

*В. А. Волков, преподаватель
кафедры межкультурных коммуникаций
Белорусского государственного
университета культуры и искусств*

ФОРМИРОВАНИЕ МЕДИАКУЛЬТУРЫ РЕГИОНА СРЕДСТВАМИ СМИ

Исследования современной культуры включают множество уровней и компонентов. Одним из актуальных направлений в исследовании медиакультуры является ее региональное измерение. Особую важность представляет исследование основных векторов деятельности региональных СМИ в формировании региональной медиакультуры.

Как отмечает исследователь Н. Б. Кириллова, «медиакультура – область культуры, которая связана с трансляцией динамических образов, получивших широкое распространение благодаря современным техническим средствам записи и передачи изображения и звука (кино, телевидение, видео, системы мультимедиа)» [2, с. 25].

В настоящее время нет единого истолкования понятия «медиакультура региона». Дискурсивная практика ее применения фиксирует главные особенности диалектического взаимодействия СМИ и культурной жизни белорусских регионов в различных аспектах. Во-первых, с точки зрения форм и содержания влияния процессов глобализации и реакции региональных СМИ на них. Во-вторых, с позиции значимости роли массмедиа региона в культурной сфере и важности их продукции, предназначенной для потребностей определенной аудитории, определенного региона. В-третьих, сквозь призму участия региональных СМИ в процессах социокультурных трансформаций, создания новых ценностей, норм, правил, практик, стилей жизни, изменения существующих ценностно-нормативных образований современного белорусского общества. В совокупности это требует обращения к практическим проявлениям деятельности региональных СМИ.

Обращение к репрезентации и содействию реализации культурной политики Республики Беларусь через СМИ наглядно иллюстрирует потенциал СМИ. Эффективным средством репрезентации является сайт Министерства культуры Республики Беларусь (<http://kultura.by>), который представляет квинтэс-

сенцию информационного контента региональных и центральных СМИ, формирующих национальное медиапространство. Региональные СМИ «Гродненская правда», «Могилевские ведомости», «Віцьбічы», «Маяк Прыдняпроўя» репрезентируют актуальную социокультурную информацию и являются организаторами ряда культурных проектов: «День театра», «Кукольный квартал», представляющих способ формирования и трансляции региональной культуры.

Высокие экспертные оценки при использовании региональных СМИ в профессиональной деятельности работников культуры Витебского и Гродненского регионов не только как информационного средства, но и в качестве методических и организационных материалов позволяют говорить о потенциале региональной прессы как источника накопления профессионального знания [4, с. 37].

Высокие показатели социологических исследований по выявлению уровня экспертной оценки использования региональных СМИ в профессиональной деятельности работников культуры говорят о возможности использования данных СМИ в сфере культуры. Так, 39 % респондентов часто используют региональные издания не только в качестве информационного ресурса, но и для профессиональной деятельности [5, с. 31]. Примечательно то, что некоторые респонденты в качестве преимуществ перечисленных изданий указали более глубокий уровень аналитики культурных проблем региона по сравнению с национальными СМИ.

Конкретизацию формирования медиакультуры региона наглядно можно проиллюстрировать, анализируя ответы респондентов. Идентификационным критерием являлся вопрос: «Какие из актуальных для Вашего региона культурных проблем освещают СМИ?» Ответы были следующие: «Содействие оказанию финансовой поддержки культурным проектам» (41 %); «Организация и поддержка культурных традиций и народного творчества региона» (39 %) [1, с. 67]. Отметим, что значительная часть пользователей полагают, что с помощью СМИ региона государство в значительной степени реализует культурную политику.

Весьма важным в становлении медиакультуры региона является трансляционный потенциал СМИ. Значительная часть ре-

спондентов убеждена, что региональная пресса влияет на духовность. На вопрос «Какие уровни СМИ призваны воспитывать чувство патриотизма и транслировать образцы духовно-нравственного содержания?» – 44 % высказались в пользу региональных СМИ.

Ценный вклад в развитие медиакультуры региона внесло появление медиакритики, содержательная сторона которой охватывает не только грамотную оценку деятельности СМИ, но и творческий компонент деятельности журналиста. «Медиакритика изучает и оценивает не только творчество создателей медийных произведений и содержание СМИ, но также “движущийся” комплекс многообразных взаимоотношений печатной и электронной прессы с аудиторией и обществом в целом» [3, с. 27].

Масштабными региональными проектами стали порталы [Mediakritika.by](http://mediakritika.by) (<http://mediakritika.by>) и baj.by (<http://baj.by>), являющиеся творческой площадкой для журналистов. Здесь происходят горячие дискуссии, которые на региональном и национальном уровнях воспринимаются как особо значимые события. Специфика интернет-изданий позволяет оценивать СМИ экспрессивно, с использованием стилистически маркированной лексики. Критические высказывания иногда предстают в виде иронии автора относительно непрофессионализма местных СМИ (к критическим разделам портала относится рубрика «Воруют», где журналисты формируют своеобразный рейтинг «воров информации»).

Популярность рубрики «Люди» портала <http://baj.by>, по нашему мнению, обусловлена пристальным вниманием к мыслям и оценкам авторитетных медиаперсон, предоставлением как можно более широкого спектра толкований событий и процессов в медиасфере. Раздел «Дайджест» является весомой рубрикой, которая аккумулирует медиакритические публикации из других изданий и предоставляет возможность читателям ознакомиться с их медиакритическим стилем. Рубрика «Новости», популярная среди профессионально-ориентированной части медиасообщества, предлагает информацию о тематических мероприятиях. Появление и стремительная актуализация рубрики «Рынок» обусловлена феноменом рыночного существования медиа, потребностью анализировать и оценивать влияние ры-

ночных механизмов функционирования медиа на их контентные и аудиторные характеристики.

Признаками медиакритического анализа выделяется пружанский региональный ресурс *budni.by*, характеризующийся высоким показателем афферентации (обратной связи с аудиторией). В данном случае медиакритический анализ имеет регулятивную форму и позволяет гармонизировать отношения СМИ и аудитории.

Контент-анализ материалов медиакритического содержания указал на некоторые проблемные поля: смысловые параметры региональной медиакритики, содержание медиакритических выступлений в условиях локального регионального медиaprостранства, устойчивость интересов местной аудитории и не всегда высокий уровень ее медиакомпетентности. Критика СМИ в региональных условиях не приобретает характера постоянного анализа медиаконтента. В частности, местная журналистика не всегда может полагаться на интересы аудитории. Однако потребности региональной аудитории в медиакритике не исследованы. Она должна позиционироваться прежде всего как важная составляющая медийного образования населения. Для этого необходимо провести основательную работу со стороны ученых, журналистов, педагогов. Через понимание принципов деятельности региональных медиа можно полноценно осмыслить тенденции общего развития национальной медиасферы.

Таким образом, формирование современной медиакультуры региона в первую очередь связано с потенциалом СМИ. В качестве приоритетных векторов формирования медиакультуры выделяется трансляция ценностей, которые в большей степени актуализируются именно в региональной прессе – традиция, патриотизм. В контексте организационного потенциала региональные СМИ активно участвуют в проведении территориальных культурных проектов.

Активную функциональную нагрузку выполняет медиакритика, являясь компонентом журналистского творчества, и помогает преодолеть определенные негативные медиапроцессы: насыщение медиапродуктов патогенными элементами, искавление реалий в медиадискурсе, предоставление аудитории неполной, неточной информации, поддержка состояний информационной незавершенности и информационной тревожности.

1. Волков, В. А. Архитектоника современного медиапространства / В. А. Волков // Вест. Ин-та современ. знаний. – 2016. – № 3. – С. 65–69.

2. Кириллова, Н. Б. Медиакультура: от модерна к постмодерну / Н. Б. Кириллова. – М. : Академпроект, 2006. – 448 с.

3. Короченский, А. П. Медиакритика в теории и практике журналистики : автореф. дис. ... д-ра фил. наук : 10.01.10 / А. П. Короченский ; СПбГУ. – СПб., 2003. – 41 с.

4. Красовская, Е. В. Жанровое своеобразие публикаций на тему инноваций в белорусской региональной прессе / Е. В. Красовская // Вестн. МГЛУ. – 2017. – № 4. – С. 37–42.

5. Красовская, Е. В. Информационное общество Республики Беларусь / Е. В. Красовская, В. М. Литвинович. – Минск : ИАЦ, 2014. – 84 с.

*С. В. Гаўрылава, аспірант, кафедры
гісторыі Беларусі і музейзнаўства
Беларускага дзяржаўнага ўніверсітэта
культуры і мастацтваў,
загадчык філіяла Нацыянальнага Полацкага
гісторыка-культурнага музея-запаведніка*

МУЗЕЙ У ФАРМІРАВАННІ САМАСВЯДОМАСЦІ НАВЕДВАЛЬНІКАЎ (НА МАТЭРЫЯЛЕ НОВАЙ ЭКСПАЗІЦЫІ КРАЯЗНАЎЧАГА МУЗЕЯ ПОЛАЦКА)

Агульна прызнана, што музей мае шырокія магчымасці ў фарміраванні нацыянальнай, грамадзянскай, гістарычнай самасвядомасці наведвальнікаў. Рэалізуючы свае сацыяльныя функцыі, музей з'яўляецца медыятарам у камунікацыі паміж пакаленнямі, у перадачы гістарычнага вопыту. Першыноўства ў гэтым працэсе належыць рэгіянальным музеяў, якія ўяўляюць дамінанты сацыякультурнай дзейнасці ў рэгіёнах. Адным з інструментаў, што выкарыстоўваюць музеі ў фарміраванні самасвядомасці мясцовага насельніцтва, з'яўляецца музейная экспазіцыя.

Вялікі патэнцыял у ажыццяўленні культурна-адукацыйнай працы краязнаўчых музеяў маюць экспазіцыі, пабудаваныя на аснове прынцыпу антрапацэнтрызму, у якіх рэгіянальная гісторыя інтэрпрэтуецца праз лёс канкрэтнага чалавека. Суадносіны агульнага і прыватнага, а таксама ўвага да індывідуальнасці (так званая «персоніфікацыя мясцовай гісторыі» [2, с. 229]), з'яўляецца асновай стварэння