

Слайд 1

Уважаемый Председатель и уважаемые члены ГЭК. Вашему вниманию предлагается дипломная работа на тему – Концепция массовой культуры: генезис и развитие в XXI веке.

Слайд 2

Целью данного дипломного проекта является выявление генезиса и динамики концепций массовой культуры в XXI веке. Для достижения поставленной цели были поставлены следующие задачи.

Слайд 3

Популярная культура — явление современное. Его можно использовать для описания популярной музыки, фильмов, книг и даже популярных способов мышления. С самого начала она отличалась от других культур отсутствием исторической и географической основы. Теперь у популярной культуры появился новый способ распространения — Интернет. Популярная культура сегодня имеет большее влияние, чем когда-либо прежде. Хотя её влияние по-прежнему наиболее сильно ощущается на Западе, однако, её присутствие можно наблюдать во всем мире. Независимо от принятых подходов, доминирующим вопросом при анализе реформирования массовой культуры является объяснение того, как и почему меняются культурные нормы. В реформировании популярной культуры повторяются четыре динамики

Слайд 4

Концепция коммодификации аудитории – социологическая теория, по которому контенту и аудитории придаются товарные качества, годные для процессов купли-продажи. Человек – потребитель контента и объект рекламы в то же время, поэтому важно заставить человека потреблять контент как можно больше и чаще. Аудитория – ключевой товар медиакомпаний. СМИ производят, конструируют и подготавливают аудиторию для рекламодателей. А рекламодатели платят СМИ за доступ к подготовленной сконструированной аудитории. Так, по мнению У. Смайта, возникает медиаиндустрия, и происходит полная интеграция массмедиа в систему капиталистических отношений. Функции массовых коммуникаций представлены на слайде. Есть и другой набор функций: новостная, редакционная (обсуждение), социализирующая (передача установок поколениям) и развлекательная.

Слайд 5

Исходный пункт концепции И. Маклюэна – периодизация истории цивилизации на основании критерия – ведущей коммуникационной технологии, средства общения. От устного – к чатам, если кратко.

1. Первый этап – дописьменная цивилизация с устной передачей информации – общинный образ жизни и восприятия мира.
2. Второй этап – письменная цивилизация, эпоха индивидуализма, национализма и промышленных революций.
3. Третий этап – современная культура/ электронное общество / «глобальная деревня». Основное средство коммуникации – электронные СМИ, свойственно многомерное восприятие мира.

Эти этапы сменяли друг друга вследствие появления нового инструмента общения. Сначала мир и культуру изменила письменность, а теперь – цифровизация и Интернет. Также активно происходит и переосмысление первых теорий, затрагивающих массовую культуру.

Слайд 6

В рамках данной работы нами были решены следующие задачи:

1. Выявлены предпосылки возникновения массовой культуры и соответствующей терминологии — это индустриализация, влияние СМИ, роль научно-технического прогресса, появление средств массовой связи, как радио и телевидение. Культура в основном рассчитана на усредненный, не требовательный и не разборчивый вкус большой аудитории, от которой не требует напряжения для восприятия, а это и есть массовая культура: повторяемость, доступность, «клиповость мышления», стремление и желание человека уйти от реальности в виртуальный мир, стали принципами, характеризующими вовлеченность молодежи в массовую культуру. Ведь, молодое поколение является превосходной аудиторией, т.к. впитывает и потребляет с легкостью всё, что производится. Благодаря именно этим качествам и происходит процесс массофикации, т.е. становление массового человека, «подгонки» его под стандарт, изменение мышления и сознания личности.

2. Определены функции, модели и характеристики массовой культуры. Существует ряд общепринятых элементов, составляющих популярную культуру. Например, популярная культура охватывает самые непосредственные и современные аспекты нашей жизни. Эти аспекты часто подвержены быстрым изменениям, особенно в высокотехнологичном мире, в котором люди становятся все ближе и ближе благодаря вездесущим средствам массовой информации. Популярная культура творчески разнообразна, географически рассредоточена, коммерчески разнообразна и политически многогранна по своей природе. Популярная культура — это средство, с помощью которого культура приносит прибыль. Но популярная

культура также берет на себя многие другие важные социальные функции. Генерация норм, поддержание границ, ритуальное развитие, инновации и социальные изменения — вот ключевые социальные функции, которым способствует массовая культура. Эти функции заключаются в том, чтобы производить социальные нормы, устанавливать социальные границы, создавать ритуалы, которые порождают социальную солидарность, генерируют инновации и прокладывают путь к социальным изменениям

3. Определены причины трансформации массовой культуры в XXI веке. В первую очередь, это распространение цифровой среды со всеми сервисами и нововведениями. Расширяющаяся глобализация также способствует размыванию национальных культур, которые оказываются поглощены массовой культурой и становятся ее частью, существуя уже в рамках мейнстрима. Распространение ТНК, неолиберального образа жизни, высвобождение инстинктов и колоссальные капиталы, формирующиеся в 21 веке лишь в массовой культуре — предопределили ее трансформацию и доминирующую роль в современной культурной среде.

4. Проведен анализ основных концепций массовой культуры в XXI веке, и они сопоставлены с концепциями массовой культуры XX века. в XXI веке было сформировано или стали известными достаточно много различных концепций массовой культуры: от информационного общества до постиндустриального общества, от коммодификации аудитории до концепции «глобальной деревни». Нельзя сказать, что эти теории являются сугубо культурными, переплетая в себе различные сферы жизни: социологию, теорию СМИ, технический прогресс и т. д. На рубеже XX-XXI веков человечество совершило гигантский скачок в развитии, и эта тенденция продолжает набирать обороты, а люди уходят в метавселенную. Мир становится все сложнее и разнообразнее, поэтому неудивительно, что концепций массовой культуры появляется всё больше, и они всё удивительнее. В сравнении с концепциями XX века современные концепции отличаются оригинальностью, разнообразием, бесконечностью и постоянным изменением в ритме изменения самого общества и мира вокруг. Зачастую они являются интегрирующими: массовая культура и политика, массовая культура и религия, массовая культура и технологии, и т. д.

Таким образом, все задачи решены, и цель исследования достигнута.

Слайд 7

Таким образом, Цель работы достигнута.

Спасибо за внимание!