

f

**Массовая культура** – это сложный социальный феномен XX века, представляющий собой особый тип производства и потребления культурных ценностей, характерный для массового общества. Антиподом массовой культуры является элитарная культура.

Предпосылками возникновения массовой культуры явились, во-первых, *демократизация культуры*, то есть широкое приобщение индивидов к культурным ценностям. Во-вторых, *индустриализация*, создавшая массовое производство и соответственно массовое потребление, *урбанизация* как процесс сосредоточения населения и экономической жизни в городах. И, наконец, *массовизация* как процесс активного включения масс в жизнедеятельность общества.

Но окончательное оформление и широкомасштабное распространение данного типа культуры связано с НТР, представляющей собой качественные изменения в области науки и техники, а также интенсивным развитием СМИ и усложнением информационного пространства, что привело к появлению новых способов хранения и трансляции информации, и, соответственно, возможности широкого тиражирования продуктов культуры.

*Специфика массовой культуры проявляется в целом ряде ее существенных характеристик.*

Массовая культура рассчитана на «усредненный» уровень развития массового потребителя, сформированного посредством культивирования ее же стереотипов.

Она воздействует на базовые чувства людей, благодаря близости ее интенций к коллективному бессознательному, архетипичности эксплуатируемых ею образов (*эротичность и «триллерность» массовой культуры*).

Данный тип культуры стимулирует пассивное, некритическое восприятие культурных ценностей и формирует устойчивый иммунитет к аналитическому, рациональному осмыслению не только

f

псевдореалистической картины мира, созданной этой культурой, но и самой действительности (*развлекает, отвлекая*).

Массовая культура характеризуется динамизмом, так как оперативно реагирует на изменение социальной реальности и потребности рынка с его быстро меняющимися запросами. В силу этого массовая культура представляет собой гибкую и открытую систему, способную к самообновлению и самосовершенствованию путем превращения уникальных ценностей других культур в предметы массового потребления.

Продукты массовой культуры носят серийный и стандартизированный характер, так как процесс их создания осуществляется по аналогии с поточно-конвейерным производством (*культурная индустрия*).

Массовая культура ориентирована на примитивизацию, то есть упрощение представлений о мире, о самом себе, тривиализацию культурных смыслов и языка их выражения. Массовая культура осуществляет эксплуатацию простоты и занимательности, культивирование насилия и посредственности.

Массовая культура носит коммерческий характер, так как ее продукты становятся весьма выгодным товаром, а сама культура становится системой формирования потребительской идеологии и потребительского сознания реципиента (зрителя, слушателя, читателя). Она не только удовлетворяет потребительский спрос, но осуществляет его организацию.

Массовая культура выполняет *разнообразные функции*, которые определяют ее место и роль в социуме. Среди них можно выделить следующие.

*Адаптивная функция.* Массовая культура обеспечивает приспособление индивида к изменяющейся природной и социальной реальности и в этом смысле предстает как один из механизмов социализации и идентификации личности. Однако, как правило, адаптация происходит путем пассивного подчинения личности социальным нормам. В результате личность полностью или частично утрачивает индивидуальность и соответственно уникальность (*человек-масса*).

f

*Функция манипуляции.* Массовая культура управляет сознанием, формируя искусственные потребности и интересы.

*Аксиологическая функция.* Массовая культура задает иерархию ценностей и жизненных ориентиров (идеалов) человека и общества в целом.

*Нормативная (регулятивная) функция.* Массовая культура позиционирует определенную систему принципов и правил поведения, регламентирующих модели деятельности и общения индивида в обществе.

*Развлекательно-гедонистическая функция.* Массовая культура выступает способом организации и заполнения досуга, а также удовлетворения сиюминутных запросов масс и получения удовольствия.

*Релаксационно-компенсаторная функция.* Данный тип культуры способствует снятию напряжения и стресса. Она мифологизирует сознание и мистифицирует процессы, происходящие в действительности, создает упрощенные «версии жизни», отсылая человека к миру иллюзорного опыта и несбыточных грез.

*Коммуникативная функция.* Массовая культура сама является предметом коммуникации, она формирует образцы общения и даже может выступать субъектом общения, восполняя дефицит полноценного человеческого общения.

*Знаково-символическая функция.* Массовая культура, обладая собственным знаковым кодом, маркирует степень престижности вещи и задает сложную социальную иерархию, закрепляемую посредством системы социально значимого потребления.

Функции массовой культуры динамичны, так как отражают процессы развития данной культурной системы в социуме. В середине XX века доминировали остро критические мотивы в оценке феномена массовой культуры. Затем их сменяют более спокойные, лояльные формы, а к концу XX века появляются даже апологетические оценки ее функциональных особенностей. Не в последнюю очередь это связано с тем, что содержательные и функциональные характеристики массовой и элитарной

f

культуры как ее противоположности в эпоху постмодерна рассматриваются как подвижные и способные к взаимодействию.

**И. И. Лещинская**