



В.Н. Карпенко, Н.В. Ходарева

Народное хореографическое искусство сквозь призму средств массовой информации и общественного влияния

В данной статье рассматривается проблема сохранения и популяризации художественной народной культуры через средства массовой информации и творческие мероприятия. Особое внимание уделено влиянию масс медиа на уровень культуры населения. Авторами обосновывается мысль о том, что на сегодняшний день уровень культуры населения поддерживается популяризацией спорта, активного образа жизни, в частности хореографией. Формат конкурсов и фестивалей позволяет студиям, ансамблям выходить на новый уровень, тем самым актуализируя интерес к народной хореографической культуре. Кроме того, поднимается важность воздействия медиа на аудиторию. Федеральные и специализированные телеканалы имеют танцевальные и общекультурные программы. Народная культура, ее просвещение и уровень, зависит не только от количества имеющихся танцевальных ансамблей, но и пропаганды в источниках распространения информации.

Ключевые слова: народная культура, танцы, телевидение, средства массовой информации.



Актуальность сохранения культуры остро стоит перед многими странами и народами. По прошествии сотен лет одни культуры либо уничтожались насильно, либо исчезали сами по себе спустя время. Однако немногим удалось сохранить культурную аутентичность.

Сохранение традиций и историко-культурного наследия в современном мире становится проблемой, что актуализирует

ся обычно при наличии угрозы исторической идентичности. В данный момент, в процессе глобализации, эта угроза исходит от размывания национально-культурных границ. С одной стороны последствия несут грубо негативный окрас, который выражается в смещении внимания с опорных ценностных ориентиров на их подмену. Кроме того, происходит подмена понятий, что приводит к опошлению и стереотипному мышлению.

С другой стороны размывание культурных границ приводит к обратной тенденции, а именно попытке их отстоять, вернуть их, либо же начертить заново, но не факт, что новые границы будут морально, а главное исторически точными. Соблюдать точность в исторически значимых для народа элементах культуры сложнее всего.

Проблема состоит также в том, что в деревнях и глубинках, где собственно и образовался фольклор как таковой, что включал в себя и народность, и традиции, и устои, спустя время теряет свои границы, фактуру, историческую глубину и значимость. В тех же глубинках, если говорить о России, было заложено многими поколениями основы народной культуры.

Цель нашей работы сделать обзор на культурную составляющую, в основном танцевальную, ее полноценность и значимость в обычной жизни человека через призму каналов влияния на население, как средства массовой информации, и специализированных массовых мероприятий.

Социум держится на ценностях, религии, общественных нормах и правилах, традициях, и др. Однако, давно наблюдается тенденция преобладания низкой культуры, что проявляется в основном в языковой составляющей. Особенно это ярко выражено в медиа. Средства массовой информации не просто подстраиваются под потребности аудитории, но почти полностью игнорируют высокую культуру. Выполняя одну из своих функций, образовательную, средства массовой информации отошли от высокой культуры, пропагандируя низкую культуру, а она в свою очередь выполняет уже основную развлекательную функцию медиа.

Масс медиа играют важную роль в жизни человека, а значит, имеют на него влияние. В зависимости от степени погруженности в информационный поток и потребления информации медиа формируют массовое сознание. Через пропаганду и не

только, средства массовой информации сегодня снижают уровень высокой культуры, подстраиваясь под потребности аудитории. В некоторых случаях культуры нет совсем и вместо высокой, идет массовая со сниженными параметрами. Культивируется через медиа поведение, образ мыслей народа, его вкус и общеобразовательный уровень.

Воздействие медиа заключается не столько в убеждении реципиента и изменении его установок, но в способности привлечь к определенному кругу вопросов. Самое сложное в медиа-воздействии это отследить, как именно транслируемая информация трансформировалась в человеке и какие изменения за этим могут последовать.

В условиях современной российской действительности отсутствуют эмпирически доказанные факты влияния средств массовой информации на общественное мнение. Российские медиа были и продолжают быть в роли манипулятора общественного мнения, подверженными политической ангажированности.

Один из вариантов отслеживания влияния медиа на аудиторию – это новости на телевидении. Так как поводов для освещения достаточное количество и невозможно за короткий срок эфира, выделенного под новостной блок, охватить все, что формируется определенной системой отбора информационных поводов, из которых в итоге и получается новостной выпуск. Это называется повесткой дня. Исследователи Д. Шоу и М. Маккомбс называли повесткой набор сюжетов и проблем, которые наиболее важны для общества на сегодняшний день.

В свою очередь Э. Ноэль-Нойман немецкая исследовательница общественного мнения доказала, что предполагаемую повестку дня как раз формируют средства массовой информации, то есть те представления, что обсуждаются в обществе.

Обычно выделяют три вида повесток дня: политическую, общественную и информационную. Главная задача редакции отобрать среди новостных поводов важные и интересные, которые в свою очередь и сформируют повестку дня. Однако средства массовой информации не могут полностью охватить информационные поводы, поэтому часто информационная и общественная повестка дня различаются.