

Синькевич Д.А., студ. 302 гр.

Научный руководитель – Филиппенко В.В.

## **ОСОБЕННОСТИ ВЛИЯНИЯ МАССОВОЙ КУЛЬТУРЫ НА КУЛЬТУРОТВОРЧЕСТВО ЛИЧНОСТИ В УСЛОВИЯХ СОВРЕМЕННОГО БЕЛОРУССКОГО СОЦИУМА**

Актуальность исследования данной темы обусловлено необходимостью изучения процесса культуротворчества личности – творческой деятельности «по созданию нового культурного продукта на благо культуросозидания и осуществляемая с помощью интеграции определенных личностных качеств» [1, с. 118]. Культуротворческая деятельность как способность личности порождать новые культурные смыслы, нормы, ценности, а так же как процесс интерпретации и оценки уже существующих культурных смыслов присуща как традиционной, так и массовой культуре (В.Н. Леонтьева). Массовая культура, находясь в тесной связи с культурой традиционной, выполняет одну из важных функций: облекает традиционную культуру в общедоступную и понятную форму культуротворческой деятельности личности в современном социуме.

Появившись в начале 40-х гг. XX века, термин «массовая культура», условно обозначавший культуру так называемого «среднего класса», составляющего в указанный период численное большинство населения мирового социума и обусловленный своим появлением формированию новых социальных слоев, получивших доступ к полноценному образованию, но не принадлежащих к элитарному обществу, а так же благодаря масштабному развитию средств массовой информации, на данном этапе культурогенеза уже стала одной из основных форм культуротворческой деятельности личности в современном мировом

социуме. Непосредственно массовая культура, объединяющая людей в социальное и культурное целое, становится тем средством, уравнивающим как привилегированные, так и малообеспеченные слои населения: продуктами массовой культуры, как результатом культуротворческой деятельности, пользуются все слои населения, вне зависимости от социального статуса, материального положения, вероисповедования.

Очевидно, что продукты массовой культуры, рассчитанные на многомиллионную аудиторию, в отличие от продуктов культуры элитарной, по качеству и уровню восприятия не требуют особой подготовки в толковании и понимании передаваемых ею культурных кодов. Однако, являясь порождением человека в результате акта культуротворчества, продукты массовой культуры неправомерно относить к чему-то «низшему», некачественному, второстепенному, незамысловатому, во-первых, потому, что любой продукт, возникший в результате творческой деятельности – уникален и неповторим. Во-вторых, как отмечают современные ученые-культурологи, массовая культура, ее продукты, избавляет человечество от угрозы социального хаоса, защищают от социальных изменений, возникающих в результате революций, привносящих человеку сомнения и страдания, выступают гарантом социального спокойствия [2, с. 295].

Отметим, что развитие средств массовой коммуникации позволило носителям разных культур беспрепятственно и постоянно находится во взаимоотношениях и взаимосвязях. Так, благодаря развитию средств массовой коммуникации, Республика Беларусь взаимодействует и вступает в межкультурный диалог с представителями иных культур. Беларусь получила не только широкий доступ к культурным шедеврам и образцам мирового культурного наследия других государств, но и стала популяризировать и представлять свои культурные нормы и ценности за

пределами государства. Массовая культура поспособствовала пониманию культурных различий, существующих у представителей различных народов, создав при этом универсальный язык взаимоотношения. Примером тому является организация и последующее развитие различного рода международных конкурсов и фестивалей в области массовой культуры, способствующих интеграции и межкультурному обмену, в которых Беларусь принимает активное участие. К ним относятся: ежегодный конкурс песни «Евровидение», Международный песенный фестиваль популярных и народных песен «Восточный базар» (Россия, г. Ялта); музыкальный фестиваль рок музыки под открытым небом «МОСТ» (Беларусь, г. Минск); ежегодный международный конкурс исполнителей эстрадной песни «Витебск», проводимый в рамках международного фестиваля искусств «Славянский базар в Витебске» (Беларусь, г. Витебск) и другие социокультурные мероприятия международного формата.

Благодаря межкультурному диалогу, традиционная культура определенной нации, этноса наполняется нормами и ценностями других культур. Так, некоторые культурные традиции, начинают видоизменяться, под влиянием традиций других культур. С одной стороны, это позволяет легкой адаптации личности в условиях современного, постоянно меняющегося социума, а так же позволяет бороться с психологической перегрузкой, возникающей под влиянием большого потока иных, чужих культур. Но, вместе с тем, такого рода «культурный компромисс» вносит хаос в систему ценностей определенной культуры. Сохранить национальное самосознание, культурную самобытность личности в процессе культурного взаимообмена и взаимодополнения призваны акты культуротворчества в традиционной культуре. На данный момент существует большое количество межэтнических фестивалей, продвигающих и популяризирующих самобытность культур различных

народов и этносов. К таким фестивалям можно отнести: Республиканский фестиваль фольклорного искусства «Берагіня» (Беларусь), который собирает гостей из Беларуси, России, Украины и Польши и по праву является международным мероприятием; Международный Фестиваль Музыки, Искусства и Фольклора «Подляска Октава Культур», который направлен на сохранение народной культуры Польши и этнических белорусов, проживающих в Белостокской области; Международный фестиваль народной музыки «Звіняць цымбалы і гармонік» (Беларусь, д. Поставы); этно-фолк-фестиваль «Камяніца» (Беларусь, Минская область,); Международный фестиваль православных песнопений «Коложский Благовест» (Беларусь, г. Гродно); Международный фестиваль духовной музыки «Магутны Божа» (Беларусь, г. Могилев); Международный праздник традиционной культуры «Браславские зарницы» (Беларусь, г. Браслав); Международный фестиваль нового этно «Вольнае паветра» (Беларусь, хутор Шабли,) и другие.

Необходимо отметить, что Беларусь в силу своего геополитического положения включена в большое количество информационных потоков. Как правило, наиболее доступными и легко усваиваемыми, приходящими в нашу страну как с Запада, так и Востока, являются продукты массовой культуры, являющиеся в большей степени формой популяризации рекламы зарубежных транснациональных компаний, разрабатывающих и осваивающих почву своих товаров на новых рынках. Основной потребитель данного культурного продукта – это молодежь и подростки, будущий гарант устойчивости и стабильности национальной культуры и белорусской нации. Зачастую в данной ситуации национальные и духовные интересы ущемляются и заменяются коммерческими, что в итоге отражается и на сознании людей: оно подвержено изменениям системы ценностей и установок в сторону материальных благ, следованию

определенному, основанному на классической экономической формуле «Т-Д-Т'», образу жизни. Моральные принципы и эстетические ценности, являющимися основными показателями духовности, стабильности и интеллектуальной развитости общества, не редко отходят на второй план, а на первый план выступает гедонизм и личностный комфорт. На наш взгляд, в республике предпринимаются попытки противостоять данной тенденции, о чем свидетельствуют популярность акций, связанных с белорусскими традициями. С каждым годом все популярней у современных белорусов становится организация свадебных торжеств в народных традициях с использованием древних национальных обрядов; украшение телефонов, автомобилей, одежды, рабочих мест в красно-белые цвета и национальный орнамент. Повышается интерес к таким явлениям, как современная фолк-музыка, реконструкция и стилистика жилых помещений и зданий в соответствии с фольклорными традициями, национальная кухня, танец, быт и, самое главное, к родному языку, являющемуся семиотическим базисом культуры, ее фундаментом, способствующим сохранению национального самосознания и идентичности. Данное проявление интереса к многовековым культурным традициям благотворно сказывается на всей динамике культуры, являясь тем связующим звеном, объединяющим белорусский народ в одно единое целое с его прошлым и настоящим, предотвращающим утрату уникальности и самобытности нации, и являющееся вектором, определяющим дальнейший путь развития белорусской культуры.

Таким образом, продукты массовой культуры, получаемые в результате акта культуротворчества личности, на данном этапе развития белорусского социума способствуют, во-первых, нивелированию разрыва между массовой и элитарной культурами, а, во-вторых, сохранению национального самосознания, национальной идентичности, культурной

самобытности, помогая носителям культурных норм и ценностей адаптироваться к новым социальным реалиям.

---

1. Филиппенко, В.В. Детерминанты творчества личности: культурологический аспект / В.В. Филиппенко // Вестник Полоцкого государственного университета. Сер. Е, Педагогические науки. – 2013. – № 15. – С. 154–157.

2. Культурология : учебник для бакалавров / под ред. Ю.Н. Солонина, М.С. Кагана. – М. : Юрайт, 2012. – 566 с.

Сиротко Ю.П., студ. 2116 гр.

Научный руководитель – Смаргович И.Л.

## **ПРОБЛЕМЫ КОНЦЕПТУАЛЬНО-ОБРАЗНОГО РЕШЕНИЯ КОНЦЕРТНО-ЗРЕЛИЩНЫХ ПРОГРАММ**

Концертно-зрелищные программы являются одним из наиболее востребованных популярных видов досугового развлечения в современном мире, поскольку они удовлетворяют потребность человека в отдыхе, развлечении, созерцании зрелищ, в восприятии эстетически грамотно оформленных форм культуры.

Концертно-зрелищная программа – это одна из наиболее универсальных и всеобъемлющих форм культурно-досуговой деятельности, разыгрываемая перед публикой, обращенная ко всем способностям чувственного восприятия, допускающая в известных ситуациях непосредственное вовлечение публики в сценическое действие