

О.Е. Коханая

Массовая культура и СМИ: современный этап

Важные процессы, происходящие в культуре современного общества, неотрывны от таких понятий, как массовая культура и средства массовой информации, переживающих ныне необычайный расцвет.

Массовая культура становится едва ли не основным поставщиком образцов поведения и моды, нравственных норм и ценностей. Для многих, особенно для молодежи, массовая культура определяет весь стиль жизни, вкусы, предпочтения, устремления и стереотипы мышления и языка. Если на заре своего рождения она выступала как своего рода бунт, вызов истеблишменту и обслуживающему его искусству, то с течением времени сама сделалась истеблишментом. Принадлежать к массовой культуре, особенно к шоу-бизнесу, стало не только выгодно с материальной точки зрения, но и престижно.

Массовая культура никогда не имела бы такого высокого значения в современном мире, если бы не ее органические и неразрывные связи с современными СМИ. Сегодня системное гуманитарное образование человека и его воспитание в определенной культурной среде теряет свое значение, поскольку структуры и стереотипы мышления большинства людей, их отношение к жизни, искусству формирует не столько образование, сколько радио, телевизор, газеты и рекламные издания.

Эти знания А. Моль справедливо называет «мозаичными»: они, по сути, случайны и составлены из многих фрагментов, отрывочных сведений, понятий и представлений. Основанная на них культура – это итог беспорядочного потока случайных сведений, усваиваемых через средства массовой информации. Резюмируя, можно сказать, что в

наше время знания формируются в основном не системой образования, а масс-медиа. (А. Моль. Социодинамика культуры. М., 1973. С.45.)

СМИ превратились сегодня в огромный всеохватывающий механизм, который заставил общество работать и жить в диктуемом ими ритме. Непосредственно через СМИ проникает массовая культура в самые широкие слои населения. Через массмедиа происходит процесс «культурной гомогенизации», в ходе которой сходные вкусы и формы «культурного потребления» распространяются как в привилегированных, так и в малообеспеченных слоях. Все общество, к примеру, может убедиться, что «Богатые тоже плачут».

Ныне в руках масс-медиа такие рычаги давления и воздействия, как пресса, радио, телевидение, Интернет, диски, дискеты и кассеты с записями современной музыки и фильмов, репродуцирование произведений живописи, наконец, всесильная и вездесущая реклама.

Массовое тиражирование и копирование произведений классической музыки, живописи, театрального искусства в значительной степени лишили их элитарного характера и уникальности и сделали достоянием повседневного пользования наряду со шлагерами, современными кинофильмами и «мыльными операми», иными словами, тоже ввели их в круг массовой культуры. Таким образом, масс-медиа служат как носителями культуры, так и средствами манипуляции, способными к быстрому и почти тотальному охвату самых широких аудиторий, а главное, является устойчивой сетью проникновения массовой культуры.

Какие же изменения в духовной сфере принесла массовая культура, и что это за феномен?

Главные признаки массовой культуры – общепонятность и общеприятность, независимо от уровня развития читателя, зрителя, слушателя. Здесь главная причина поведения людей усматривается в