



**АНТИПКИНА Елена Николаевна**

кандидат философских наук,  
доцент кафедры театрального искусства  
и народной художественной культуры  
Национального исследовательского Мордовского государственного  
университета имени Н. П. Огарёва,  
Саранск, Российская Федерация

**Elena N. ANTIPKINA**

Cand. Sci. (Theory and History of Culture), Assoc. Prof.,  
Ogarev Mordovia State University,  
Saransk, Russian Federation,  
[elana19@mail.ru](mailto:elana19@mail.ru)



УДК 316.75-021.3:004.738.5  
ГРНТИ 13.07.26  
ВАК РФ 24.00.01

DOI: 10.36343/SB.2019.20.4.010

**Проблема трансляции  
культурных ценностей  
в современном  
медиапространстве<sup>1</sup>**

**The Problem of Transmitting  
Cultural Values  
in the Modern Media Space<sup>2</sup>**

Актуальность статьи обусловлена необходимостью анализа проблемы трансляции культурных ценностей в современном медиапространстве посредством Интернета, телевидения и кинематографа. Сегодня аудиовизуальные средства массовой коммуникации являются главными проводниками идей, традиций, ценностей, а также важнейшим институтом управления общественным сознанием, на что в настоящих изысканиях сделан особый акцент. Статья носит междисциплинарный характер, поскольку объединяет исследования в области культурологии, философии, журналистики и медиакоммуникации. Теоретико-практическая значимость и научная новизна работы заключается в предпринятой автором попытке исследовать сущность аудиовизуальных технологий в процессе трансляции культурных ценностей.

*Ключевые слова:* культурные ценности, ценности культуры, информационно-коммуникационные технологии, медиапространство, медиакультура, Интернет, киноискусство, телевидение.

В настоящее время происходят важные социокультурные изменения, в рамках которых мы наблюдаем возрастание роли инноваций, активное развитие информаци-

онно-коммуникационных технологий, формирующих медиапространство. Понятие «медиапространство», введенное в научный оборот в конце XX в., до сих пор не получило точной

<sup>1</sup> Материал подготовлен при финансовой поддержке Российского фонда фундаментальных исследований и Правительства Республики Мордовия. Проект № 18-49-130003.

<sup>2</sup> The study is supported by the Russian Foundation for Basic Research and the Government of the Republic of Mordovia, Project No. 18-49-130003.

дефиниции. В широком смысле оно употребляется, когда речь идет о системе использования потоков информации, поэтому его часто можно встретить в качестве синонима таких терминов, как «информационно-коммуникационное пространство», «телекоммуникационное пространство», «медиасреда», «медиа-система» и т.д.

Многие исследователи считают возможным рассмотрение соотношения понятий «медиапространство» и «информационное пространство». Так, исследователь Н. А. Хлопаева считает медиапространство частью информационного пространства, подтверждая это тем, что сборщиками, обработчиками, производителями, распространителями, интерпретаторами информации являются печатные и аудиовизуальные средства массовой информации, служащие источником социальной информации — центральной категории информационного пространства [10]. Продолжает эту линию исследователь Н. Пономарев, который под информационным пространством понимает множество всех сообщений, транслирующих социальный опыт и формирующих медиапространство как область всего информационного пространства [10].

Медиапространство представляет собой ценностное пространство современных средств массовой информации, в котором происходит ценностное взаимодействие индивидов и групп в процессе сбора, производства, популяризации, потребления и трансляции информации. В связи с этим важно сохранить механизм преемственности культуры, наследования традиций, культурных и иных ценностей и норм, то есть трансляции социального опыта.

Ключевыми компонентами человеческой культуры являются духовные ценности, «благодаря которым человек реализует себя как творческую и нравственную индивидуальность: созидает (и интерпретирует) художественные произведения, оценивает поведение окружающих и свое собственное и т.д.» [7, с. 5]. Поэтому нельзя игнорировать такое особое свойство личности, как духовность. Духовность формируется в процессе творческой деятельности, направленной на создание, распространение и усвоение духовных богатств.

При этом творчество оценивается с позиции его способности передать опыт и потенциал к тому, чтобы произошел обмен этим опытом, а искусство рассматривается как «форма организации опыта, особенно учитывая его воздействие на зрителя или аудиторию» [6, с. 79].

В данной статье предпринята попытка рассмотреть проблему трансляции культурных ценностей средствами визуальных информационно-коммуникационных технологий (Интернет, телевидение и кино), а также определить степень влияния фиксируемой и транслируемой информации на формирование определенной картины мира социума. В связи с этим актуальной становится тема передачи культурных ценностей подрастающему поколению в современном медиапространстве.

В наши дни духовным ценностям отводится особая роль при решении проблем национального единства и национальной безопасности России. По мнению исследователя О. Н. Астафьевой, «системой духовных ценностей определяется то, что наиболее значимо для человека, что ему особенно важно и дорого, на что он ориентируется в своей практической деятельности» [4, с. 177]. Каждое общество, продолжает исследователь, формирует свою систему духовных ценностей, которая соответствует идеалам и потребностям членов этого общества, а также характерным особенностям именно данного типа культуры.

К стратегически важному достоянию российской культуры относятся традиционные духовные ценности. Они сформировались на протяжении многолетней истории развития нашего государства и отражают главные отличительные черты России как единой национальной, культурно-цивилизационной общности. Традиции всегда несут на себе отпечаток исторического времени — и в том, что они привносят из прошлого, и в том, как они воспринимаются в настоящем. Они заранее систематизируют наше понимание и обеспечивают основу для интерпретации и оценки того, с чем мы сталкиваемся и что испытываем в мире. Сохранность культурных и нравственных ценностей, норм поведения, русского языка как государственного, других языков народов России, традиций и обычаев,

объектов материальной культуры, имеющих историческое, художественное, научное, или иное культурное значение, оказывает существенное влияние на формирование международного образа России.

Национальные духовные ценности вкупе с достоянием всей мировой культуры (речь о её подлинных образцах) составляют концептуальное ядро отечественной культурной политики, в том числе и политики, ориентированной на определенную социальную группу — молодежь. И от того, какова будет иерархия ценностей, составляющих это ядро, во многом зависит будущее российского общества. В связи с этим повышается значимость динамики ценностей, от которой зависят нравственные ориентиры молодого поколения и дальнейшее определение контуров развития России.

Роль культуры в формировании нравственности и социально значимой позиции молодежи несомненна, поскольку именно культура составляет ценностно-смысловую базу национальной самоидентификации каждого человека. Однако в последнее время подрастающее поколение становится более обособленным и отстраненным от официальной культуры, от традиционных культурных ценностей. Молодежная культура одновременно обогащается достижениями мировой культуры и оказывается под активным воздействием массовой культуры, антикультуры и утрачивает многие национальные черты и традиции. Сегодня возникают многочисленные молодежные сообщества и субкультуры, обладающие общей символикой, системой знаков и норм. В рамках функционирования такого рода закрытых систем часто происходит подмена русского языка сленгом и жаргоном, а свойственная им ритуализация расшатывает систему социокультурных практик, формирующих национально-культурную идентичность. Все это негативно сказывается на процессе трансляции последующим поколениям национальных культурных традиций, лежащих в основе социализации и обеспечивающих усвоение ценностей, верований, норм, правил и идеалов поколений предшествующих.

С конца XX века формирование культурно-нравственных ценностей подрастающего

поколения происходит в активно изменяющемся информационно-коммуникационном пространстве, характеризующемся интенсивным развитием глобальных сетей цифровых телекоммуникаций и формированием медиaprостранства. При этом главным фактором развития является создание, сохранение и использование информации и знаний, развитие сферы услуг, обеспечивающей новые виды и формы коммуникации. В данном пространстве информация является предметом массового потребления социума, и прежде всего молодежи. На основе слияния телекоммуникационной, компьютерно-электронной и аудиовизуальной техники формируется единая интегрированная информационно-коммуникационная система.

Основная особенность информационного общества, по мнению О. Н. Астафьевой, заключается в том, что оно впервые в истории человечества формируется как глобальное общество, которое характеризуется, прежде всего, наличием следующих компонентов: мировая «информационная экономика», единое мировое информационное пространство, глобальная информационная инфраструктура, мировая законодательно-правовая система [4, с. 83].

В данных условиях наиболее важным в процессе продвижения культурно-нравственных ценностей представляется использование возможностей медиaprостранства (Интернета, телевидения, кино), а также возможностей, которые создаются благодаря развитию инновационных информационно-коммуникационных технологий. По мнению Н. Б. Кирилловой, активно занимающейся исследованием информационного общества «медиа — это совокупность условий, в контексте которых функционирует медиакультура, то есть сфера, которая через посредничество массовых коммуникаций (печать, радио, ТВ, видео, кино, компьютерные каналы, Интернет) связывает человека с окружающим миром, информирует, развлекает, пропагандирует те или иные ценности, оказывает воздействие на мнения и поведение людей» [3, с. 11]. Для успешной трансляции ценностей необходимо «передавать опыт другим в такой форме, чтобы происходило активное воссоздание

этого опыта — не обдумывая его, не изучая, не воспринимая пассивно, а реагируя на средства передачи этого опыта, которые действительно „переживаются“ теми, кому они предлагаются» [6, с. 79]. Эти формы потребления культурно-досуговой информации становятся более востребованными молодежью, чем традиционные.

Наличие Интернета и само появление медиапространства кардинально расширяют социальную среду человека. При этом интерактивность стимулирует развитие различных форм сетевого взаимодействия: общение в чатах и социальных сетях, участие в вебинарах, онлайн-форумах и дистанционном обучении. Выросло целое поколение молодежи, которое большую часть своей осознанной жизни провело в постоянном контакте с медиапространством, наложившим заметный отпечаток на его ценностные ориентации, осмысление различных социальных процессов и повлиявшим на его социализацию.

Интернет, родившись на Западе, до сих пор в большей степени транслирует западную культуру. Оказываясь во Всемирной паутине, индивид потребляет контент «другой» культуры и интегрируется в чуждую для него культурную среду. Потребляя «неродные» ценности, человек вступает в противоречие с теми ценностями и нормами, которые приняты в его обществе, что вызывает порицание в его социуме.

Создание информационных ресурсов, обеспечение доступа к ним, популяризация культуры средствами новых информационно-коммуникационных технологий, формирование управленческих информационных систем, выполнение государственных программ в области информатизации — вот круг тех вопросов, которые являются первоочередными в рамках культурной политики государства.

При всей эффективности и полезности использования информационно-коммуникационных технологий в сфере культуры необходимо учитывать ряд факторов, связанных с противоречивым характером глобализационного процесса. Интенсификация информационных технологий наряду с положительной стороной не исключает появление отрицательных эффектов. Информационные соблаз-

ны и угрозы — это сложнейшая проблема.

Особенно остро это ощущается, когда современные каналы коммуникации используются для искажения исторической правды, фальсификации тех или иных событий, фактов. Сеть Интернет моментально распространяет информацию по миру. Д. Хелл подчеркивает, что «в сфере передачи новостей это ускорение особенно заметно, поскольку спутниковое вещание, позволяющее показывать живые картины со всего мира, становится доступным всем ведущим теленовостей. Этот вид культурной связи, осуществляемой в реальном масштабе времени, будь то с помощью широко распространенной телефонной сети, радиовещания с места события или видеомоста, — превращает скорость и моментальность в элементы современной культурной глобализации» [9, с. 427–429].

Сохранение культурного наследия представляет собой один из важнейших элементов самосознания людей, способствует их самобытности и связывает общество с его прошлым. Информационное общество должно всеми возможными методами, включая перевод в цифровую форму, собирать и сохранять культурное наследие для будущих поколений.

Значительное место в процессе трансляции культурных ценностей отводится телевидению, главными культууроформирующими функциями которого, по мнению Г. В. Сменцарева, являются: информативная, культурно-просветительская, познавательнорекреативная, смыслообразующая и др. [4, с. 163]. Телевидение является самым доступным средством массовой информации практически для всех категорий российских граждан. Традиционно его рассматривают как способ коммуникации, но в последнее время в медиапространстве телевидение все чаще не только передает информацию, но и раскрывается как художественный феномен современности, как особый вид искусства [5]. Проблемы телевидения обсуждают на самых разных площадках и в самых разных аудиториях. Связано это с тем, что в информационном обществе телевидение выполняет не только функции рекреатора / релаксатора, оно — мощный инструмент влияния на человека, на его культуру, а это

значит, что ТВ через человека, через культуру воздействует и на экономику, и на социальные отношения, и на политику, оно программирует сознание миллионов людей, контролирует их оценки и поведенческие практики. Сегодня трудно переоценить значение телевидения, человек стал зависим от него и без него чувствует себя исключенным из жизни [1].

Не менее важную роль в формировании медиапространства и межкультурной коммуникации играет также один из массовых, доступных и популярных видов искусства XXI в. — кинематограф. Кино считается такой формой культуры, благодаря которой активизируются коллективные и сотруди́ческие по своей сути процессы творчества. Оно является элементом средств массовой коммуникации и транслятором культурных достижений, влияет на формирование мировоззрения личности, а также на принятие или отрицание обществом тех или иных ценностей культуры.

Кинематограф, будучи искусством зрительных подвижных образов, оказывает значительное влияние на внутренний мир человека. Оно направлено на идейно-нравственное воспитание личности во все жизненные циклы, с учетом профессиональных, возрастных и других особенностей зрителя. Благодаря своей технической природе оно охватывает колоссальные по масштабам аудитории, документально фиксирует ценности и демонстрирует их влияние, а также формирует в обществе новые эстетические идеалы, влияющие на формирование ценностей. В последнее время кинематограф постепенно переходит из области искусства в область масс-медиа, всё больше приближаясь по своим сущностным характеристикам к телевидению.

Использование информационно-коммуникационных технологий в сфере культуры, в системе гуманитарного просвещения с целью укрепления системы духовно-нравственных ценностей идет по разным направлениям: развитие аудиовизуальных средств коммуникации, создание национальной электронной библиотеки, создание баз данных, порталов и каталогов движимых и недвижимых объектов культурного наследия. За последние двадцать лет сложилась система, включающая различные информационные ресурсы, которые обеспечивают эффективное формирование современного медиапространства.

Подводя итог вышесказанному, можно сделать вывод, что теория и методология организации процесса культурного воспитания молодежи в условиях формирования медиапространства складываются недопустимо медленно. Духовная жизнь современного общества подвергается огромному количеству внутренних и внешних угроз, нередко провоцирующих разрушение нравственных идеалов, культурных традиций и ценностей, духовного единства, мировоззренческих универсалий как оснований культуры. Сегодня Интернет, телевидение и кино, являясь важнейшими инструментами трансляции культуры, не только отражают действительность, развлекают, просвещают миллионы людей всех возрастов, они являются главным институтом распространения культурных ценностей и залогом национальной безопасности. В связи с этим особенно важно осуществить общественно-правовое регулирование процесса трансляции информации в современном медиапространстве.

**Elena N. ANTIPKINA**

***The Problem of Transmitting Cultural Values in the Modern Media Space***

**Abstract.** The relevance of the article is due to the need to analyse the problem of transmitting cultural values in the modern media space through the Internet, television and cinema. Today, the audiovisual mass media are the main vehicles of ideas, traditions, values, as well as the most important institution for managing public consciousness, which is particularly emphasised in this research. The article is interdisciplinary in nature as it combines research in the field of cultural studies, philosophy, journalism and media communication. The theoretical and practical significance and scientific novelty

of the work lies in the attempt the author makes to investigate the essence of audiovisual technology when transmitting cultural values. The author interprets the term “media space” in an axiological sense, which allows linking it with the mechanism of cultural continuity, inheritance of traditions, cultural and other values and norms, and, in general, with the transmission of social experience. It is emphasised that traditional spiritual values belong to the strategically important heritage of Russian culture. They constitute the conceptual core of the domestic cultural policy, including youth-oriented policies. The author notes that modern youth culture is simultaneously enriched by the achievements of world culture, is under the active influence of mass culture, anti-culture, and loses many national features and traditions. According to the author, the formation of the cultural and moral values of the younger generation takes place in an actively changing information and communication space; therefore, the most important in the promotion of cultural and moral values is the use of the capabilities of the media space (Internet, television, cinema). The author notes that the Internet, born in the West, still broadcasts Western culture to a greater extent. At the same time, the use of information and communication technologies in the field of culture and in the system of humanitarian education with the aim of strengthening the system of spiritual and moral values should become important components of the state cultural policy. At the same time, according to the author, the theory and methodology of organising the cultural education of the youth in the context of the media space formation are unacceptably slow. For the purposes of ensuring national security, it is especially important to carry out social and legal regulation of the broadcasting of information in the modern media space.

**Keywords:** cultural values, values of culture, information and communication technologies, media space, media culture, Internet, cinema, television.

#### Использованная литература:

1. Емелин В. А. Телевидение: стиль и образ постмодерна [Электронный ресурс] // Емелин Вадим. URL: <http://emeline.narod.ru/tv.htm> (дата обращения: 08.05.2019).
2. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура. М.: ГУ ВШЭ, 2000.
3. Кириллова Н. Б. Медиа среда российской модернизации. М.: Академический проект, 2005.
4. Культурное наследие в условиях развития информационного общества: коллективная монография. Челябинск: Челябинская гос. акад. культуры и искусств, 2011.
5. Логинова М. В. Основы философии искусства. М.: Инфра-М, 2013.
6. Негус К., Пикеринг М. Креативность. Коммуникация и культурные ценности. Харьков: Гуманитарный центр, 2011.
7. Словарь философских терминов / Под науч. ред. В. Г. Кузнецова. М.: ИНФРА-М, 2005.
8. Философский словарь / Под ред. И. Т. Фролова. 7-е изд., перераб. и доп. М.: Республика, 2001.
9. Хелд Д. Глобальные трансформации: политика, экономика, культура М.: Практикс, 2004.
10. Юдина Е. Н. Медиапространство как культурная и социальная система. Монография. М.: Прометей, 2005.

#### References:

1. Emelin, V.A. (1999) *Televidenie: stil' i obraz postmoderna* [Television: The Style and Image of Postmodernity]. [Online] Available from: <http://emeline.narod.ru/tv.htm>. (Accessed: 08.05.2019).
2. Castells, M. (2000) *Informatsionnaya epokha: ekonomika, obshchestvo i kul'tura* [Information Era: Economics, Society and Culture]. Translated from English. Moscow: HSE.
3. Kirillova, N.B. (2005) *Mediasreda rossiyskoy modernizatsii* [Media Environment of Russian Modernisation]. Moscow: Akademicheskii projekt.
4. Berestova, T.F. (ed.) (2011) *Kul'turnoe nasledie v usloviyakh razvitiya informatsionnogo obshchestva* [Cultural Heritage in the Development of the Information Society]. Chelyabinsk: Chelyabinsk State Academy of Culture and Arts.
5. Loginova, M.V. (2013) *Osnovy filosofii iskusstva* [Fundamentals of the Philosophy of Art]. Moscow: Infra-M.
6. Negus, K. & Pickering, M. (2011) *Kreativnost': Kommunikatsiya i kul'turnye tsennosti* [Creativity, Communication & Cultural Value]. Translated from English. Kharkiv: Gumanitarnyy tsentr.
7. Kuznetsov, V.G. (ed.) (2005) *Slovar' filosofskikh terminov* [Dictionary of Philosophical Terms]. Moscow: INFRA-M.
8. Frolov, I.T. (ed.) (2001) *Filosofskiy slovar'* [Philosophical Dictionary]. 7th ed. Moscow: Respublika.
9. Held, D. (2004) *Global'nye transformatsii: politika, ekonomika, kul'tura* [Global Transformations: Politics, Economics and Culture]. Translated from English. Moscow: Praxis.

10. Yudina, E.N. (2005) *Mediaprostranstvo kak kul'turnaya i sotsial'naya sistema* [Media Space as a Cultural and Social System]. Moscow: Prometey.

**Полная библиографическая ссылка на статью:**

Антипкина, Е. Н. Проблема трансляции культурных ценностей в современном медиапространстве [Электронный ресурс] / Е. Н. Антипкина // Наследие веков. – 2019. – № 4. – С. 80–86. DOI: 10.36343/SB.2019.20.4.010

**Full bibliographic reference to the article:**

Antipkina, E. N. (2019) The Problem of Transmitting Cultural Values in the Modern Media Space. *Nasledie vekov – Heritage of Centuries*. 4. pp. 80–86. (In Russian). DOI: 10.36343/SB.2019.20.4.010