

КУЛЬТУРНАЯ ПРОБЛЕМАТИКА В РЕГИОНАЛЬНЫХ СМИ

М. Л. Лебедева

*Белорусский государственный университет,
ул. Кальварийская, 9, 220004, г. Минск, Республика Беларусь,
lebedzeva1612@gmail.com*

Диапазон культурной проблематики, репрезентуемой в региональных СМИ, обусловлен по преимуществу общественно-политической направленностью последних. Приоритет традиции над экспериментом, в том числе и в плане отбора фактов культуры, попадающих в фокус издания, определяет качественный и количественный состав публикаций о культуре. Характерная для новых медиа постмодернистская тенденция к «эстетике серийности», связанной с «узнаваемостью» культурного объекта, в то же время находит свою реализацию и в традиционных региональных СМИ.

Ключевые слова: культурная проблематика; региональные СМИ; контент; дискурс; медиапотребление.

CULTURAL PROBLEMS IN REGIONAL MEDIA

M. L. Lebedzeva

*Belarusian State University,
9, Kalvariyskaya Str., 220004, Minsk, Republic of Belarus
Corresponding author: M. L. Lebedzeva (lebedzeva1612@gmail.com)*

The range of cultural issues that are represented in regional media is mainly due to the socio-political orientation of this type of media. The priority of tradition over experiment, including in terms of the selection of cultural facts that fall into the focus of the publication, determines the qualitative and quantitative composition of publications about culture. The postmodernist tendency to the «aesthetics of seriality», which is associated with the «recognizability» of a cultural object, which is characteristic of new media, is partly realized in traditional regional media.

Key words: cultural issues; regional media; content; discourse, media consumption.

Проблемное поле современных региональных СМИ определяется как широкое и многоаспектное: здесь представлена общественно-политическая, экономическая и культурно-рекреационная составляющие. И поскольку «сегодня СМИ играют качественно новую роль и стали

определяющим каналом формирования общественного мнения» [1, с. 183], то и региональные издания оказываются неизбежно вовлеченными в этот процесс. Но не менее важно и другое: «няспыннае развіццё і ўкараненне новых інтэрнэт-тэхналогій у сучасную камунікацыйную прастору шмат у чым абумовілі перагляд традыцыйных падыходаў да журналісцкай творчасці» [2, с. 71]. На этом фоне региональные средства массовой информации (и мы на это обращали внимание ранее) «постоянно сталкиваются с новыми вызовами: необходимость создания сайтов, электронных версий издания, представленность в социальных сетях, популяризация и продвижение контента» [3, с. 196].

Постепенно адаптируясь к новым условиям медиарынка, региональные СМИ культивируют печатный и сетевой типы дискурса, увеличивают удельный вес визуального контента, соотносятся с насущными условиями медиаконвергенции. В то же время культурный (а не собственно рекреационный) нарратив требует от журналиста специальных знаний, предполагает наличие у него соответствующего арсенала коммуникативных практик, посредством которых всякий раз будет избираться оптимальный канал и способ транслирования информации культурологического профиля современному медиапотребителю. Так должно быть. Реальность же, во многом определяемая кризисом постмодернистского порядка, диктует средствам массовой информации, в том числе и региональным, свои законы.

Определяя характеристики современного потребителя медиаконтента, учтем, что «для каждого человека социокультурная ситуация не только раскрывает некоторое множество возможных путей, но и дает возможность разного отношения к этим путям, от полного приятия предложенной ему обществом игры до полного ее отрицания и попыток навязывания обществу некоторых новых, до него никем не практиковавшихся типов поведения» [4, с. 107]. Однако в современной культурной парадигме «постмодернистская эстетика серийности (варьирования узнаваемого прецедента), а также катастрофический рост удельного веса визуальности в культуре убедительно свидетельствует об усталости Я-сознания огромного числа потребителей искусства» [5, с. 311]. Рецепция культурного медиаконтента аудиторией, таким образом, оказывается сегодня в целом предсказуемой и прогнозируемой. И касается это различных каналов и средств информации и коммуникации, то есть как новых, так и традиционных.

Культурная проблематика в региональных СМИ в настоящее время обуславливается по преимуществу общественно-политической направ-

ленностью изданий. Деформации, происходящие с темами, жанрами, концепциями, здесь менее радикальны в силу приверженности традиции, стремления к сохранению принципов литературного языка (сленг, маркеры молодежных субкультур и т. п. значительно реже проникает на страницы региональных печатных изданий, чем в новые медиа, в которых все это стало привычной составляющей дискурса). Мысль о том, что «искусство, основанное на разрушении ценностей, не имеет будущего» [6, с. 11], во многом созвучна медиа, ценностные ориентиры и приоритеты которых тяготеют к традиции, к классическим образцам. С другой стороны, уклон в «визуализацию культуры» неизбежен и для региональных СМИ, какая бы культурная проблема ни репрезентовалась. Освещение культурно-массовых мероприятий, событий театральной жизни, новостей киноиндустрии, а также литературные и музыкальные обзоры – во всем этом так или иначе просматривается смещение акцента с текста на визуальный ряд. И если для печатной версии регионального издания такая тенденция менее актуальна, то для сетевой характерна в полной мере. Аккаунты СМИ в социальных сетях и каналы в мессенджерах демонстрируют приоритеты инфографики, фото- и видеоконтента. Таким образом, проблемный, содержательный аспекты уходят на второй план, а «зрелищный» компонент, напротив, оказывается доминантным. Будучи философски обоснованным, тренд этот реализуется в практике медиа действительно закономерно.

Региональные СМИ, отвечающие на вызовы современности и одновременно сохраняющие дань традиции, не отказываются от просветительства, предлагают потенциальной аудитории культурный контент, хотя и с неизбежными акцентами на рекреации. Вместе с тем специфику медиапотребления в условиях массовой культуры и интенсивной цифровизации (как следствие, усиления визуального начала в репрезентации культуры в СМИ) необходимо изучать комплексно, связывая общественно-политический дискурс и актуальные проблемы социокультурного характера.

Библиографические ссылки

1. *Алипулатов И. С.* Региональные СМИ. Проблемы. Поиски. Решения // Символ науки. Уфа, 2015. № 10. С. 182–186.
2. *Зразікава В. А.* Жанравыя разнавіднасці замалёўкі ў беларускіх інтэрнэт-СМІ // Сучасная медыясфера: практыка трансфармацыі, тэарэтычнае асэнсаванне, інстытуцыянальныя перспектывы: Матэрыялы I Міжнар. навук.-практ. канф., Мінск, 30 сак. 2017 г. Мінск, 2017. С. 71–81.

3. *Лебедева М. Л.* Сетевой дискурс региональных СМИ // Рэгіянальныя СМІ Рэспублікі Беларусь у лічбавую эпоху ад лакальнай праблематыкі да інфармацыйнай бяспекі дзяржавы. Мінск, 2020. С. 196–199.
4. *Лотман Ю. М.* В школе поэтического слова: Пушкин, Лермонтов, Гоголь. СПб., 2015. 416 с.
5. *Тюна В. И.* Дискурсные формации: Очерки по компаративной риторике. М., 2010, 320 с.
6. *Рябов О.* От постмодернизма к хакенкройцу // Литературная газета. М., 2021, № 16. С. 11.

ЯВЛЕНИЕ АНТОНИМИИ В ЛЕКСИКЕ ПРАВОСЛАВИЯ (на материалах региональных изданий Беларуси)

Ю. Н. Лукьянюк

*Белорусский государственный университет,
ул. Кальварийская, 9, 220004, г. Минск, Республика Беларусь,
lukianqk@mail.ru*

Материалы посвящены такому аспекту исследования религиозного дискурса, как лексика православия. Речь идет о терминах-антонимах, являющихся составной частью конфессиональной терминологии. Работа проведена на материале «Тлумачальнага слоўніка па філасофіі».

Ключевые слова: религиозный дискурс; терминология православия; термины-антонимы; лексическая парадигма.

THE PHENOMENON OF ANTONYMY IN THE VOCABULARY OF ORTHODOXY (based on the materials of regional press of Belarus)

Yu. N. Lukyanuk

*Belarusian State University,
9, Kalvariyskaya Str., 220004, Minsk, Republic of Belarus
Corresponding author: Yu. N. Lukyanuk (lukianqk@mail.ru)*

The materials are devoted to such an aspect of the study of religious discourse as the vocabulary of Orthodoxy. We are talking about antonyms, which are an