



*Социологические науки*

**УДК 008:316.33**

**Е.Г. Исазаде**

**Исазаде Елизавета Георгиевна**, бакалавр 2 курса направления подготовки «Социально-культурная деятельность» Краснодарского государственного института культуры (Краснодар, ул. им. 40-летия Победы, 33), e-mail: liza.nozdina.01@mail.ru

Научный руководитель: **Павлова Ольга Александровна**, доктор филологических наук, доцент кафедры социально-культурной деятельности Краснодарского государственного института культуры (Краснодар, ул. им. 40-летия Победы, 33), e-mail: lexfati72@mail.ru

## **ВЛИЯНИЕ МАССОВОЙ КУЛЬТУРЫ НА СОВРЕМЕННОЕ ОБЩЕСТВО**

Влияние массовой культуры на современное общество является значительной проблемой. Она влияет на поведение и характер людей, особенно детей или подростков, потому что в этом возрасте происходит социализация личности. Поэтому ее способность делать из индивидуума «массового» человека остается значимой проблемой в современном обществе.

**Ключевые слова:** массовая культура, современное общество, молодежь, влияние.

**E.G. Isazade**

**Isazade Elizabeth Georgievna**, student of 2nd course of SKA/bac-19 group of faculty of social and cultural activities and tourism of the Krasnodar state institute of culture (33, im. 40-letiya Pobedy st., Krasnodar), e-mail: liza.nozdrina.01@mail.ru

Academic Supervisor: **Pavlova Olga Aleksandrovna**, Doctor of Philology, Associate Professor of the Higher Attestation Commission, Associate Professor of the Department of Social and Cultural Activities of the the Krasnodar state institute of culture (33, im. 40-letiya Pobedy st., Krasnodar), e-mail: lexfati72@mail.ru

### **INFLUENCE OF MASS CULTURE ON MODERN SOCIETY**

The influence of mass culture on modern society is a significant problem. It affects the behavior and character of people, especially children or adolescents, because at this age the personality is socialized. Therefore, its ability to make a mass person out of an individual remains a significant problem in modern society.

**Key words:** mass culture, modern society, the youth, influence.

«Культура – это процесс и результат внеприродного бытия человека, способ преобразования его природных задатков и возможностей, условия развития творческих способностей личности и гуманизации общества» [5, с. 15], поэтому следует отметить, что так или иначе, общество не может существовать без культуры. Кроме того, она тесно взаимосвязана с современным человеком, помогая создавать творческий процесс вне зависимости от внешних факторов, подстраиваясь к ее условиям.

На первый взгляд, культура выступает как средство возвышения человека, совершенствования духовной жизни и нравственности людей. Но есть и другая сторона, где культура рассматривается как имеющийся в действительности,

реально существующий и исторически изменяющийся образ жизни людей. И когда мы рассматриваем культуру определенного народа и конкретной эпохи, то понимаем, что не все в ней возвышает человека и способствует его духовному совершенствованию.

Существует несколько форм культуры, одна из которых влияет на современное общество в большей степени. Выделяют три основные формы культуры – массовая, элитарная, народная. Также существуют и другие формы культуры: художественная, духовная и материальная, научная, политическая и социальная, молодежная, городская и сельская. Они тоже имеют свое значение в обществе, но их рассматривают как дополнительные формы культуры.

Массовая культура является актуальной и востребованной в нашем обществе. Она активно начала развиваться на рубеже XIX–XX вв. на Западе. С ее появлением сложились две стороны представления культуры. С одной стороны, массовая культура является тем, что создал человек сам, его деятельностью, а с другой – эта же культура оказывает влияние на людей, создавая из них раба. Другими словами, это не просто индустрия, которая производит «массового» человека, но еще и комплекс духовных ценностей и эстетических принципов, отвечающих вкусам и запросам массового потребителя и формирующих их у него.

В повседневную жизнь вошло понятие «массовая культура», которая далеко не всегда способствует возвышению человека, имея мало общего с настоящей культурой и искусством, так как создание произведений массовой культуры поставлено на поток, как производство любого товара, целью в такой ситуации является больший процент потребителей.

Идеи, которые заложены в массовой культуре, обретают самый короткий путь к сознанию и сердцу зрителя. Она имеет упрощенный, ненавязчивый характер, доступный каждому человеку.

Чтобы массовая культура была наиболее популярна, ей помогают агенты взаимодействия между массовой культурой и обществом – средства массовой информации, а именно: телевидение, интернет, радио, печатные издания. Это источники, от которых мы каждый день получаем какую-либо информацию. Они сопровождают нас и становятся все более необходимыми, а мы становимся все сильнее зависимыми от них.

Одну из значимых ролей в жизни современного общества играет то, что показано или сказано в телевизоре, радио, либо написано в интернете, наиболее реже то, что напечатано в газетах, поэтому воздействие на человека оказывается постоянно. Так как большая часть общества не хочет выискивать суть и вникать в глубину мысли произведения, а хочет лишь отдохнуть от всей умственной нагрузки, то массовая культура как раз рассчитана на аудиторию, которая не требует никакого напряжения для восприятия. В итоге, «у человека остается все меньше действительного, настоящего досуга, наполненного размышлениями, общением с самим собой, становлением собственной души, ее осознанием и воспитанием» [1, с. 22].

Поэтому для нашего современного общества доступность и повторяемость, «клиповость мышления» стали признаками, характеризующими вовлеченность человека в массовую культуру. Ведь люди все чаще стали впитывать и потреблять все, что производится, это касается как молодежи, так и старшего поколения. Молодежь является превосходной аудиторией для массовой культуры, так как больше подвержена манипулированию со стороны электронных источников, но тем не менее старшее поколение не в меньшей степени становится «заложником» той информации, которая предоставлена им в печатных источниках и телевизорах.

На данный момент большое значение в современном обществе имеет интернет и телевидение. Если рассматривать влияние массовой культуры на детей или подростков, то можем с точностью сказать, что это та возрастная

категория, на которую направлено ее наиболее сильное влияние. Большинство детей и подростков проводят значительную часть своего времени в интернете или за телевизором. В этот возрастной период они знакомятся с тем, как выполняется социальная роль людьми, и, конечно, начинают подражать поведению, манерам главных или второстепенных героев. Как правило, это не всегда входит в рамки нравственного поведения, принятого в окружающей среде. «Культура изначально является эффективным инструментом целенаправленного «конструирования» личности» [5, с. 49]. Такая аудитория как раз на стадии формирования личности, и от того, какая культура влияет на него, зависит умственное и моральное развитие в дальнейшем. И важно учитывать тот факт, что массовая культура оказывает весьма значительное социализирующее влияние, поэтому проблема ее воздействия на детей и подростков становится особенно актуальной.

СМИ, фильмы, сериалы и т.д. ориентированы на молодежную аудиторию. Молодежь пребывает в таком состоянии, когда они становятся уже взрослыми, живя и действуя самостоятельно, у них появляются новые проблемы и заботы, и чтобы оградить себя от этих трудностей, А.А. Зиновьев отмечает: «Массовая культура, компенсируя чувство беспомощности среднего человека, создает образы суперменов, преодолевающих те препятствия, которые в практике непреодолимы... У них нет проблем... эти сказки не уменьшают стрессов, но хотя бы на время, перед уходом в сон, приносят состояние сладкой дремы» [4, с. 4]. Молодежь называют продуктом манипулирования современной культуры, так как считают, что их разум находится в процессе развития, и поэтому легко поддается управлению извне. Они воспринимают новые воображаемые идеалы, компенсируя ими ценностный вакуум, образовавшийся в современной культуре.

Но нельзя не отметить, что массовая культура также влияет и на взрослых людей, в частности, и на старшее поколение. Они находятся в том возрастном периоде, когда все, что показывают по телевизору или пишут в газетах, –

правда. Это происходит потому, что для них это единственный источник информации, и больше ее негде черпать.

Реклама также оказывает большое влияние на общество. Рекламодатели преподносят свой продукт под видом социальной рекламы, которая оказывает воздействие на человеческие эмоции и чувства, так как это очень выгодный вариант. Такой подход представляет собой некое манипулирование обществом, рекламодатель внушает, что данные действия, или данная продукция, необходимы нам, и люди действуют так, как было сказано в рекламе. Как правило, такая социальная реклама в немалой степени оказывает влияние не только на молодежь, но и на взрослых и детей.

Конечно, нельзя исключать и того факта, что массовая культура имеет не только негативное влияние, но и положительное. К положительным моментам можно отнести доступность и распространенность в получении товаров и услуг в сфере культуры, а именно – кино, театр, музыка, литература. Что ведет к развитости, образованности, целеустремленности и активности, а также к самостоятельности. Все зависит от того, насколько правильно мы воспринимаем информацию, данную нам, и насколько мы умеем ей пользоваться и распоряжаться.

Но, к сожалению, негативных аспектов в массовой культуре больше. Популяризация культуры потребления, как писал Олдос Хаксли, «бесчисленное множество людей, равных и одинаковых, будут жить в постоянной погоне за все новыми и новыми удовольствиями» [4, с. 1]. Формирование завышенных ожиданий и требований к обществу, ориентирование на сферу досуга и развлечения, пропаганда материальных ценностей – это приводит к тому, что у людей снижается значение духовных ценностей, и в дальнейшем развиваются такие качества, как наглость и невоспитанность.

Культура выполняет функции, одними из главных считаются человекотворческая и гуманистическая. «Если человек творит культуру, то и

культура, в свою очередь, творит человека, и эта человекотворческая, или гуманистическая функция культуры, – главная» [5, с. 26]. Человек не может существовать без культуры, потому что это его неотъемлемая часть. Одной из важнейших функций является регулятор общественной жизни и способ социализации личности. Данная функция обычно выполняется через обычаи, традиции или законы. Также существует функция социальной памяти или исторической преемственности. Именно благодаря ей передается социальный опыт человечества, сохраняются знания, духовные и нравственные ценности, накопленные человечеством. Функция свободы играет немалую роль в становлении человека, ведь когда в культуре ставят рамки, ограничивают в чем-либо, то получается не совсем качественный продукт.

С одной стороны, массовая культура осуществляет функцию просвещения, так как задача состоит не только в развлекательном характере, но и в поучительном, нравственном содержании, а с другой – она создает стереотипы красивой жизни, вседозволенности и безответственности за свои поступки.

Таким образом, можно сделать вывод, что массовая культура имеет большое влияние на современное общество. Она за все свое время развития усилила уровень влияния за счет многообразия и совершенствования своих механизмов взаимодействия, а именно – всех средств массовой информации. Поэтому происходит трансформация ценностей и идеалов, а также принципов современного общества. У людей формируются недостижимые ожидания и потребности, стремление к неограниченному потреблению благ, досугу и развлечениям. И по всем этим влиянием массовой культуры происходит стандартизация личности, стираются индивидуальные различия.

### **Список используемой литературы:**

1. *Акопян К.З.* Массовая культура / К.З. Акопян, А.В. Захаров, С.Я. Кагарлицкая и др. – М.: Альфа-М: ИНФРА-М, 2004. –304 с.
2. *Андреев А.Н.* Культурология. Личность и культура / А.Н. Андреев. – М.: Директ-Медиа, 2014. – 255 с.
3. *Багновская Н.М.* Культурология: учебник / Н.М. Багновская; – 3-е изд. – М.: Дашков и К, 2020. – 420 с.
4. *Гофман М.* Культура массам // Аналитика культурологии. – 2008. – № 12. – С. 34–45.
5. *Соловьев В.М.* Культурология: учебник для вузов / В.М. Соловьев. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Директ-Медиа, 2019. – 673 с.