

СОДЕРЖАНИЕ

Введение………………………………………………………….…………….3

1. Понятие традиционной (народной) культуры…………………………....6
   1. Исторические корни традиционной (народной) культуры………….7
2. Фольклор………………………………………………………………..…10
   1. Значение фольклора для развития традиционной культуры……...11
3. Традиционная культура в фестивальном контексте……………………14
   1. Фестивальная культура………………………………………………14
   2. Специфика региональных фестивалей традиционной культуры.
4. Традиционная культура в медиапространстве……………………...…..18
   1. Определение медиапространства……………………………………19
   2. Особенности освещения традиционной культуры в медиапространстве…………………………………………………...28

Заключение………………………………………………………………...…32

Список используемых источников………………………………………….33

Введение.

Развитие современного общества в специализированной и научной литературе характеризуется преобладанием информационно-коммуникационной сферы. В XX веке в круг исследуемых мыслителями научных тем включаются такие понятия, как «медиа», «масс-медиа», «медиапространство», «медиаиндустрия». Речь идет о возникновении так называемой глобальной медиасферы в результате повсеместного распространения средств массовой коммуникации [1].

Отмечается интегрирующее воздействие массовой информации на общество, меняющее не только представление о действительности, но и саму эту действительность вместе со способами ее преобразования.  
Понятие «медиа» зарождается в английском языке еще в XVI веке с использованием его основного значения «посредник» (мн. ч. от лат. Medium — посредник). Впоследствии термин «медиа» стал применяться в связи с распространением информации при помощи первого массового средства коммуникации — газет. Ныне данное понятие используется в широком смысле для обозначения средств массовой коммуникации (как сокращение от «масс-медиа»), а также в узком — для обозначения технического канала, являющегося посредником при передаче послания от отправителя к получателю (почта, радио, ТВ, Интернет и др.)[2].

Для точного определения понятия «медиа-пространство» важно выяснить, что понимается под пространством. Отметим, что в научной литературе встречается также синонимичное понятие «медиа-среда» (мы также будем считать данные понятия синонимами). Если рассматривать понятие «пространство» в соотношении с понятием «среда», то под пространством можно рассматривать не только форму (вместе со временем) существования бесконечно развивающейся материи, но и некую область распространения чего-либо. Выбранному типу происходящих событий может ставиться в соответствие свое пространство: культурное, экономическое, информационное и прочее. Так, совокупность событий по поводу производства, распространения и потребления массовой информации может рассматриваться как медиапространство (медиасреда).

«Медиапространство может быть позиционировано как особая реальность, являющаяся частью социального пространства и организующая социальные практики и представления агентов, включенных в систему производства и потребления массовой информации» [3]. Отмечается, что феномен включает три формы репрезентации: физическое пространство, пространство социальных отношений и символическое пространство.

В рамках медиапространства преобладает сетевой принцип связи субъектов, осуществляющих отношения по поводу производства, распространения и получения информации. Наличие таких отношений делают возможным существующие каналы и средства передачи информации: телевидение, радио, пресса, Интернет, мобильная связь и иные телекоммуникационные системы. Воспроизводство событий в той части социального пространства, которое названо нами медиапространством, за счет всевозможных каналов передачи информации можно назвать медиаиндустрией[4].  
 Определения понятия «творчество» затрагивают достаточно широкий диапазон проблем: от идеи о том, как справиться с той или иной проблемной задачей, до концепции творческого акта как полного осуществления и выражения всех уникальных возможностей индивида. Проявления творческой деятельности весьма разнообразны. Определенные виды творчества соотносят в основном с материально-практической или к духовной сферами общественной жизни. В зависимости от характеристик сфер деятельности, в которых для успешного решения проблемных ситуаций важна работа творческого мышления, традиционно выделяют следующие виды творчества: научное, техническое, художественное и педагогическое.

Однако формируемое и расширяющееся медиа-пространство, можно сказать, порождает новые специфические направления творческой деятельности, некоторые из которых в научной и специализированной литературе обосновываются как вполне самостоятельные виды творчества. При этом справедливо утверждать, что эти виды творческой деятельности делают возможным и делают все более разнообразным медиапространство. Здесь можно отметить рекламное творчество ( рекламный креатив), дизайн и его разновидности (наиболее популярен коммуникативный дизайн, дизайн цифровой среды, дизайн массивов данных), фотографирование, программирование, режиссура и др. Эти виды творческой деятельности особенны, в первую очередь, своим многообразием. Но они обладают множеством существенных общих черт, что, дает нам основание говорить о «медийном творчестве» вообще. Термин «медиатворчество» достаточно часто встречается в работах по педагогике, психологии, социологии. Однако пока отсутствует его точное определение, как и осмысление сущностных особенностей данного феномена [5]. Системное обоснование медиатвор-чества является актуальным и требует достаточно серьезного исследования, которое, как нам представляется, должно изначально исходить из выявления особенных черт творческой деятельности, осуществляемой в медиапрстранстве.

1. Понятие традиционной (народной) культуры.

Традиционная культура (традиционные ценности) —[культура](https://ru.wikipedia.org/wiki/Культура) [традиционного общества](https://ru.wikipedia.org/wiki/Традиционное_общество), иногда термин используется в значении [народная культура](https://ru.wikipedia.org/wiki/Народная_культура). Традиционная культура представляет собой устойчивую, нединамичную культуру, характерной особенностью которой является то, что происходящие в ней изменения идут слишком медленно и поэтому практически не фиксируются коллективным сознанием данной культуры.

Традиционная культура — это специфический способ организации жизнедеятельности, основанный на наследовании доминирующих смыслов, ценностей, норм.

Традиционная культура представлена [сказками](https://ru.wikipedia.org/wiki/Сказка), [преданиями](https://ru.wikipedia.org/wiki/Предание), образами [героев](https://ru.wikipedia.org/wiki/Герой) и другими явлениями, в которых переплетается [память](https://ru.wikipedia.org/wiki/Память) о значительных событиях в жизни больших групп людей (в том числе целых [этносов](https://ru.wikipedia.org/wiki/Этнос)) и [вымысел](https://ru.wikipedia.org/wiki/Вымысел). Чаще всего образцы народной культуры отражают житейскую мудрость, которая дополняется конкретно-историческими обстоятельствами, закрепляющимися и передающимися из поколения в поколение [рассказами](https://ru.wikipedia.org/wiki/Рассказ). В большинстве случаев в них отражаются не реально имевшие место в действительности события, а социальные отношения между людьми, дополненные фантазией рассказчиков, их представлениями о [добре](https://ru.wikipedia.org/wiki/Добро) и [зле](https://ru.wikipedia.org/wiki/Зло), идеальном обществе [6].

При этом уже в эпоху [средневековья](https://ru.wikipedia.org/wiki/Средневековье) появляются произведения, являющие собой отдельное явление по отношению к народной культуре, в котором важную роль играют абстрактные понятия — [честь](https://ru.wikipedia.org/wiki/Честь), [доблесть](https://ru.wikipedia.org/wiki/Доблесть), [верность](https://ru.wikipedia.org/wiki/Верность), представленные в европейской традиции [рыцарскими романами](https://ru.wikipedia.org/wiki/Рыцарский_роман) — культура [феодальной](https://ru.wikipedia.org/wiki/Феодализм) элиты (например, цикл о [короле Артуре](https://ru.wikipedia.org/wiki/Король_Артур)).

В современном обществе представления о народной культуре испытывают существенное влияние работы ученых-исследователей [XIX века](https://ru.wikipedia.org/wiki/XIX_век), которые в рамках парадигм [романтизма](https://ru.wikipedia.org/wiki/Романтизм) и [позитивизма](https://ru.wikipedia.org/wiki/Позитивизм) занимались сбором и публикацией образцов традиционной культуры (напр. [Братья Гримм](https://ru.wikipedia.org/wiki/Братья_Гримм), [Александр Афанасьев](https://ru.wikipedia.org/wiki/Афанасьев_Александр_Николаевич)).

Народная культура в разных своих проявлениях – народное творчество и искусство, народный быт, уклад жизни, мифология, верования, целительство, предания – стали объектом изучения разных научных дисциплин преимущественно гуманитарного профиля: история, философия культуры, искусствоведение, фольклористика, этномузыкология, этнография, филология, эстетика, и т.д.[7]

Русская традиционная культура – это сложное, многоуровневое явление, зародившееся в глубине веков. Несмотря на свой возраст, она до сих пор сохранила в себе первозданный смысл. Анализируя проявления народной культуры можно обнаружить существенное различие между народной культурой прошлого и более поздним, а также современным её вариантом.

1.1 Исторические корни традиционной (народной) культуры.

Своё происхождение традиционная (народная) культура ведёт издалека и восходит к протокультуре рода, племени. Затем её носителем становится этнос (греч. ethnos – народ). Однако раньше понятие «народ», как и «народная культура», ещё не обрели своей специфической семантики. Они стали обретать её тогда, когда у представителей единого сообщества возникло желание отделить народ от не-народа. Осознание принадлежности к народу и включённости в народную культуру пришло в тот период, когда общество приобрело более сложную иерархическую структуру. Возникшие в нём классы, сословия и группы выработали свои варианты культуры, свои обычаи и представления.

Со временем различия между ними становятся всё более существенными. Например, если в допетровской России в боярских хоромах и крестьянских избах не только говорили на одном языке, но и исполняли одинаковые обряды с одними и теми же песнями, и имели похожий жизненный уклад, то в послепетровской России высшие и низшие сословия стали всё больше различаться, говорить на разных языках, ориентироваться на разные жизненные эталоны, и т.д. В последствии такое положение дало основание для всевозможных теорий о двух культурах в российском обществе. Вместе с тем эти различия создали почву, на которой вырос мифологизированный образ народа, который занял видное место в отечественной культурной традиции (в художественной литературе, публицистике, философии) [8].

В результате под народом стали понимать не всё население страны, а тех, кого относили к «простому народу», т.е. низшие, и отчасти средние классы. Эта точка зрения отражена в изданиях энциклопедического характера советского периода «народное творчество – искусство, непосредственно создаваемое трудящимися в условиях классовых обществ»;

Историческая народная культура содержит огромный социальный опыт, охватывая и упорядочивая все стороны жизни общины, сословия.

В конце концов, на протяжении веков народная культура создала свой, вполне оригинальный мир представлений, ценностей, норм и символов. Переставая быть народной культурой в прежнем, исконном смысле слова, историческая крестьянская культура становится со временем художественным наследием[9].

Следует напомнить, что обращение к своим историческим корням, истории культуры для современного человека – отнюдь не простая дань моде. Знание прошлого даёт твёрдую основу для развития человека, как личности и человечества в целом. Выделяя в русской народной культуре периоды её развития, ученые-исследователи называют древний архаический пласт культуры «золотым» ядром народной культуры. Её рудименты, дошедшие до нашего времени представляют по духу и смыслу ценностную систему жизни человека, соединившую язычество и христианство.

Мировоззрение народа, само существование которого является следствием его жизни в рамках традиционной культуры, формируется и реализуется в различных сферах жизнедеятельности. Оно является стержнем культуры и частью этнического самосознания, тесно связанного с повседневной жизнью человека – носителя фольклора.

1. Фольклор

Песенно-музыкальный фольклор в жизни каждого человека играет немаловажную роль. Начиная с колыбельной, которая звучит над нами с первых дней, песня сопровождает нас всю жизнь. Невозможно познать Россию – ни прошлого, ни настоящего – без русской народной песни. Нам когда-то подарили эти песни наши бабушки и мамы, а наш долг – передать их в наследство нашим детям и внукам.

Народная песня – это корни, связывающие человека с историей своей Родины. Это мудрость, точность мысли, богатство родного языка, высокая духовность и духовная щедрость. Какие удивительные образы в народной песне, какие краски, изображённые звуками, в этих стихах, какие чувства – чистые, искренние, сильные – заложили в них безымянные авторы! Народ - великий художник. Он удивительно чувствует красоту слова и умеет передать самое важное, существенное, создать ясные, запоминающиеся образы.

Народное творчество ведёт своё начало от глубокой древности, когда люди не умели писать, поэтому, ему присуща устная природа. Но песенный фольклор – это комплексное искусство, состоящее и из слова, и из музыки, он существует в живом исполнении, и включает в себя элементы театрального искусства (жест, мимику, интонацию). «Русская народная песня, – сказал П.И. Чайковский, – есть драгоценнейший образец народного творчества»[10].

Содержание песен отражает жизнь народа, его миропонимание, взгляды нравственно-этические, социально-исторические, политические, философские. Радищев видел в русских народных песнях «образование души нашего народа». По меткому выражению Герцена, в народных песнях получили своё ярчайшее выражение «все поэтические начала, бродившие в душе русского народа». Именно старинные народные песни не только рисовали разные картины повседневной жизни, но и воплощали мечты народа о будущем.

Фольклор на протяжении многих веков не только отражал жизнь человека, но и регулировал её, помогал людям соблюдать обряды, от которых зависела их жизнь, начиная с сельскохозяйственного труда и заканчивая семейным укладом.

Одна из важнейших особенностей фольклора – отсутствие деления на творца и потребителя, и слушатели в любой момент из зрителей могут превратиться в творца – певца, или танцора.

Народные песни возникли в глубокой древности как массовое коллективное творчество, и с тех пор важнейшую роль в существовании фольклора играет один из его признаков – коллективность. Что же это такое? У любого фольклорного явления (песни, танца, и др.) есть свой автор, который придумал первый его вариант. Если это произведение нравится людям, то они его учат, передают своим детям, внукам, знакомым, и таких людей набирается целый большой коллектив. Через определённое время одни люди умирают, другие вырастают, и тоже поют эту (допустим) песню. Она постепенно меняется, может измениться и мелодика, и текст, и даже жанр. И этот процесс не прекращается никогда. И каждый человек, который когда-то пел песню, или рассказывал понравившуюся ему сказку – делал это по-своему, привносил туда какие-то свои элементы. Другими словами, коллективность народных песен выражается в том, что отдельные фольклорные произведения осознаются как общее достояние народа, они долго живут, передаются от поколения к поколению. Но каждый исполнитель может в случае необходимости изменять произведение сообразно своему творческому замыслу.

2.1 Значение фольклора.

Творчество народа представляет большую общественную ценность, состоящую в его познавательном, идейно-воспитательном и эстетическом значениях, которые неразрывно связаны между собой.

Познавательное значение фольклора (в данном случае народных песен), проявляется, прежде всего, в том, что он отражает особенности явлений реальной жизни и даёт обширные знания об истории общественных отношений, труде и быте, а также представление о мировоззрении и психологии народа, о природе страны.

Познавательное значение народных песен увеличивается еще и тем, что в них не только представлены, но и объяснены картины жизни, события истории и образы героев.

Идейно-воспитательное значение русских народных песен состоит в том, что лучшие из них вдохновлены высокими прогрессивными идеями, любовью к родине, стремлением к миру. Они поэтизируют русскую природу.

Народное творчество выражает жизненные стремления и социальные взгляды народа. Эстетическое значение народных песен состоит в том, что они являются замечательным искусством слова, отличаются большим поэтическим мастерством, что сказывается и в их построении, и в создании образов, и в языке. В песнях выражаются художественные вкусы народа, их форма веками отшлифованная творчеством прекрасных мастеров. Народные песни развивают чувство прекрасного, чувство формы, ритма, пластики, языка. В силу этого они имеют большое значение для развития всех видов профессионального искусства: литературы, музыки, театра, танца, и т.д.

Напрасно думать, что народная песня была лишь плодом народного досуга. Она была достоинством и умом народа. Она становила и укрепляла его нравственный облик, была его исторической памятью и наполняла глубоким содержанием всю его размеренную жизнь, текущую по обычаям и обрядам, связанным с его трудом, природой и почитанием предков.

Даже беглое знакомство с перечнем русских народных песен не может не поражать многообразием народной песенной традиционной культуры, уходящей в глубь веков. А ведь это лишь небольшая часть из того, что в ней имеется и бережно сохраняется народом. Фондодержатели редких народных записей – консерватории, фольклорные лаборатории – располагают несметным богатством. Но всё это остаётся пока что достоянием узкого круга людей, в основном тех, кто профессионально занимается фольклором. И постепенно интерес к своей исконной культуре у нашего народа возрастает. Он может расти гораздо быстрее, если создать условия, позволяющие широким народным массам, и в особенности молодёжи, чаще соприкасаться с духовными богатствами, накопленными предшествующими поколениями. Сделать же это можно только коллективными усилиями нашего общества.

1. Традиционная культура в фестивальном контексте.

В настоящее время происходит взлет национального самосознания, существует потребность нашего народа глубже познать свое прошлое, родной язык, накопленные предшествующими поколениями художественные и культурные традиции. Поэтому воспитание подрастающего поколения в народных традициях одна из важных задач, которые необходимо решать на региональных уровнях. Одним из эффективных способов реализации этих планов является проведение фестивалей, транслирующих особенности быта, традиционных праздников народного календаря, обычаев, обрядов, игр.

3.1 Фестивальная культура.

Сегодня уже нет необходимости доказывать важность и актуальность проблем сохранения и восстановления традиционной народной культуры. Традиции народа, представляя собой самостоятельную область культуры, в то же время являются основой для развития всех современных направлений национального художественного творчества, как самодеятельного, так и профессионального. Фольклор и другие сферы народной культуры перестают быть сферами “элитными”, становятся открытыми и доступными для все большего круга деятелей культуры, искусства и образования — любителей и профессионалов.

Существует целый ряд форм и способов освоения фольклорных традиций, постижения и проникновения в сущность народной культуры, пропаганды и популяризации ее лучших образцов. Одной из таких форм является региональный (областной) фольклорный фестиваль.

Основными целями фольклорного фестиваля являются, во-первых, представление народных песенно-хореографических традиций в их локальном своеобразии, и, во-вторых, ориентация творческих коллективов на местный фольклорно-этнографический материал[11].

По справедливому утверждению одного из ведущих отечественных исследователей фольклора Б. Н. Путилова, “нет просто русской народной песни или просто испанского или молдавского танца, <…> общенациональные особенности любого произведения фольклора преломляются сквозь призму конкретных и специфических областных особенностей”. По мнению ученого, региональные фольклорные фестивали должны помочь в решении проблем, связанных с освоением самодеятельными фольклорными коллективами местных фольклорных традиций. Ссылаясь на опыт зарубежных коллег в проведении фольклорных фестивалей, он замечает, что такой фестиваль “не был бы замкнут стенами домов культуры, но захватил бы весь город или все село. Фестиваль был бы обращен и к огромной аудитории зрителей и слушателей, и к работникам культуры и искусства, к деятелям художественной критики и к фольклористам. Он мог бы сопровождаться и чисто деловым симпозиумом по проблемам сохранения и развития фольклорных традиций, и включать… выставку произведений народного прикладного искусства, и многое другое. Региональный характер фестивалей придал бы им единство и интерес с точки зрения культурно-этнографической”[12].

* 1. Специфика региональных фестивалей.

Вологодский областной фольклорный фестиваль — это фестиваль с давними, сформированными и устоявшимися традициями. Он неизменно собирает в старинные города Вологодчины самодеятельные фольклорные коллективы из районов области, поддерживая, таким образом, их творческий потенциал. На нем решаются задачи популяризации и пропаганды фольклорных традиций Вологодской области, представления их широкому кругу слушателей, любителей и ценителей народного искусства.

Конечно же, при проведении будущих областных фольклорных фестивалей этот многолетний опыт должен учитываться. Но, вместе с тем, должны учитываться и особенности современного этапа развития фольклорного движения, исходящие из состояния народных традиций в Вологодской области. Специфика современного этапа обращения художественной практики к фольклору состоит в том, что к настоящему времени, вместе с уходом из жизни последних носителей народной традиции, исчезает и тот тип фольклорных коллективов, которые принято называть этнографическими (аутентичными). Новое поколение участников этих коллективов владеет лишь малой частью собственной традиции и зачастую ориентируется на так называемый “общерусский” репертуар, авторскую песню и т. п. При этом происходит утрата качеств и исполнительских особенностей коллектива этнографического типа. Формально называясь коллективами фольклорными, фактически они этому статусу не соответствуют.

Фольклорные образцы пытаются реконструировать и ввести в культурный оборот коллективы, вторичные по отношению к самой традиции — молодежные и детские фольклорные ансамбли, которые возникают и функционируют как “внутри традиции”, так и вне ее, в условиях современного города или поселка. Но оторванность многих вторичных коллективов и в пространстве, и во времени от подлинной народной традиции, отсутствие теоретических знаний и практического опыта работы над освоением фольклорного материала зачастую приводят к нарушениям в воссоздании фольклорных образцов, и, как следствие, к профанации и вульгаризации национального культурного наследия.

Такое положение вызывает необходимость постановки перед организаторами и участниками будущих фестивалей новых задач, определяемых общей целью восстановления народных традиций Вологодчины в их местной специфике и локальном своеобразии. В этой связи особое значение приобретает и сама форма проведения фестиваля, как мероприятия, имеющего многофункциональный характер и обеспечивающего творческое взаимодействие коллективов разных исполнительских уровней.

В сложившихся условиях региональный фольклорный фестиваль, помимо своих ставших уже традиционными задач художественно-творческого и культурно-просветительского плана, должен решать и проблемы адекватного отражения в художественной практике самодеятельных коллективов региональной культурной традиции. В рамках фестиваля эта задача может быть решена через представление коллективами концертных (конкурсных) программ, демонстрирующих широкой аудитории образцы местных фольклорных традиций, а специалистам — степень владения коллективов этими традициями и уровень их исполнительского мастерства. Разумеется, основным критерием оценки при проведении конкурсного просмотра должна быть достоверность воссоздаваемого материала, определяющая в том числе и исполнительские качества коллективов.

Эта форма позволит специалистам в области фольклора выработать и уже здесь, на фестивале, предложить руководителям коллективов конкретные рекомендации по совершенствованию их работы.

Через специальные формы обмена коллективов опытом освоения народных песенных и хореографических традиций на фестивале должны решаться и задачи учебно-методического плана. Такими формами могут быть творческие лаборатории, конференция, неформальное творческое общение — гулянья, молодежные и детские вечерины. Творческий обмен позволит руководителям коллективов восполнить недостаток методических знаний и практических навыков по работе с источниками, по реконструкции исполнительского стиля и манеры пения, по освоению местных диалектов.

Целенаправленному методическому обмену коллективов опытом поможет их дифференциация на две основные категории — “Мастера” и “Ученики”. К категории “Мастера” следует отнести, в первую очередь, этнографические коллективы, то есть коллективы, которые в качестве ведущих исполнителей включают в себя непосредственных носителей конкретной (локальной) фольклорной традиции, и репертуар которых полностью состоит из образцов этой традиции. Этнографические коллективы, в силу их особого положения по отношению к вторичным коллективам, включаются в фестиваль лишь в качестве почетных участников, а их концертные выступления должны носить представительский характер без какой бы то ни было ориентации на конкурс[13].

Помимо собственно этнографических коллективов, к категории “Мастера” могут быть отнесены молодежные и детские любительские коллективы, ориентирующиеся в своей деятельности на традицию, использующие в своей работе только аутентичные образцы фольклора и уже утвердившие свой статус фольклорного коллектива на российском или областном уровне.

Для проведения творческих лабораторий и показательных выступлений на площадках города представляется необходимым приглашение нескольких профессиональных фольклорных коллективов, в репертуар которых входят образцы песенно-хореографического фольклора Вологодской области. Их участие в фестивале обозначит тот исполнительский уровень, к которому должны стремиться любительские фольклорные ансамбли.

Коллективы, не отвечающие условиям, предъявляемым к фольклорному коллективу (в первую очередь, опора на аутентичные фольклорные образцы и воссоздание конкретной фольклорной традиции), могут быть отнесены к категории “Ученики”. В рамках творческих лабораторий участники этих коллективов смогут познакомиться с методами работы по освоению фольклорного материала и исполнительскими принципами и приемами “Мастеров”, определить свои приоритеты и возможности творческого роста.

1. Освещение традиционной культуры в медиапространстве

Как показывает практика, фестивальные формы творческого общения не только помогают установить творческие связи между коллективами, но и переводят их деятельность по освоению фольклорных традиций на качественно более высокий уровень, обеспечивают более глубокое понимание значения своей работы, и, как правило, инициируют создание новых фольклорных коллективов.

Определить перспективы и сформулировать цели и задачи следующего этапа работы по возвращению в жизнь культурных традиций поможет заключительная информационно-практическая конференция, на которой участники фестиваля смогут представить свою “недемонстрационную” деятельность, высказать и поставить на общее обсуждение возникающие перед ними проблемы, обозначить свою позицию в общем русле направления, обращенного в сферу традиционной культуры.

Органичное сочетание в рамках фестиваля художественно-творческих, учебно-методических и просветительских задач позволит, не разрушая праздничности этого действа, реально включить его в контекст серьезнейшей и трудной работы по восстановлению региональных культурных традиций.

4.1 Определение медиапространства

Одним из основных факторов современного общества являются коммуникационные процессы. Массовая коммуникация характеризуется передачей сложных сообщений большой и разнообразной аудитории, используя сложную технологию связи. Средства массовой информации являются одним из институтов, распространяющих такие сообщения: газеты, журналы, телевидение, радио, кино и мультимедиа веб-сайты.

Отличительные черты массовой коммуникации определены следующими аспектами: - источником массового коммуникационного сообщения, как правило, является лицо или группа лиц, работающие в рамках организационной структуры. Примерами таких источников являются новостные журналисты, телевизионные продюсеры и редакторы журналов. Кроме того, полученное сообщение является работой нескольких человек. Например, издатели, журналисты, редакторы и графические дизайнеры совместно производят журнальную статью;

- сообщения средств массовой информации выверенные и структурированные. В то время как сообщения в межличностном общении могут быть простыми словами, образующими короткие предложения, сообщения средств массовой информации являются весьма сложными. Наиболее яркими примерами являются репортажи, телевизионные программы, журнальные статьи и рекламные щиты;

- каналы средств массовой информации состоят из множества технологических аспектов. Радио, например, состоит из записывающих и оцифровывающих устройств, передатчиков и декодеров. Зачастую, как в случае с аудиозаписью, возможно улучшение качество звучания оригинала;

- аудитория, объединяющая индивидов, лояльных к конкретному телевизионному каналу, новостному изданию или информационному сервису. Зачастую источники сообщений имеют лишь ограниченную информацию о своей аудитории. Руководство радиостанций могут знать лишь общую демографию аудитории (средний возраст, доходы, политические интересы и так далее), но фактически аудитория является анонимной;

- обратная связь в СМИ зачастую минимальна, либо вовсе отсутствует. Поток сообщений, как правило, является односторонним, от источника к приемнику. Традиционно, обратная связь минимальна и в целом поступает с задержкой. Читатель газеты может написать письмо в редакцию; телевизионный зритель может ответить на опрос. С появлением Интернета скорость, количество и качество обратной связи резко увеличились;

- как и в других формах коммуникации, барьеры существуют и в контексте массовых коммуникаций. Барьеры могут быть физическими, культурными, языковыми и др.

С точки зрения социологии коммуникации, массовая коммуникация - это явление, направленное на воздействие на аудиторию посредством содержания передаваемой информации, а также являющееся механизмом актуализации информации при помощи коммуникативных средств.

В.П. Конецкая выделяет общие условия функционирования массовой коммуникации:

- наличие технических средств, обеспечивающих регулярность и тиражированность массовой коммуникации;

- социальная значимость информации, способствующая повышению мотивированности массовой коммуникации;

- массовая аудитория, которая, учитывая ее рассредоточен-ность и анонимность, требует тщательно продуманной ценностной ориентации;

- многоканальность и возможность выбора коммуникативных средств, обеспечивающие вариативность и, вместе с тем, нормативность массовой коммуникации [14].

Среди основных признаков массовой коммуникации выделим: массовость аудитории, выраженную социальную ориентированность общения, организованный характер общения, многоканальность и возможность выбора коммуникативных средств и др. Важнейшими, по нашему мнению, выступают массовость, благодаря которой участниками коммуникативного процесса являются не отдельные индивиды, а группы, образующие собирательные субъекты (партия, общество, группировка, средний класс и т.д.), а также многоканальность, включающая устную или письменную формы, визуальный и/или аудиальный каналы). Здесь важно отметить роль технических средств массовой коммуникации. Ведь именно техническое развитие привело к появлению моментальной интерактивной обратной связи или двунаправленной коммуникации, а также к формированию массового пространства - нового социального пространства, характеризующегося наличием специфических средств коммуникации [15].

Первоначально под техническими средствами массовых коммуникаций (СМК) понимали газеты, радио, печатные издания, но с развитием информационных технологий количество технических средств дополнилось сетью Интернет в целом, а также блогами, подкастами и влогами. Широкая доступность, скорость обмена информацией, огромная, постоянно растущая аудитория, стремительное технологическое развитие позволило сети Интернет стать одним из основных инструментов в процессе массовых коммуникаций. СМК, таким образом, представляют собой совокупность каналов связи и передатчиков, осуществляющих трансляцию и распространение информационных сообщений. Фактически СМК состоит из технических средств (телефон, почта, факс и др.), средств массовой информации (новостные порталы, пресса, радио и пр.) и средств массового воздействия, которые представляют собой огромные пласты массовой и элитарной культуры, влияющей на личностные установки и оказывающей огромное воздействие на сознание (кино, театр, видеоигры). Другими словами, массовая коммуникация выполняет роль регулятора динамических процессов социальной психики; роль интегратора массовых настроений; канала циркуляции психоформирующей информации. Благодаря этим функциям массовая коммуникация может являться сильнейшим рычагом давления и управления, как индивидом, так и социальной группой в целом [16].

В результате стремительного развития средств массовой коммуникации XX и начала XXI веков кардинально изменилось мировосприятие в целом, а также сформировался новый неиллюзорный мир общения, что привело к появлению двух основных направлений в процессе изучения теории массовой коммуникации: медиа-ориентированный и человеко-ориентированный подходы.

Суть медиа-ориентированного подхода, по мнению Г. Маклюэна, заключается в слепом подчинении и зависимости индивида от «указаний» средств массовой коммуникации. Человеко-ориентированный подход придерживается модели минимального эффекта. Так, Э. Ноэль-Нойман отмечал, что люди, находящиеся под воздействием средств массовой коммуникации, способны фильтровать и выделять информацию, совпадающую с их точкой зрения по тому или иному вопросу и мировоззрением в целом[17].

Рассматривая подобные подходы и исследования, мы заметим, что определенным концептуальным ядром здесь является некоторое общее пространство, объединяющее и СМК, и коммуникантов. При этом СМК не только активно формируют социальное пространство в современном мире, служат средством передачи информации, но и являются механизмом создания особой реальности, которая формирует картину мира за пределами чувственного опыта индивида. Этот феномен, который возникает в результате взаимодействия СМК и аудитории, принято определять как «медиапространство». Кроме того, усложняются и объекты коммуникаций: «объекты становятся все сложнее и технологичнее, следовательно, усложняются и задачи, стоящие перед ними. В связи с этим необходимо переходить к коммуникациям в сфере инноваций - направлению коммуникационной деятельности, реализуемому с целью объединения участников инновационной деятельности и интенсифицирования их сотрудничества для совместного производства инноваций. Это означает, что приоритетным становится выстраивание отношений между наукой, бизнесом, образованием (образующими триединую систему), государством и обществом» [18].

Медиапространство - это электронное окружение, в котором отдельные люди или их группы и другие сообщества могут действовать вместе в одно и то же время. В этом пространстве они могут создавать визуальную и звуковую среду, воздействующую на реальное пространство. Пространство медиа - это, прежде всего, материальное пространство массмедийных сетей и потоков. Медийному пространству соответствуют каналы производства и передачи информации, то есть сами медиа и система их взаимосвязей.

Медиа - это не только система расширяющихся коммуникаций, но и осбая реальность, в которой существует социум. Поэтому медиапространство может позиционироваться как особая реальность, являющаяся частью социального пространства и организующая социальные практики и представления агентов, включенных в систему производства и потребления массовой информации. Поскольку медиа все больше насыщают повседневную жизнь образами других мест и пространственных порядков (воображаемых или реальных), становится трудно говорить о пространстве, не говоря при этом о медиа и наоборот.

Медиапространство является открытой социальной системой, которая создается взаимообусловленной целостностью отношений производителей и потребителей массовой информации, передаваемой через СМК. Все объекты: социальные институты, социальные организации, группы и отдельные личности, имеющие отношение к производству и потреблению информации, органично входят в это пространство.

С одной стороны, медиапространство допустимо рассматривать как глобальную среду обитания, пронизывающую все сферы человеческой деятельности. С другой стороны, это - «виртуальная» реальность, поддерживаемая с помощью материальных технологий. В этом значении мы имеем дело с технологическим подходом к пониманию медиапространства как социокультурного феномена [19].

Массмедиа-это организационно-технический комплекс, при помощи которого возможными становятся централизованное распространение и передача визуальной, словесной, звуковой информации. К средствам массмедиа традиционно относят телевидение, прессу, кино, Интернет. Средства массовой информации (СМИ) в настоящее время рассматривают уже не только как информирующие средства, но и как формирующие общественное мнение и развлекающие. При помощи развития обратной связи возможным становится влияние на СМИ или выражение собственного мнения со стороны слушателей, читателей, зрителей. Немецкий социолог Н. Луман писал: «Все, что мы знаем о нашем обществе и даже о мире, в котором живем, мы узнаём через массмедиа. Это относится не только к знанию общества и истории, но и к знанию природы. Мы узнаём о стратосфере так же, как Платон узнавал об Атлантиде: «люди говорят то-то и то-то»... С другой стороны, о самих массмедиа мы наслушались такого, что не можем доверять этому источнику. Мы сопротивляемся их воздействию, подозревая, что нами манипулируют, но по существу это ничего не меняет, потому что знания, полученные нами из массмедиа, словно сами собой складываются в замкнутый каркас, элементы которого укрепляют друг друга» [20].

Принято выделять шесть основных функций СМИ в сферах современного общества:

- коммуникативную: функцию общения, налаживания контакта;

- непосредственно организаторскую;

- идеологическую (социально-ориентирующую), связанную со стремлением оказать глубокое влияние на мировоззренческие основы и ценностные ориентации аудитории, на самосознание людей, их идеалы и стремления, включая мотивацию поведенческих актов;

- культурно-образовательную, заключающуюся в том, чтобы, будучи одним из институтов культуры общества, участвовать в пропаганде и распространении в жизни общества высоких культурных ценностей, воспитывать людей на образцах общемировой культуры, тем самым способствуя всестороннему развитию человека;

- рекламно-справочную, связанную с удовлетворением утилитарных запросов в связи с миром увлечений разных слоев аудитории;

- рекреативную (развлечения, снятие напряжения, получение удовольствия).

Вопросами сущности массмедиа, особенностями их влияния на современное общество занимались разные ученые. Например, Д. Ваттимо охарактеризовал современное общество следующими словами: «общество, в котором мы живем, является обществом всеобщей коммуникации, обществом массмедиа». Такое общество переполнено новыми знаниями, не прошедшими проверку временем - своеобразную апробацию. Э. Тоффлер охарактеризовал общество по-своему: «Мы с вами живем в то время, когда вся структура человеческих знаний пошатнулась. В ходе таких перемен разрушились старые барьеры. Теперь человечество не просто накапливает новые факты. Мы подвергаем реконструкции не только отдельные фирмы и компании, но и целые экономические системы. Идет полная реорганизация «производства и распределения» знаний, меняются и знаковые системы, используемые для их передачи. Общество создает новые информационные сети, используя удивительные способы взаимодействия друг с другом, строя непостижимые последовательности, создавая новые теории, тезисы и образы, основываясь на неизведанных предположениях, новых языках, кодах и логических заключениях» [21]. Анализируя современное медиапространство, В. Подорога отметил опасность легкого пути проникновения текстов любого качества индивиду посред-стваммедиапосредника: «В то время когда массмедиа были недостаточно развиты, между философией и литературой еще существовали какие-то особые формы отношений и передачи смысла, значений и так далее. Сейчас массмедийное пространство выступает в качестве навязываемого всем посредника, и поэтому часть литературного опыта полностью поглощается массме-дийным пространством. Там вырабатывается в какой-то мере и образ литературы. Это серьезнейшая проблема, потому что, с одной стороны, в этом есть и обреченность, что все стягивается в это пространство со своими законами, и мы не можем этому ничего противопоставить, потому что это механизмы, которые выходят за пределы наших креативных возможностей. Этому трудно противостоять, потому что этот процесс соответствует логике развития технологической революции, при которой мы присутствуем». «Освобождение политическое и сексуальное, освобождение сил производительных и разрушительных, освобождение женщины и ребенка, освобождение бессознательных импульсов, освобождение искусства. И вознесение всех мистерий и антимистерий. Это была всеобъемлющая оргия материального, рационального, сексуального, критического и антикритического, оргия всего, что связано с ростом и болезнями роста. Мы прошли всеми путями производства и скрытого сверхпроизводства предметов, символов, посланий, идеологий, наслаждений. Сегодня игра окончена — все освобождено. И все мы задаем себе главный вопрос: что делать теперь, «После Оргии?» - такими словами Ж. Бодрийяр описывал происходящие процессы в современном медийном обществе [22].

Основываясь на изложенном, мы понимаем всю масштабность влияния массмедиа на современное общество. Люди находятся под постоянным влиянием медиапространства. Стремительное развитие науки и технологий позволяет медиапространству расширяться, формируя новые способы коммуникации. Информация, поставляемая через современные медиа, способна распространяться по земному шару, минуя препятствия и границы, и в считанные мгновения достигать своей целевой аудитории. Для медиакультуры больше нет пределов распространения информации. Доказательством этому служит активное развитие Интернет-технологий.

С изобретением и популяризацией сети Интернет появилась необходимость в разделении системы массмедиа на «традиционные» и «новые». Традиционные медиа начали обрастать новыми цифровыми и сетевыми технологиями (англ. newmedia). Как отмечает Г.П. Бакулев, вначале «новые медиа» воспринимались как продолжение традиционных медиа. Однако в настоящее время данным термином обозначают процесс развития цифровых, сетевых технологий и коммуникаций. Существует и функционально-технологическое осмысление «новых» медиа. Так, Д.И. Каминченко определяет понятие «новые медиа» как электронные СМИ, которые позволяют аудитории взаимодействовать с производителями информации, в основе которых заложен сетевой принцип и технологии web 2.0.

Электронная коммуникация в виде «новых» массмедиа основана на космической радиосвязи, микроэлектронной и компьютерной технике, оптических устройствах записи. В XXI веке масс-медиа входят в универсальную систему, включающую телевидение, спутниковое вещание, Интернет. Интернет как глобальная информационная сеть превратилась сегодня в особое виртуальное пространство, некую территорию, не имеющую геополитических, социокультурных, географических особенностей и границ, обозначенную собственным «населением» и «киберкультурой» [23].

Говоря о задачах (как и о возможностях) Интернета, отметим: передачу мультимедийных сообщений, хранение общедоступной информации, личностную (групповую) социализацию и самореализацию. Интернет, таким образом, удовлетворяет разнообразные коммуникационные потребности людей. Среди элементов Интернет-коммуникации выделим: информационные ресурсы (web-страницы, сайты, каталоги и файл); информационно-поисковые языки; логические операции; технические средства (серверы, средства проводной и радиосвязи); программное обеспечение (протоколы, система адресов компьютеров, сайтов, документов, страниц, гипертекстовые языки, специальные программы).

Важной характерной особенностью Интернета как электронной коммуникации является интегра-тивнаядискурсивность его природы - от бытовой до рекламной. И это обстоятельство определяет многофункциональность и саму коммуникативность Интернет-среды. Ведь посредством использования электронной почты, интерактивного делового/научного общения или рекламных сообщений потребители Интернета становятся активными участниками всего коммуникативного процесса.

Но невзирая на очевидные преимущества медиафеномена, существуют и в определенной степени противоречивые аспекты его влияния на личность. С одной стороны, коммуникативная активность становится своего рода инструментом формирования личностной идентификации, раздвигая границы собственного «я», а с другой - «коллективный» разум и формирование «эффекта толпы» не способствуют индивидуализации сознания и в целом самоидентичности человека. Технический прогресс позволяет с легкостью визуализировать коды, направленные на умышленную эксплуатацию бессознательного, предопределяя особенности повествования. Информация, производимая средствами массовой информации, откладывается в памяти человека в виде искусственных воспоминаний. Посредством массовости воспроизводимых медиа данных происходит появление так называемой «коллективной памяти», формирующей общую точку зрения у группы индивидов, попавших под информационное воздействие. В любом случае, помимо неистощимого источника информационных сведений о реальности, медиа исполняют роль культурно-моделирующего средства, формирующего социальный вектор ценностных ориентаций и предпочтений. Поэтому медиа-пространство является сложным, стремительно развивающимся феноменом [24].

* 1. Особенности освещения традиционной культуры в медиапространстве.

В эпоху глобализации, когда возникает угроза исчезновения национальных особенностей, государственная поддержка традиционного народного искусства особенно актуальна. Из всего многообразия форм поддержки традиционной народной культуры особо следует выделить два основополагающих компонента — это нормативно правое регулирование и популяризацию традиционной народной культуры в средствах массовой информации.

Следует отметить, что за последние шесть лет в большинстве регионов Российской Федерации разработаны и реализуются целевые и комплексные программы сохранения и развития традиционной народной культуры. Приоритетными направлениями данных программ являются возрождение народных художественных традиций, фольклора, ремесел, поддержка национальных культур народов России. Статистика свидетельствует об ощутимых результатах реализации региональных программ, направленных на укрепление материальной базы и осуществление творческих проектов организаций и коллективов народного творчества.

Однако совокупность нерешенных проблем нормативного регулирования процессов сохранения и развития народной традиционной художественной культуры и анализ региональной нормативной практики по данному вопросу со всей очевидностью свидетельствуют о необходимости разработки Концепции сохранения нематериального культурного наследия народов России, над которой в настоящее время ведется работа.

Продвижение темы традиционной народной культуры в средствах массовой информации — также одно из направлений государственной культурной политики.

Сохранение и развитие традиционной народной культуры, поддержка мероприятий, направленных на популяризацию культуры народов России рассматриваются как приоритетные тематические направления при выделении на конкурсной основе из государственного бюджета субсидий на производство социально-значимых программ в сфере электронных средств массовой информации, на создание и продвижение в сети Интернет сайтов, имеющих социальное и образовательное значение. Вопросы популяризации культурного многообразия России и мира рассматриваются Интернет-изданием «Этно-журнал». Следует отметить, что в проводимых Роспечатью конкурсах проектов участвуют как федеральные, так и региональные телерадиоканалы. Благодаря государственным субсидиям, в последнее время наблюдается тенденция к увеличению числа познавательных программ и документальных фильмов, знакомящих с национальными традициями народов России. Так в 2016 году Роспечатью было профинансировано 12 проектов по теме традиционной народной культуры на сумму 12 млн. рублей. Уже не первый год при финансовой поддержке Роспечати выходит в радиоэфир программа «Народы России». Программа содержит блок этнических новостей, сообщения о событиях в национально-культурных объединениях, традиционных праздниках, знаменательных датах в жизни народов России. В 2016 году профинансировано 57 этой программы. Также были выделены значительные средства на создание цикла фондовых записей русских народных песен и авторских произведений «Я люблю тебя, Россия», приуроченных к 60-летию Академического хора русской песни под управлением Николая Кутузова.

Среди проектов, получающих финансовую поддержку, цикл телевизионных документальных фильмов «Провинциальные музеи России». В данном проекте раскрывается роль музеев не только как хранилища исторических и культурных ценностей, но и как центр жизни местного сообщества с особенностями ее повседневной культуры. В перспективе, в рамках данного цикла планируется создание пакета фильмов об уникальных экспозициях самобытных народных творцов.

Поскольку одним из важнейших источников бытования традиционной народной культуры является российская деревня, особое внимание уделяется средствами массовой информации вопросам, связанным с продвижением популяризации традиционной народной культуры в специализированных проектах для жителей села. Сегодня в далекой российской глубинке, где пока еще сильна преемственность поколений, связь с исторической памятью, сохраняются уникальные жанры народного творчества. Актуальность данной темы очевидна, так как в настоящее время в сельской местности проживает более четверти от общей численности населения Российской Федерации (26,7%), а в Сибирском регионе — более половины всего населения станы.

В книгоиздании, по данным Российской книжной палаты, за период с 2012 по 2016 годы вышло порядка 30 названий книг и брошюр в той или иной степени, отвечающих поставленной теме. Вместе с тем, следует отметить, что основное внимание в этих изданиях сосредоточено на социально-экономических аспектах развития современного села, и только небольшая часть книжной продукции посвящена вопросам образования, культуры, воспитания, обучения. Это связано с тем фактом, что подготовлены они, как правило, научными организациями, ведущими мониторинг состояния развития всех структур сельской местности. Поскольку на данном этапе современного состояния общества тема перспектив развития сельской местности со всей окружающей ее инфраструктурой, в том числе и культурным слое, находится в постоянном движении, освещать эти изменения призваны, в первую очередь, средства массовой информации [25].

Таким образом, очевидно, что сегодня складывается система государственной поддержки сохранения и развития традиционной народной культуры. Однако, общественность не удовлетворена результатами работы на данном направлении. Очевидно, что отдельные меры способны лишь латать наиболее запущенные проблемы. Нам необходимо выработать целостную долговременную стратегию работы в этой сфере и уже сейчас продумать концептуальные подходы к решению вопросов сохранения и развития нематериального культурного наследия.

Заключение

Поскольку в результате творческого процесса в медиасреде предлагается некоторый способ представления информации, то материалом творческого мышления становятся стереотипы и шаблоны. Впервые термин «стереотип» употребил известный американский журналист У. Липпманн в книге «Общественное мнение» с целью ярче выразить свою мысль о существовании упрощенных, заранее принятых представлений.

Продут творческой деятельности должен удовлетворять информационные потребности, а не создавать смыслы, поэтому важно использовать уже имеющиеся представления в сознании людей. Хотя это не мешает формированию новых представлений у получателей информации. Например, опыт осуществления покупок через интернет-сервисы создает в сознании покупателей типичные представления о том, как должен быть организован интернет-магазин.

Медийное творчество характеризуется преобладаем визуальных моделей в репрезентации его результатов. Визуализация — это способ обеспечения наблюдаемости реальности. Результатом процесса визуализации становится некая визуальная модель, имитирующую сущность объекта познания. Визуальная модель может быть создана при помощи любого вида деятельности, позволяющего воспроизвести зрительно воспринимаемые стимулы: текст (начертание шрифта, визуальное форматирование и расположение текстовых блоков), живопись и графика, декоративно-прикладное искусство, театрализация и дополненная реальность, мультимедиа и компьютерная графика (презентации, анимация и мультипликация, фото) и пр. Развитие компьютерных и телекоммуникационных технологий позволяет реализовать практически любые возможности визуализации не только объектов материального мира, но и процессов, явлений.

Список использованных источников

1. Шарков Ф.И. Коммуникология. Социология массовой коммуникации. М.: Дашков и К, 2013. 319 с. URL:https://studfiles.net/preview/5850738
2. Тоффлер Э. Третья волна. М.: ACT, 2010. 800 с. URL:https://royallib.com/book/toffler\_elvin/tretya\_volna.
3. Каминченко Д.И. «Новые» СМИ как агент распределения определенных политических ценностей // Социосфера. Научно-методический и теоретический журнал. 2013. № 4. С. 191-193. URL:http://libed.ru/konferencii-bezopasnost/375925-2-nauchno-izdatelskiy-centr-sociosfera-fakultet-biznesa-visshey-shkoli-ekonomiki-prage-academia-rerum-civilium.
4. Кононенко, Б. И. Большой толковый словарь по культурологии / Б. И. Кононенко. - Москва: Вече 2000: АСТ, 2003. - 512 с. URL: http://cult-lib.ru/doc/dictionary/culturology-dictionary/index.htm
5. Куляшова, М. А. Праздник как способ сохранения традиционной культуры / М. А. Куляшова // Современные технологии по сохранению и развитию социально-культурных традиций: в 2 т. Т. I: материалы межрегион. науч.-практ. конф. 12-13 нояб. 2007 г. / науч. ред. Д. Л. Хилханов. - Улан-Удэ: ВосточноСибирская государственная академия культуры и искусств, 2007. - С. 169-172. URL:https://cyberleninka.ru/article/n/traditsionnaya-prazdnichnaya-kultura-ponyatie-i-suschnost
6. Костина, А. В. Традиционная культура: к проблеме определения понятия [Электронный ресурс] / А. В. Костина // Знание. Понимание. Умение: электронный журнал. - 2009. - № 4. - Культурология. -Режим доступа: URL: http: //www.zpu-journal.ru/e-zpu/2009/4/Kostina
7. Арутюнов, А. С. Народы и культуры: развитие и взаимодействие / А. С. Арутюнов. - Москва: Наука, 1989. - 264 с. URL: https://www.twirpx.com/file/261004/
8. Снегирев, И. М. Русские простонародные праздники и суеверные обряды / И. М. Снегирев. - Москва: Советская Россия, 1990. - Ч. 1. - 158 с. URL: https://www.litmir.me/russkie\_ghjstonarodnye\_i\_suevernye\_obryady
9. Социально-культурная деятельность: словарь / В. Н.Наумчик, М.А.Паздников, О.В. Ступакевич. - Минск: Адукацыя i выхыванне, 2008. - 96 с. URL: https://www.twirpx.com/file/1117706/
10. Хейзинга, Й. Homoludens. Человек играющий. Статьи по истории культуры / Й. Хейзинга; пер. Д. В. Сильвестрова. - Москва: Прогресс-Традиция, 1997. - 416 с. URL: https://studfiles.net/preview/4415412/
11. Гойхман, О. Я. Фестиваль / О. Я. Гойхман // Органиазция и проведение мероприятий: учеб. пособие. -Москва: ИНФРА-М, 2008. - 119 с. URL: https://infra.rut/preview/4551547/
12. Малянов, Е. А. Социально-культурная инноватика в культурном пространстве региона / Е. А. Малянов. -Пермь: Перм. гос. ин-т культуры и искусства, 2010. - 340 с. URL: <http://www.dissercat.com/content/sotsialno-kulturnaya>
13. Николаева, П. В. Семиотика фестиваля как праздничной культуры: автореф. дис. ... канд. культурологии / П. В. Николаева. - Краснодар: Краснодар. гос. ун-т культуры и искусства, 2010. - 24 с.
14. Савилова, Л. Фестивали воскрешают муз / Л. Савилова // Культура: управление, экономика, право. -2008. - № 1. - С. 30-31. URL:https://cyberleninka.ru/article/n/festival-kak-forma-mezhkulturnoy-kommunikatsii-v-usloviyah-polietnichnogo-regiona
15. Каминская Е.А. Социальная обусловленность обращения к фольклору : Исторический аспект проблемы / Е.А. Каминская, Ю.А. Харанека // Фундаментальные исследования. 2006. № 5. С. 24-25. URL:https://vivliophica.com/articles/culture/156330
16. Каминская Е.А. Возрождение национальной культуры средствами эстетического этнокультурного образования // Фундаментальные исследования. 2006. № 2. С. 57-58. URL: https://fundamental-research.ru/ru/article/view?id=4730
17. Каргин А.С. Сохранение нематериального культурного наследия народов РФ как приоритет культурной политики России в XXI веке / А.С. Каргин, А.В. Костина // Знание. Понимание. Умение. 2008. № 3. С. 59-71. URL: https://fundamental-research.ru/ru/article/view?id=4730
18. Адоньева С. Б. Прагматика фольклора. СПб.: СПб. ун-т, 2004.URL:http://gendocs.ru/v32025/адоньева\_с.б.\_прагматика\_фольклора
19. Адоньева С. Б. Фольклористика и современное гуманитарное знание // Первый всероссийский конгресс фольклористов: сб. докладов. М., 2005. Т. 1. С.44-57. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/folklor-k-voprosu-ob-istorii-upotrebleniya-termina-i-ego-znacheniya-v-russkoy-nauke
20. Дандес А. Фольклор: семиотика и/или психоанализ. М.: Вост. лит-ра РАН, 2003. URL: http://publ.lib.ru/ARCHIVES/D/DANDES\_Alan/\_Dandes\_A..html
21. Неклюдов С. Ю. Фольклор: типологический и коммуникативный аспекты // Традиционная культура, 2002. № 3. С. 3-7. URL:http://www.ruthenia.ru/folklore/neckludov15.
22. Пропп В. Я. Поэтика фольклора. М.: Лабиринт, 1998.
23. Путилов Б. Н. Фольклор и народная культура. СПб.: Наука, 1994. URL:http://www.infoliolib.info/philol/putilov/1
24. Чистов К. В. Народные традиции и фольклор. Л.: Наука, 1986. URL:https://www.twirpx.com/file/247930/
25. Чистов К. В. Фольклор. Текст. Традиция. М.: ОГИ, 2005. URL:https://www.twirpx.com/file/258890/