

*Е. Е. Корсакова,
доцент кафедры белорусской и мировой
художественной культуры
Белорусского государственного
университета культуры и искусств*

РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ ДОСТИЖЕНИЙ ХУДОЖЕСТВЕННОЙ КУЛЬТУРЫ БЕЛАРУСИ В СРЕДСТВАХ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ: АКСИОЛОГИЧЕСКИЙ АСПЕКТ

Репрезентация достижений художественной культуры в отечественных и зарубежных средствах массовой информации играет значительную роль в формировании и воспитании молодого поколения. Именно средства массовой информации могут способствовать выработке системы ценностных ориентиров общества в области художественной культуры.

Современная актуальная практика на сегодняшний день выдвигает для репрезентации не только искусство в различных видах и жанрах, но и образы, пространства, жесты, способные вызвать новые смысловые ситуации. Понимание и представление различных форм и практик современной культуры, а так же историко-культурного наследия требует выявления четких ценностных ориентиров общества. Средства массовой информации в данном контексте должны способствовать формированию имиджа страны в современных социально-экономических условиях и представлять художественную культуру как наиболее эффективный ресурс позиционирования страны на отечественную и зарубежную аудиторию.

Среди составляющих имиджа страны наиболее значимыми являются оценочные характеристики, эмоциональные и рациональные представления социальных субъектов о прошлых и настоящих событиях в основных сферах жизнедеятельности общества, в том числе о государственном устройстве, об экономическом положении страны, исторических, национальных и культурных традициях, о достижениях в культуре и искусстве, науке, образовании, ценностных ориентирах общества и т. д.

Деятельность средств массовой информации должна

способствовать формированию ценностных ориентиров общества и распространению в обществе системы взглядов на мир. Это связано в первую очередь со спецификой медиатекста, который является не только средством хранения и передачи информации, но и средством «трансформации ценностей» [1].

Необычайная сложность структуры медиасреды любого современного государства, и Республики Беларусь в том числе, обуславливается включенностью в нее духовной и материальной культуры, общественного сознания, теснейшими связями с экономикой и различными социальными институтами. Белорусские средства массовой информации развиваются в триединстве общемировой, национальной и региональной медиасреды. Именно это триединство призвано обеспечить успешную социализацию человека. Общеизвестным фактом стало доминирование в современных медиа электронной культуры, значимой частью которой являются телевидение (во всех его формах – кабельное, цифровое и спутниковое), компьютерные каналы и Интернет-сайты.

Сложно переоценить значение искусства в процессе формирования ценностных ориентаций и отдельного человека и общества в целом – именно искусство выступает для них как этический императив.

Система ценностей художественной культуры чрезвычайно сложна, что подтверждается в трудах известного ученого М. С. Кагана, считающего, что «художественная ценность является во всех случаях интегральным качеством произведения искусства, в котором сплавлены нередко противоречиво соотносящиеся друг с другом его эстетическая ценность и нравственная, и политическая, и религиозная, и экзистенциальная» [2]. В системе ценностей художественной культуры выделяются следующие основные уровни:

- художественный;
- эстетический;
- этический;
- гражданский;
- материальный.

Ни один из уровней не является строго обособленным. Уровень эстетической ценности произведения искусства является сложным и многогранным социокультурным явлением, которое оказывает

существенное и разностороннее влияние на художественное бытие современного общества.

Таким образом, значимость репрезентации ценностей художественной культуры в массмедиа повышается в связи с тем, что утилитарная или потребительная ценность вещей имеет неуклонную тенденцию к трансформации в ценность символическую или демонстративную. В любом предмете культуры качества символа либо уже актуальны, либо потенциальны. Именно совокупность предметов культуры как символов складывается непосредственно в материал культуры и функционирует в нем. Символы обладают наибольшим репрезентативным потенциалом, поскольку выступают в качестве элемента всеобщей коннотативной взаимосвязи, а средства массовой информации оказывают непосредственное влияние на уровень этой ценности или стоимости произведения.

1. *Ерофеева, И. А.* Аксиология медиатекста в российской культуре (репрезентация ценностей в журналистике начала XXI в.) : автореф. дис. ... д-ра филол. наук : 10.01.10. / И. А. Ерофеева. – СПб., 2010. – 46 с.

Каган, М. С. Философская теория ценности / М. С. Каган. – СПб. : Искусство, 1997. – 315 с.