

РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ КУЛЬТУРНОЙ ПРОБЛЕМАТИКИ В СМИ ИНОСТРАННЫМ СТУДЕНТАМ ПРОФИЛИЗАЦИИ «НОВЫЕ МЕДИА»

М. Л. Лебедева

*Белорусский государственный университет,
ул. Кальварийская, 9, 220004, г. Минск, Республика Беларусь,
lebedeml@bsu.by*

Культурная проблематика в средствах массовой информации, представленная как в рамках традиционных жанровых форматов, так и в мультимедиа, ориентирована на формирование системы ценностей современного индивида, коммуникативной личности, информационного общества. Анализ тематического диапазона, проблемного поля и жанровых характеристик медиатекстов способствует осмыслению иностранными студентами профилизации «Новые медиа» концепций, способов и приемов репрезентации культуры в СМИ.

Ключевые слова: репрезентация; культурная проблематика; средства массовой информации; информационное общество; медиатекст.

REPRESENTATION OF CULTURAL ISSUES IN THE MEDIA FOR FOREIGN STUDENTS OF THE PROFILING «NEW MEDIA»

M. L. Lebedzeva

*Belarusian State University,
9, Kalvariyskaya Str., 220004, Minsk, Republic of Belarus
Corresponding author: M. L. Lebedzeva (lebedeml@bsu.by)*

Cultural issues in the media are presented within the framework of traditional genres and in multimedia formats. It is aimed at forming a system of values of a modern individual, a communicative personality, an information society. Analysis of the thematic range, problematic field and genre characteristics of media texts is very important in the practice of teaching foreign students of the profiling «New Media». This contributes to the understanding of concepts, methods and techniques of representing culture in the media by students.

Key words: representation; cultural issues; mass media; information society; media text.

Современное информационное общество аккумулирует такие культурные процессы в начале XXI века, которые во многом определяют и систему ценностей индивида, и факторы формирования коммуникативной личности в условиях раздвоенности пространства коммуникации на реальное и виртуальное, и «систему ориентаций и поклонения» (термин Э. Фромма) глобального социума. Как отмечает Н. Б. Кириллова, «роль медиакультуры в обществе растет невиданными ранее темпами, являясь комплексным средством освоения человеком окружающего мира в его социальных, интеллектуальных, нравственных, художественных, психологических аспектах» [1, с. 11]. По мысли Н. А. Крюковой, «целостность медиакультуры, обусловленная информационным взаимодействием всех участников социальной деятельности, становится одним из приоритетных условий личностного и общественного развития, создает информационное взаимодействие внутри каждого вида общественной деятельности» [2, с. 227]. В свою очередь тезис О. В. Рябова о том, что «искусство, основанное на разрушении ценностей, не имеет будущего» [3, с. 11], может быть спроецировано на медиа, посредством которых сегодня важно транслировать обществу культурные и нравственные установки, духовные ориентиры, формировать культурную среду для взаимодействия индивидов в информационном социуме.

Репрезентация культурной проблематики в СМИ тесно связано с визуализацией. В. И. Тюпа указывает на «катастрофический рост удельного веса визуальности в культуре» [4, с. 311], но развитие сетевой коммуникации, переход традиционных средств массовой информации на цифровые платформы и наблюдаемый в связи с этим «перевод» печатного слова в зрительные образы показывают неизбежность увеличения показателей «визуализации культуры» в медиа. Современная медиапрактика убедительно доказывает, что, какая бы культурная проблема ни репрезентовалась (из области литературы, музыки, театра, кино), фиксируется смещение акцентов с собственно текста на визуальные образы, в особенности если речь идет о тексте «дисплейном». Доминирование фото- и видеоконтента, инфографики в цифровых публикациях СМИ является актуальной тенденцией медиапрактики.

В процессе обучения иностранных студентов специальности «Журналистика» (профилизация «Новые медиа») приемам репрезентации культурной проблематики в СМИ важно акцентировать внимание

на гармоничном и сбалансированном соотношении содержательной и визуальной сторон медиатекстов. Для этого необходимо на практических занятиях анализировать контент современных сетевых медиа, выявлять действенные способы подачи контента о культуре с учетом закономерностей «клипового мышления» современной аудитории. Кроме того, нельзя сбрасывать со счетов концепцию массовой культуры, которая, будучи феноменом, попадает в фокус именно новых медиа. Понимание студентами не только идейных основ общества массового потребления, но и таких его аспектов, как массовая культура, инфотейнмент, медиапотребление, оказывается залогом грамотного целеполагания (зачем и для кого создается журналистское произведение) и воплощения культурной проблематики в рамках продуцируемых медиатекстов.

Отбор актуальных информационных и аналитических материалов культурной направленности, опубликованных в СМИ, для анализа студентами на практических занятиях должен происходить с учетом специфики сформировавшихся у иностранных обучающихся представлений о ценности мирового культурного наследия, самобытности национальных культур, о процессах глобализации в обществе массового потребления. Отражение в сетевой практике медиа современных проблем культуры должно осмысливаться с позиций осознанной коммуникации.

Таким образом, репрезентация культурной проблематики в современных медиатекстах иностранным студентам, осваивающим специфику функционирования новых медиа, представляет собой двухмерный процесс: с одной стороны подразумевается ознакомление аудитории с реальными фактами медийной практики, анализ эффективных и действенных способов трансляции культурного содержания при высоком удельном весе визуализации в СМИ; с другой – обучение будущих специалистов в области новых медиа актуальным приемам создания авторских материалов о культуре, подача и продвижение которых предполагаются именно в цифровой среде.

Бібліографічні посилання

1. Кириллова Н. Б. Медиакультура: от модерна к постмодерну. М.: Академический проспект, 2006. 448 с.
2. Крюкова Н. А. Медиакультура и ее роль в современном информационном обществе // Омский научный вестник. 2013. № 5(122). С. 226–228.
3. Рябов О. От постмодернизма к хакенкройцу // Литературная газета. М., 2021. № 16. С. 11.
4. Тюпа В. И. Дискурсивные формации: Очерки по компаративной риторике. М., 2010. 320 с.