежели положительных. Если раньше наблюдалось приспособление к народному, национальному менталитету и общественное сближение, то в недавних процессах происходит обратное. Следовательно, в настоящее время требуется создание национально-духовных центров, которые способны повысить духовный иммунитет нашей молодежи и бороться против духовной угрозы.

В свободное от школьных занятий время подростки реализуют различные возможности спонтанного усвоения социального опыта, черпая информацию из наиболее привлекательных для них коммуникационных каналов. Ряд интересов, видов их времяпрепровождения подростков мы попытались выстроить на основе выводов собственных исследований. Также, в результате анкетирования я попыталась узнать, как по мнению подростков влияет массовая культура на их развитие.

Для исследования я провела опросы среди интернет-пользователей социальных сетей г. Абдулино Оренбургской Области, среднего возраста 16 лет. На данные вопросы ( Приложение №1) ответило 30 человек.

Анкетирование показало следующие результаты:

30% опрошенных считает, что массовая культура отрицательно влияет на формирование личности

10% опрошенных не интересуется массовой культурой

40% опрошенных положительно высказывается по отношению к массовой культуре

15% опрошенных считает массовую культуру неотъемлемой частью современного общества

5% опрошенных затруднились ответить

Таким образом большинство подростков положительно высказывается о массовой культуре и считает ее важной часть современного мира.

**2.2. Средства массовой информации как культура**

Сегодня, когда качество информационных технологий и их использования все в большей степени определяют характер жизни общества, вопрос о взаимоотношении общества и СМИ, о степени свободы СМИ от общества, власти и государства (особенно государства, претендующего на демократический статус) приобретает особое значение. Средства массовой информации, взятые как целое и являясь важной составной частью массовой коммуникации общества, несут в себе различные социально-политические роли, те или иные из которых - в зависимости от определенного числа типичных социально-политических ситуаций - приобретают особую общественную значимость. Это могут быть роли организатора, объединителя, консолидатора общества, его просветителя. Но они могут играть и дезинтегрирующую, разъединительную роль.

СМИ в настоящее время оказывает большое влияние на культуру. У этого влияния есть свои положительные и отрицательные стороны. Например, повышение уровня образования все более широких слоев населения тесно связанно с зарождением СМИ, т.е. с ростом тиражей печатного слова - книг, а затем журналов и газет. Но, в то же время, расширение сферы контакта населения с искусством и наукой посредством СМИ вызвало целый комплекс последствий и для всех социальных слоев и для самой культуры. Из этих последствий выделим следующие два:

Искусство, разделенное до этого на две не слишком связанные между собой части - элитарное и массовое, стало растягиваться в шкалу, каждый участок которой с удалением от элитарного полюса адресовался все более широкому кругу “потребителей”. Малообразованные, но уже попавшие в сферу воздействия СМИ, слои населения получают свою моду, бытовой дизайн, городской романс, бульварные газеты, “романы для кухарок” и другие составляющие быстро разворачивающейся масс-культуры. С точки зрения элитарных критериев, этот поток состоял из эрзац и деструктивных компонентов, разрушающих мораль и культивирующих “дурной вкус”.

Симбиоз большого искусства и высших классов строился до эпохи СМИ в основном на отношениях "предложение-заказ" и в значительно меньшей степени на форме "товар-рынок". С культурной перестройкой, начавшейся под влиянием развития СМИ, новое, неэлитарное, искусство стало формироваться под знаком чисто рыночных отношений, причем рынка массового - низкая цена, большой тираж и качество “под клиента”.

Принцип “под клиента” заслуживает специального рассмотрения, поскольку он всегда играл важную роль и в элитарном искусстве, хотя, как правило, не был определяющим, поскольку культурный уровень заказчика заставлял его обычно считаться с ориентирами самого искусства. Однако массовому “клиенту” эти ориентиры не были понятны или даже знакомы.

Таким образом, СМИ играют большую роль в возникновении и развитии массовой культуры, но все сказанное выше не учитывает еще один важный фактор формирования высокой и низкой культур: социальный заказ, который еще совсем недавно считался основной силой, определяющей доминанты развития искусства и даже науки. Текущий контекст - господствующая идеология, мораль, законы - формировавший ориентиры и шкалу оценок, определялись, в конечном счете, социальным заказом.

В современный период развития российского общества успешное решение политических, экономических и социальных задач все больше зависит от действия такого субъективного фактора как социальная активность личности. Важную роль в формировании активности играют средства массовой информации. О возрастающей роли печати, радио и телевидения в общественной жизни страны свидетельствуют их бурный рост, распространенность и доступность массовой информации. Печатное и устное слово, телевизионное изображение способны в кратчайшие сроки достигнуть самых отдаленных районов, проникнуть в любую социальную среду.

Средства массовой информации - мощная сила воздействия на сознание людей, средство оперативного донесения информации в разные уголки мира, наиболее эффективное средство влияния на эмоции человека, способное убеждать реципиента наилучшим образом. Особенно четко это проявляется в отношении электронных СМИ. По мере расширения технических возможностей их роль возрастает. А по эмоциональному воздействию на чувства и сознание людей они остаются пока непревзойденными и собирают самую большую аудиторию. В средствах массовой информации, а особенно на телевидении вопросы повышения эффективности выступлений тесно связаны с уровнем организации творческого процесса, форм и средств социально-политического воспитания журналистского, художественного и технического персонала. Прежде всего, это отбор проблем, решение которых может быть поддержано и подсказано аудиторией, и создание перспективных планов работы СМИ, их включающих.

В настоящее время значительно возросло влияние средств массовой информации на личность. Господствующее положение среди средств массовой информации на сегодняшний день занимает телевидение. Если в конце 70-х начале 80-х годов телевизор считался роскошью, то сегодня телевидение прочно вошло в быт, практически каждой семьи. Постепенно телевидение вытесняет газеты и журналы, серьёзно конкурирует с радио. Конкуренция с прессой объясняется появлением на телевидении новых технологий.

**Заключение**

В результате моего исследования я пришла к следующим выводам:

1. Массовая культура играет важную роль в становлении личности современного человека.
2. Заинтересованность культурой в настоящее время наиболее выражено, чем несколько веков назад.
3. Массовая культура представляет собой совокупность большого количества разнообразных СМИ, через которое и транслируется в массы.
4. Культура изменяет свою структуру и особенности с течением времени.

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. Смольская Е.П. "Массовая культура": развлечение или политика? М.: Мысль, 1998.
2. Гофман А.Б. Мода и люди: новая теория моды и модного поведения. - М.: Наука, 2004.
3. Грамши А. «Массовая культура».
4. Ортега-и-Гассет Х. Дегуманизация общества. М.: Радуга,2000.
5. Маркова Г.И. Массовая культура: содержание и социальные функции. Диссертация на соискание научной степени кандидата культурологических наук. - М., 2002.
6. Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество. - М.: Мысль, 1993.
7. Флиер А. Я. Массовая культура и её социальные функции. // ОНС: Общественные науки и современность. - М., 2004. - №6.

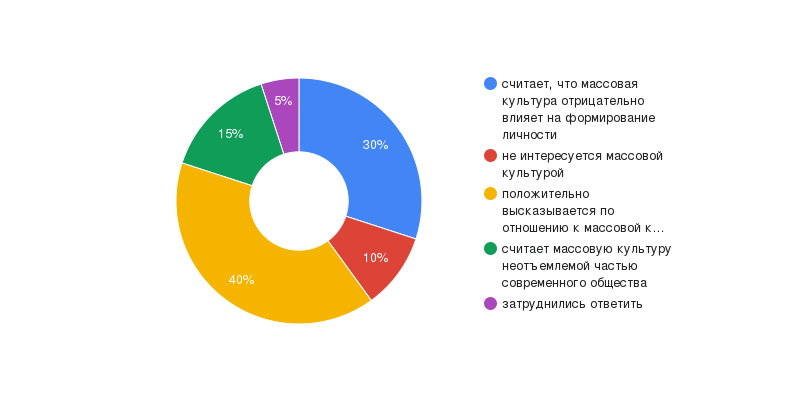
**Список использованных источников информации**

1. <https://studopedia.ru/11_10402_massovaya-kultura-i-ee-formi.html>
2. <https://anews-com.turbopages.org/anews.com/s/novosti/134268828-massovaja-kulytura-i-obwestvo-priznaki-otlichija-ot-jelitarnoj-i-narodnoj-kulytury.html>
3. <https://allrefrs.ru/2-460.html>
4. <https://otherreferats.allbest.ru/sociology/00219292_0.html>
5. <https://ru.qaz.wiki/wiki/Popular_culture_studies#Contemporary_popular_culture_studies>
6. <http://www.zpu-journal.ru/e-zpu/2012/3/Flier_Cultural-Industries/>
7. <https://revolution.allbest.ru/journalism/00617308_0.html>
8. <https://ru.wikipedia.org/wiki/Массовая_культура>
9. <https://studopedia.ru/11_10402_massovaya-kultura-i-ee-formi.html>
10. <http://obschestvoznanie-ege.ru/культура-массовая-культура/>

**Приложение №1**

Вопросы для анкетирования по теме «Массовая культура»

1. Интересуетесь ли вы массовой культурой?
2. Как массовая культура влияет на формирование личности?
3. Как вы относитесь к такому явлению, как массовая культура?
4. Считаете ли вы массовую культуру важной частью современного мира?
5. В чем особенность массовой культуры в наше время?



**Приложение №2**

Начало формы

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Линия сравнения | Элитарная культура | Народная культура | Массовая культура |
| Кем создается? | Привилегированной частью общества или по ее заказу профессиональными творцами | Создаётся анонимными  творцами, не  имеющими профессиональной подготовки | Представителями шоу-бизнеса,  является авторской |
| Уровень идей и  художественных  образов, произведений  этой формы культуры? | Трудна для  неподготовленного  зрителя, требует профессиональных знаний | Большая часть образов понятна и доступна широкому кругу потребителей, в основном не требует  значительных усилий  для их понимания | Понятны представителям всех  социальных слоёв, обладают меньшей художественной  ценностью, удовлетворяют  сиюминутные запросы людей,  отражают новые события |
| Круг потребителей? | Высокообразованная часть общества | Широкая аудитория | Массовая аудитория |
| Ориентация на коммерческий  успех? | Не преследует явных коммерческих целей | Не преследует коммерческих целей | Рассчитана  на коммерческий успех |
| Время появления? | На рубеже XVII  -  XIX веков. Рассматривалась в работах  философов Шопенгауэра и Ницше. Имеет глубинные истоки античности | Имеет глубинные корни в истории народов России, фольклор. | Культурологи считают время появления массовой культуры конец XIX  начала XX в., когда в ряде стран появилось общество массового потребления. |
| Примеры и продукты жанров? | Опера, балет, концерты классической музыки, живопись, скульптура, архитектура, классическая литература | Сказки, русская народная музыка, русский народный костюм, пословицы, поговорки, русский народный танец | Кино, телевидение, популярная музыка, популярная "бульварная" литература и т.д. |