

# ГУМАНИТАРНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ОБРАЗОВАНИЯ И ВОСПИТАНИЯ БУДУЩИХ СПЕЦИАЛИСТОВ ЛЕСНОГО КОМПЛЕКСА

УДК 008.316.728

Студ. А.Э. Анашкина  
Рук. С.Н. Каташинских  
УГЛТУ, Екатеринбург

## ОСОБЕННОСТИ СОВРЕМЕННОЙ МАССОВОЙ КУЛЬТУРЫ

Массовая культура по своей природе является коммерческой индустрией культуры, тем самым она враждебна подлинно народной культуре. Она не знает традиций, не имеет национальности, её вкусы и идеалы меняются с головокружительной быстротой в соответствии с потребностями моды. Массовая культура обращается к широкой аудитории, апеллирует к упрощённым вкусам, иногда претендуя на то, чтобы быть народным искусством.

К основным особенностям массовой культуры относятся общедоступность и узнаваемость как две основные причины успеха массовой культуры. Монотонность бытия усиливает потребность в интенсивном отдыхе, быстром восстановлении психологического равновесия, энергии после трудового дня. Для этого человек ищет на книжных прилавках, в кинозалах, в средствах массовой информации прежде всего лёгкие для восприятия, развлекательные представления, фильмы, публикации.

Эмоциональная занимательность продукции массовой культуры, обеспечивается обращением к таким сторонам жизни и эмоциям, которые вызывают неизменный интерес и понятны большинству людей: любовь, семейные проблемы, приключения, насилие, ужасы. В детективах, «шпионских рассказах» события сменяют друг друга с калейдоскопической быстротой. Герои произведений просты и понятны, они не предаются долгим рассуждениям, а действуют. К тому же продукты массовой культуры выпускаются в очень больших количествах, рассчитанных на потребление действительно массой людей.

Беллетристика, комиксы, легкая музыка не требовали от читателя, слушателя, зрителя интеллектуальных или эмоциональных усилий для своего восприятия. Развитие визуальных жанров (кино, телевидение) только усилило эту черту. Читая даже облегченное литературное произведение, читатель неизбежно что-то домысливает, создает, ему симпатичный «свой» образ героев. Пассивность экранного восприятия является доминантной чертой массовой культуры.

Наконец, коммерциализация продукта, создаваемого в рамках массовой культуры, предполагает постоянную ориентацию производителя товаров и услуг данного вида культуры на особые рыночные условия его реализации. Эти условия должны учитывать стремительно меняющийся социально-культурный спрос, ибо это товар, предназначенный для массовой продажи. Для этого продукта должен быть демократичным, т. е. подходить и нравиться большому числу людей разного пола, возраста, вероисповедания, образования. Поэтому производители подобной продукции стали ориентироваться на самые фундаментальные человеческие эмоции.

Положительным признаком данного вида культуры является активная коммуникация в большой социальной группе людей. Стереотипы, порождаемые массовой культурой, если они созданы на основе правдивой классификации, помогают человеку воспринимать большой поток информации, в том числе и как образец для подражания. Недостатком феномена «массовая культура» будет упрощённость культурных элементов, профанация чужих культур и склонность к ремейкам (переделка когда-то созданных и признанных элементов искусства на новый лад). Последнее склоняет к предположению, что массовая культура не в состоянии создать что-то новое. Не слишком высокий уровень её продукции и, главным образом, коммерческий критерий оценки качества произведений не отменяют того очевидного факта, что массовая культура предоставляет человеку невиданное ранее изобилие символических форм, образов и информации, что делает восприятие мира многообразным, оставляя за потребителем право выбора «потребляемого продукта».

Итак, массовая культура – это феномен современности, порождённый определёнными социальными и культурными сдвигами и выполняющий ряд достаточно важных функций. Массовая культура – это та форма, которую принимает культурное развитие в условиях постиндустриальной цивилизации, это - образ жизни современного человека культуры массового потребления.

УДК 168.522

Студ. А.С. Андреева  
Рук. С.Ф. Масленникова  
УГЛТУ, Екатеринбург

## **КЛАССИЧЕСКОЕ ХУДОЖЕСТВЕННОЕ НАСЛЕДИЕ И СОВРЕМЕННАЯ МОЛОДЕЖЬ**

Проблема отношения к классическому художественному наследию, на наш взгляд, очень важная и актуальная. Сейчас многие спорят о роли куль-