

УДК 316.77:[008+004]

Трансляцыя культурнай спадчыны Беларусі ў інтэрнэце: камунікацыйны аспект

Transmission of Belarusian cultural heritage on the Internet: communication aspect



А. В. Худніцкая, саіскальнік кафедры
гісторыка-культурнай спадчыны Беларусі,
Рэспубліканскі інстытут вышэйшай школы

A. V. Khudnitskaya, applicant of the Department
of Historical and Cultural Heritage of Belarus,
National Institute for Higher Education

Артыкул змяшчае аналіз камунікацыйнага аспекта дзейнасці анлайн-рэсурсаў, якія ажыццяўляюць трансляцыю культурнай спадчыны Беларусі ў інтэрнэце.

Ключавыя словы: спадчына; інтэрнэт; анлайн-камунікацыя; культурная прастора.

The article contains the analysis of the communication aspect of the online-resources activity which transmit Belarusian cultural heritage on the Internet.

Keywords: heritage; internet; online-communication; cultural space.

З развіццём інфармацыйна-камунікацыйных тэхналогій (ІКТ) дзейнасць па трансляцыі культурнай спадчыны ўзбагацілася новымі інструментамі і новымі задачамі, якія вынікаюць з актуальных патрэбаў грамадства. Рэпрэзентацыя спадчыны ў інтэрнэце ажыццяўляецца з дапамогай афіцыйных сайтаў устаноў культуры, у першую чаргу музеяў і бібліятэк, а таксама тэматычных рубрык электронных СМІ, аматарскіх праектаў і інш. Каштоўнасць публікацыі ў інтэрнэце матэрыялаў аб гісторыка-культурных помніках не выклікае сумневу. Пры гэтым застаецца актуальным пытанне эфектыўнасці трансляцыі спадчыны ў віртуальнай прасторы, што звязана з дзяржаўнай падтрымкай развіцця інфармацыйнага грамадства ў Беларусі і тэндэнцыямі павелічэння ролі віртуальнай камунікацыі для моладзі. У сувязі з гэтым мэта дадзенай работы – вылучыць крытэрыі і ўмовы паспяховай трансляцыі культурнай спадчыны Беларусі ў інтэрнэце.

Для ацэнкі якасці культурных прадуктаў, да якіх можна аднесці і прысвечаныя культуры анлайн-праекты, распрацаваны

пэўныя сістэмы крытэрыяў. Але, на нашу думку, яны не ўлічваюць асаблівасці камунікацыі ў інтэрнэце, у сувязі з чым мы прапануем засяродзіць увагу на камунікацыйным аспекце трансляцыі спадчыны ў інтэрнэце.

Сярод прапаноў па аналізу фармальнага аспектаў трансляцыі артэфектаў культуры ў віртуальнай прасторы, адной з найбольш універсальных падаецца сістэма паказчыкаў, распрацаваных Р. С. Захаранам:

- актуальнасць (мадэрнізацыя паслугі рэсурсаў, павышэнне прафесіяналізму працы з імі, арганізацыя маркетынговых даследаванняў);
- масавасць (павышэнне даступнасці культурных паслуг і рэсурсаў для розных катэгорый насельніцтва, развіццё інфармацыйнай прасторы, пашырэнне інфармацыі ў СМІ);
- падтрымка росту прэстыжу сферы культуры і разнастайнасці творчых працэсаў, стабільнасць (захаванне культурнай спадчыны);
- эфектыўнасць (удасканаленне кіравання і фінансава-гаспадарчай дзейнасці) [1].

Пагаджаючыся з прапанаваным шэрагам крытэрыяў, у дачыненні да аналіза дзейнасці анлайн-праектаў, мы лічым важным дадаць паказчык тэхнічнай падтрымкі, неабходны для забеспячэння даступнасці рэсурса і яго адпаведнасці актуальным тэхнічным патрабаванням, а таксама паказчык інтэрактыўнасці і сацыяльнасці – здольнасці анлайн-рэсурса ўзаемадзейнічаць з наведвальнікамі і ствараць умовы для камунікацыі паміж наведвальнікамі. У дадзенай працы засяродзім увагу на ролі апошняга паказчыка.

Віртуальная культурная прастора з’яўляецца сацыяльнай, населенай віртуальнымі супольнасцямі. Згодна Ф. Рэгіс і А. Перані, характэрныя для віртуальнай культуры сацыяльныя практыкі ўключаюць: актыўны асабісты ўдзел (глыбокая ўцягнутасць у актуальныя культурныя працэсы); вывучэнне моў, інтэрфэйсаў і праграмаў забеспячэння; сацыяльнае ўзаемадзеянне сродкамі ІКТ [2, с. 3]. Гэтыя практыкі замацоўваюць міжкультурны характар камунікацыі ў віртуальнай прасторы. Акрамя таго, для камунікацыі ў інтэрнэце ўласцівы перанос іерархій і фарміраванне ўстойлівых супольнасцяў. А. Рэйес звяртае ўвагу на тое, што ідэнтычнасць і супольнасці ўзнікаюць і атрымоўваюць формы праз узаемадзеянне і дыскурсы [3, с.101], а вызначальную ролю ў гэтым працэсе мае час: працяглая па часе ўзаемадзеянне і ўцягванне ўнутры анлайн-супольнасцяў дазваляе ўдзельнікам выпрацаваць уласныя ролі ў групе. Вынікам такіх дамоў становяцца неўраўнаважаныя адносіны паміж карыстальнікамі, вытварэнне ўлады і праз гэта – іерархіі. У больш пастаянных прасторах, асобныя ўдзельнікі могуць становіцца галасамі ўлады [3, с.117].

Значнасць устойлівых камунікацый пацвярджаецца статыстыкай выкарыстання інтэрнэт-рэсурсаў. Па дадзеных партала «DataReportal», сабраных пры падтрымцы агенцтва «We Are Social» і платформы кіравання сацыяльнымі медыя «HootSuite», на 2018–2019 гады ў Беларусі зафіксавана 7,03 млн карыстальнікаў інтэрнэта, з якіх 3,8 млн (40 % насельніцтва) – актыўныя карыстальнікі сацыяльных медыя [4, с.15]. Сярод дваццаці найбольш папулярных інтэрнэт-рэсурсаў – пошукавыя платформы (Google, Yandex), сацыяльныя сеткі (vk.com, ok.ru, instagram.com), забаўляльныя

рэсурсы (у тым ліку YouTube, які таксама мае рысы сацыяльнай сеткі), анлайн-СМІ (tut.by, onliner.by), «Вікіпедыя», анлайн-крамы [4, с. 22].

Згодна з прыведзенымі вышэй тэзісамі, трансляцыя артэфектаў культуры ў інтэрнэце павінна: ствараць умовы для ўзаемадзеяння карыстальнікаў паміж сабой, для іх актыўнага асабістага ўдзелу ў інтэрпрэтацыі артэфектаў, падтрымліваць канструктыўную міжкультурную камунікацыю, быць працяглай у часе і падтрымліваць фарміраванне ўстойлівых супольнасцей.

Трансляцыя культуры ў інтэрнэце ажыццяўляецца праз:

1) разнастайныя тэматычныя сайты і старонкі, у тым ліку формы віртуальнага наведвання помнікаў і музеяў, віртуальныя музеі і выставы, віртуальныя туры, анлайн-трансляцыі, анлайн-каталогі і бібліятэкі, спецыялізаваныя блогі, а таксама профілі і суполкі ў сацыяльных сетках, анлайн-гульні, віртуальныя адукацыйна-асветніцкія і прафесійныя пляцоўкі, анлайн-СМІ;

2) тэматычныя мабільныя прыкладанні, у тым ліку прызначаныя дапаўняць і пашыраць узаемадзеянне з установамі культуры;

3) анлайн-рэсурсы віртуальнай і дапоўненай рэальнасці, адукацыйныя і культурныя прадукты, якія можна атрымаць ці набыць для персанальнага азнаямлення і выкарыстання, напрыклад, рэканструкцыі страчаных ці часткова разбураных помнікаў архітэктуры.

З першай групы найбольш падрабязна намі былі прааналізаваны электронныя каталогі, віртуальныя візіты, выставы і музеі, як адмыслова створаныя з мэтай трансляцыі спадчыны ў віртуальнай прасторы: было ўлічана 40 беларускіх рэсурсаў (у тым ліку віртуальныя выставы беларускіх музеяў, бібліятэк і ўстаноў адукацыі, панарамы помнікаў (360°), аматарскія віртуальныя музеі і выставы).

Створаныя электронныя матэрыялы з’яўляюцца культурнымі прадуктамі і маюць каштоўнасць самі па сабе як рэпрэзентацыя помнікаў. Іх асноўнай функцыяй паўстае забеспячэнне доступу да артэфектаў культуры і інфармацыі пра іх, а магчымасці для камунікацыі карыстальнікаў і калектыўнай пазнавальнай дзейнасці застаюцца малараспрацаванымі. Асноўны фармат матэрыялаў – ілюстраваныя тэк-

сты, ці, наадварот, падборкі ілюстрацый з кароткімі апісаннямі (у выпадку з панарамі – часам толькі фотаматэрыялы). Наяўнасць інтэрактыўных элементаў і выкарыстанне сродкаў матывацыі пазнавальнай дзейнасці – гульняў, заданняў, інтэрактыўных выяў і мапаў – была адзначана толькі ў віртуальных праектах Нацыянальнай бібліятэкі Беларусі. Разгледжаныя рэсурсы (у тым ліку музейныя, бібліятэчныя) створаны ў сваёй большасці як артэфакты, «віртуальныя помнікі», не маюць пастаяннай працоўнай групы, працяглай падтрымкі, што адбываецца на тэхнічным стане рэсурсаў, іх статычнасці і слабай убудаванасці ў інфармацыйнае асяроддзе мэтавай групы.

Трансляцыя спадчыны забяспечваецца таксама асобнымі сайтамі турыстычнай тэматыкі (напрыклад, афіцыйны турыстычны партал Беларусі (<http://belarus.travel/>), а таксама аўтарскімі праектамі (напрыклад, «Глобус Беларусі» (<https://globus.tut.by/>), «Планета Беларусь» (<https://planetabelarus.by/o-proekte/>), «Музеі Беларусі» (<http://museums.by/o-proekte/>), «Мінск стары і новы» (<https://minsk-old-new.com/>)).

У першым выпадку публікацыя інфармацыі аб аб'ектах накіравана на зацікаўленне наведвальнікаў у пэўных праграмах падарожжаў і пашырэнне ведаў аб магчымых аб'ектах для наведвання, у другім – на захаванне сабраных аўтарамі праекта матэрыялаў і зацікаўленне шырокай аўдыторыі ў вывучэнні спадчыны роднага краю. Большую зацікаўленасць у камунікацыі з наведвальнікамі праяўляюць аўтарскія праекты, якія, звычайна, прадугледжваюць наяўнасць зваротнай сувязі і падкрэсліваюць магчымасць далучэння наведвальнікаў да праекта (напрыклад, праз дасыланне фотаматэрыялаў з уласных архіваў). Турыстычныя і аўтарскія праекты, у параўнанні з праектамі устаноў культуры, больш актыўна аднаўляюць і папаўняюць кантэнт сайтаў. Але магчымасці інтэрактыўных сродкаў, матывацыі да ўстойлівай камунікацыі і фарміравання супольнасцей выкарыстоўваюцца мала.

Літаратурная спадчына Беларусі рэпрэзентуецца, сярод іншага, віртуальнымі бібліятэкамі (напрыклад, найбуйнейшая беларуская анлайн-бібліятэка «Беларуская палічка» (<https://knihi.com/>), праект «На-

родныя казкі для дзетак» (<http://kazki.unicef.by/>)). Падобныя сайты накіраваны на забеспячэнне даступнасці літаратурных твораў онлайн, і не прадугледжваюць інтэрактыўных форм ці арганізаванай камунікацыі паміж карыстальнікамі.

Афіцыйныя суполкі музеяў і бібліятэк у сацыяльных сетках адрозніваюцца пэўнай фармальнасцю. Іх асноўная задача – інфармацыйная: абвешчаць навіны аб мерапрыемствах і праектах установы, аб змяненнях рэжыму працы і інш. (напрыклад, суполкі Нацыянальнага мастацкага музея (<https://vk.com/nhmrb>, <https://www.facebook.com/groups/artmuseumminsk/>)). У асобных выпадках да інфармацыйнай далучаецца пазнавальная і забаўляльная задачы, якія ўвасабляюцца ў публікацыі «цікавых фактаў» ці тэматычных фотаздымкаў і малюнкаў (напрыклад, суполкі Нацыянальнай бібліятэкі Беларусі (https://vk.com/nlb_by) і музея-запаведніка «Нясвіж» (<https://vk.com/niasvizhpalace>)).

Сярод суполкаў, накіраваных на трансляцыю спадчыны, варта адзначыць таксама групы турыстычных арганізацый і экскурсаводаў (напрыклад, «VETLIVA – Гід па Беларусі» (<https://vk.com/vetliva>), «Вандроўкі ў мінулае» (https://vk.com/vandrouki_u_minulaje)), і аматарскія блогі (напрыклад, «Архитектура Беларусі глазами N.» (<https://vk.com/architecture>)). У падобных праектах камунікацыі надаецца большая ўвага. Разам з пазнавальным кантэнтам ствараецца інтэрактыўны: пытанні да аўдыторыі, галасаванні, загадкі, конкурсы, стварэнне публікацый па запыту ўдзельнікаў суполкі. Такі падыход больш адпавядае сутнасці сацыяльных сетак як платформ для камунікацыі і развіцця пэўных узаемаадносін.

Анлайн-СМІ не спецыялізуецца на трансляцыі спадчыны, але часам праз тэматычныя рубрыкі і асобныя публікацыі здольны значна ўплываць на гэту дзейнасць. Сярод вылучаных публікацый большасць датычыцца апісання і прасоўвання пэўных помнікаў як турыстычных аб'ектаў (напрыклад, маршруты і аб'екты ў Беларусі ад «34 travel» (<https://34travel.me/gotobelarus>), артыкулы, прысвечаныя помнікам і маршрутам, на onliner.by)).

Сярод спецыялізаваных адукацыйных пляцовак варта адзначыць праект wir.by (<https://wir.by/be/>), на якім змяшчаюцца

лекцыі навукоўцаў і даследчыкаў у відэа і падкастах, артыкулы, гульні і спецпраекты пра гісторыю, лінгвістыку, літаратуру, мастацтва і міфалогію. Рэсурс быў адкрыты для наведвальнікаў толькі на пачатку 2020 года, таму заўчасна рабіць высновы наконт яго паспяховасці ў арганізацыі камунікацыі з аўдыторыяй. Але ў групе распрацоўцаў пазначаны спецыялісты па PR і SMM, што прыводзіць да думкі аб зацікаўленасці аўтараў у пабудаванні ўстойлівай сувязі з карыстальнікамі.

Асобна трэба адзначыць міжнародныя праекты і замежныя рэсурсы, якія рэпрэзентуюць беларускую спадчыну. Сярод іх – артыкулы аб аб'ектах спадчыны на буйных даведачных рэсурсах (напрыклад, Вікіпедыя, якая ўжо ўзгадвалася вышэй), віртуальныя выставы і асветніцкія матэрыялы на спецыяльных пляцоўках («Еўрапеана», «Арзамас» і інш.). Нарэшце, публікацыі ў замежных анлайн-СМІ і на замежных турыстычных рэсурсах.

Другая форма трансляцыі, якая была пазначана вышэй – тэматычныя мабільныя дадаткі. Сярод беларускіх рэсурсаў такога кшталту намі былі вылучаны турыстычныя дадаткі, у тым ліку аўдыя-гіды (напрыклад, «izi.TRAVEL», аўдыя-гід музея «Краіна міні»), а таксама дадаткі з тэкставымі апісаннямі аб'ектаў спадчыны (напрыклад, «Славуцкі Мінска», «Пуцыводнік па Беларусі»). Спецыяльныя музейныя і бібліятэчныя дадаткі, а таксама асветніцкія дадаткі і гульні не былі выяўлены.

Што датычыцца рэсурсаў віртуальнай і дапоўненай рэальнасці, частка падобных праектаў распрацоўваецца для выкарыстання афлайн, у тым ліку ў залах музеяў. Але беларускія праекты, даступныя анлайн, не былі вылучаны.

Калі падсумаваць аналіз анлайн-рэсурсаў, сродкамі якіх ажыццяўляецца трансляцыя беларускай спадчыны, можна зрабіць выснову, што яны паспяхова забяспечваюць даступнасць інфармацыі аб аб'ектах спадчыны, рэпрэзентуюць музейныя, бібліятэчныя, аўтарскія калекцыі, спецыяльна распрацаваныя матэрыялы – карты, ілюстрацыі, апісанні. Але пры гэтым з'яўляюцца даволі статычнымі і рэдка з'яўляюцца прыкладамі інтэрактыўных, сацыяльных рэсурсаў.

Для эфектыўнай папулярызацыі спадчыны неабходны дыялог з аўдыторыяй,

прыцягненне ўвагі да новых для аўдыторыі тэм і аб'ектаў, пераадоленне інфармацыйных фільтраў і канкурэнцыі ў інфармацыйна насычанай прасторы. Для гэтага пры стварэнні папулярызатарскіх матэрыялаў неабходна звяртацца да тэхналогій мэнэджменту, маркетынгу, рэкламнай дзейнасці.

Абагульняючы праведзены аналіз, мы прапануем засяродзіць увагу на наступных праблемных пытаннях: 1) выбар сродкаў і формы трансляцыі спадчыны ў віртуальнай прасторы; 2) непасрэдная камунікацыя і пераадоленне інфармацыйных фільтраў.

Кожны сродак і кожная форма трансляцыі спадчыны ў віртуальнай прасторы маюць пэўныя ўласцівасці і адметнасці, якія розным чынам спалучаюцца з зацікаўленасцю і паводзінамі розных аўдыторый, а таксама з задачамі папулярызацыі (пазнаёміць з малавядомай спадчынай, паглыбіць веды, паўплываць на ідэнтычнасць асобы, сфарміраваць пэўную пазіцыю і адносіны да спадчыны і помнікаў, матываваць на пэўныя дзеянні – наведаць помнік ці музей, прыняць удзел у мерапрыемстве і інш.). У сувязі з гэтым неабходна абгрунтаваць выбар формы будучага матэрыяла пэўнай канцэпцыяй і арыентацыяй на мэтавую аўдыторыю.

Большасць вылучаных намі рэсурсаў, прысвечаных беларускай спадчыне, створаны пад так званую «шырокую» аўдыторыю і з «агульнымі» мэтамі трансляцыі культурнага кантэнту. Гэта значыць, што яны ствараліся без уліку асаблівасцей пэўных груп і задач. Відавочна, гэта адлюстроўваецца і на выбары форм і сродкаў папулярызацыі: яны страчваюць своеасаблівасць, мэтанакіраванасць, становяцца незапатрабаванымі. Напрыклад, сярод віртуальных выстаў Нацыянальнага мастацкага музея ёсць шэраг артыкулаў, арыентаваных на спецыялістаў, але астатнія тэксты не маюць пэўнай арыентацыі: для дзяцей і моладзі яны не структураваныя і складаныя, для аматараў выяўленчага мастацтва – не дастаткова ілюстраваныя і не дазваляюць разгледзець выявы ў высокай якасці.

Карыстаюцца папулярнасцю тэматычныя сайты і суполкі ў сацыяльных сетках, пры гэтым шэраг форм з вялікім патэнцыялам для папулярызацыі спадчыны пакідаюцца амаль без увагі. Да іх можна аднесці

відэаблогі, атракцыёны віртуальнай рэальнасці, мабільныя дадаткі для самастойнага знаёмства з помнікамі, тэматычныя гульні і міні-гульні, тэматычныя адукацыйныя і асветніцкія курсы, удзел у дзейнасці буйных міжнародных праектаў.

Другое праблемнае поле – непасрэдная камунікацыя з аўдыторыяй і пераадоленне бар’ера фільтраў. Каштоўнасць непасрэднай камунікацыі распрацоўцаў рэсурсаў з мэтавай аўдыторыяй, бачыцца нам, па-першае, у магчымасці папярэдняга даследавання інтарэсаў і ведаў людзей, іх стаўлення да культурнай спадчыны, у выніку якога можна вылучыць праблемныя тэмы, белыя плямы ў веданні і разуменні помнікаў, і такім чынам дакладна вылучыць накірункі папулярызацыі спадчыны. Па-другое, у атрыманні рэфлексіі аб створаных матэрыялах для іх далейшага ўдасканалення і развіцця. Па-трэцяе, у фарміраванні супольнасці, аб’яднанні зацікаўленай аўдыторыі, якая таксама становіцца транслятарам спадчыны. Напрыклад, праз суполкі літаратурных музеяў ёсць магчымасць аб’яднання і пастаяннага ўзаемадзеяння з настаўнікамі літаратуры на аснове публікацыі карысных для заняткаў і пазакласнай дзейнасці матэрыялаў, і ў выніку фарміравання супольнасці, што падтрымлівае намаганні музея за яго межамі.

Такім чынам, камунікацыя з’яўляецца важнай на ўсіх этапах трансляцыі спадчыны, распрацоўкі і прасоўвання тэматычных рэсурсаў. У гэтым плане цікавым з’яўляецца прыклад праекта «Арзамас» (<https://arzamas.academy>): на агульнай платформе публікуюцца разнастайныя культуралагічныя, мастацтвазнаўчыя і гістарычныя матэрыялы, а тэхнічная і рэкламная падтрымка ўскладаецца не на распрацоўцаў кантэнта, а на спецыяльны персонал. Акрамя таго, у сацыяльных сетках праекта перыядычна публікуюцца напаміны пра створаныя раней матэрыялы і рэсурсы, актывізуецца цікавасць да іх.

Што датычыцца інфармацыйных бар’ераў – для прыцягнення ўвагі першапачаткова

ва незацікаўленай аўдыторыі да створаных рэсурсаў неабходна абмысці абмежаванні індывідуальнай інфармацыйнай прасторы асобы. Такія абмежаванні ўзнікаюць у выніку як самастойнай (асэнсаванай і не асэнсаванай) дзейнасці асобы, так і знешняй дзейнасці пошукавых сістэм, сістэм персаналізацыі, якія адбіраюць для карыстальніка інфармацыю, звязаную з яго мінулым выбарам і паводзінамі, – так званы эфект «пузыра фільтраў» [5]. Пераадоленне гэтых фільтраў у прасторы з вялікай канкурэнцыяй разнастайных рэсурсаў магчыма пры актыўным ужыванні тэхналогій і стратэгіі маркетынга, а таксама аб’яднанні афлайн і анлайн мерапрыемстваў па трансляцыі спадчыны. Першы варыянт дазваляе прыстасавання да адрэсуйнага прасоўвання і абазначыць месца для культурнага кантэнта. Другі, наадварот, накіраваны на ўсталяванне непасрэднай сувязі паміж помнікамі і іх рэпрэзентацыяй у віртуальнай прасторы, дазваляе аўдыторыі скарыстаць «віртуальную спадчыну» для пашырэння досведу, пагрузэння ў новую тэму, палягчэння знаёмства з малавядомымі ці не вельмі відовішчымі артэфактамі, складана зразумелымі з’явамі і страчанымі традыцыямі.

Для паспяховай трансляцыі культурнай спадчыны Беларусі ў інтэрнэце неабходна ўлічваць крытэрыі інтэрактыўнасці і сацыяльнасці рэсурса. Каб пазбегнуць статычнасці і выключанасці з выдаленасці з «населенай» часткі віртуальнай культурнай прасторы, неабходна пры стварэнні кожнага асобнага матэрыяла і ў кожным асобным праекце надаваць увагу асэнсаванаму выбару сродкаў і формы трансляцыі, арганізацыі непасрэднай камунікацыі паміж распрацоўцамі і карыстальнікамі рэсурса, сярод наведвальнікаў, а таксама пераадоленню бар’ера фільтраў. Стварэнне ўмоў для актыўнага асабістага ўдзелу наведвальнікаў у дзейнасці рэсурса для сацыяльнага ўзаемадзеяння і фарміравання ўстойлівай супольнасці дазволіць, на нашу думку, значна ўдасканаліць трансляцыю спадчыны ў інтэрнэце.

Спіс выкарыстаных крыніц

1. Захарян, Р. С. Современные тенденции развития и повышения эффективности сферы культуры: автореф. дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05 / Р.С. Захарян; Кабардино-Балкарский гос. ун-т им. Х.М. Бербекова. – Шахты, 2009. – 21 с.

2. Regis, F. Communication and entertainment in cyberculture: rethinking the relations between the ludic, cognition and technology / F. Regis, L. Perani // Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação. – E-compós, Brasília, 2010. – V.13, N.2. – P. 1–16.

3. Reyes, A. Virtual communities: Interaction, identity and authority in digital communication / A. Reyes // Text&Talk. – De Gruyter Mouton, 2019. – No. 39(1). – P. 99–120.

4. DIGITAL 2019: BELARUS [Electronic resource] / DataReportal. – 2019. – Mode of access: <https://datareportal.com/reports/digital-2019-belarus?rq=belarus>. – Date of access: 14.02.2020.

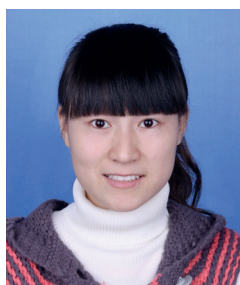
5. Pariser, E. The Filter Bubble: What The Internet Is Hiding From You / E. Pariser. – New York: The Penguin Press, 2011. – 304 p.

Дата подачи: 17.02.2020.

УДК 316.346.32-053.81:[316.75+316.422](510)

Трансформация ценностных ориентаций современной молодежи Китайской Народной Республики

Transformation of value orientations of modern youth of the People's Republic of China



Чжао Цзэнфан, аспирантка кафедры культурологии,
Белорусский государственный университет культуры и искусств

Zhao Zengfang, postgraduate student of the Department of Cultural Studies,
Belarusian State University of Culture and Arts

В статье анализируется модификация аксиосферы юношества Китая в контексте реформ, проводимых в КНР, а также глобализационных процессов. Отмечается, что у определенной части подрастающего поколения традиционные ценностные ориентации постепенно вытесняются ценностями западной цивилизации. Анализируется деятельность государственных и общественных институций по усилению идеологической и воспитательной работы среди подрастающего поколения.

Ключевые слова: Китай; культура; подрастающее поколение; трансформация; ценности.

Annotation: The article analyzes the modification of the axiosphere of China's youth in the context of reforms carried out in the PRC, as well as globalization processes. It is noted that in a certain part of the younger generation, traditional value orientations are gradually replaced by the values of Western civilization. The article analyzes the activities of state and public institutions to strengthen ideological and educational work among the younger generation.

Keywords: China; culture; rising generation; transformation; values.

Молодежь в культурологическом дискурсе рассматривается как социально-демографическая группа с характерными для нее социальными, возрастными, психологическими свойствами, а также социокультур-

ными ценностями, обусловленными уровнем социально-экономического, культурного развития, особенностями системы социализации в обществе. В рамках фундаментальной культурологии проблеме ценностных