

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛИСТИКИ
Кафедра периодической печати и веб-журналистики

НАЗАРОВА Амина Гуламовна

**КУЛЬТУРНАЯ ТЕМАТИКА В СОВРЕМЕННЫХ
МОЛОДЕЖНЫХ СМИ БЕЛАРУСИ:
ЦЕННОСТНЫЙ АСПЕКТ**

Дипломная работа

Научный руководитель:
доктор филологических наук,
доцент С. В. Харитонова

Допущена к защите

« ____ » _____ 2025 г.

Заведующий кафедрой периодической печати и веб-журналистики
доктор филологических наук, доцент С. В. Харитонова

Минск, 2025

ОГЛАВЛЕНИЕ

РЕФЕРАТ.....	3
РЭФЕРАТ.....	4
АВСТРАКТ.....	5
ВВЕДЕНИЕ.....	6
ГЛАВА 1 ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ КУЛЬТУРНОЙ ПРОБЛЕМАТИКИ В СМИ	8
1.1 Медиаоконтент о культуре как объект научного анализа.....	8
1.2 Культурная тематика в отражении СМИ: тенденции и особенности.....	15
<i>Выводы по Главе 1.....</i>	<i>25</i>
ГЛАВА 2 МОЛОДЕЖНЫЕ СМИ: ОСОБЕННОСТИ МОДЕЛИРОВАНИЯ КОНТЕНТА О КУЛЬТУРЕ.....	27
2.1 Специфика отражения культурной проблематики в прессе	27
2.2 Модификация форматов репрезентации контента о культуре в молодежных СМИ.....	34
<i>Выводы по Главе 2.....</i>	<i>43</i>
ГЛАВА 3 ТЕХНОЛОГИИ ФОРМИРОВАНИЯ ЦЕННОСТНЫХ ОРИЕНТИРОВ В МОЛОДЕЖНЫХ СМИ.....	46
3.1 Формы и способы освещения ценностного содержания в белорусских СМИ для молодежи.....	46
3.2 Инновационные методы распространения культурных ценностей в СМИ: сравнительный аспект.....	52
<i>Выводы по Главе 3.....</i>	<i>56</i>
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	58
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ.....	60
ПРИЛОЖЕНИЯ.....	67

РЕФЕРАТ

Структура и объем дипломной работы: 79 страниц (из них 13 страниц занимают приложения), 77 источников.

Ключевые слова: МОЛОДЕЖНЫЕ СМИ, МОЛОДЕЖНАЯ ПЕРИОДИКА, КУЛЬТУРНАЯ ПРОБЛЕМАТИКА, КУЛЬТУРНЫЕ ЦЕННОСТИ, «ЗНАМЯ ЮНОСТИ», «ЧЫРВОНКА. ЧЫРВОНАЯ ЗМЕНА», «МАЛАДОСЦЬ», «БЯРОЗКА».

Актуальность данной работы обусловлена необходимостью анализа культурной тематики в современных молодежных СМИ Беларуси, их ценностного аспекта, важностью понимания, каким образом и какие идейно-ценностные установки транслируются через молодежные средства массовой информации, как они влияют на мировоззрение молодых людей и на общество в целом.

Объект исследования – культурная тематика в специализированных молодежных СМИ Беларуси.

Предмет исследования – методы, формы и средства репрезентации контента молодежных СМИ, формирующие ценностно-смысловые ориентации целевой медиааудитории.

Цель исследования – выявление специфики освещения культурной тематики в современных молодежных СМИ Беларуси и определение контент-стратегий в формировании идейно-ценностных установок медиааудитории.

Методы исследования: метод контент-анализа, сравнительный метод, методы жанрового и типологического анализа.

Полученные результаты и их новизна: были определены основные понятия и подходы к изучению медиаконтента о культуре, выделены тенденции и особенности отражения культурной тематики в белорусских СМИ, выявлены ценностно-смысловые приоритеты медиаконтента о культуре в изданиях «Бярозка» и «Знамя юности», установлены эффективные формы и способы освещения ценностного содержания в СМИ для молодежи.

Достоверность материалов и результатов дипломной работы: дипломная работа представляет собой самостоятельно проведенное автором исследование. Полученные результаты и выводы достоверны.

Область возможного практического применения: результаты исследования могут послужить материалом для разработки проектов, направленных на совершенствование стратегий освещения культурной тематики в молодежных медиа, стать основой для исследования перспектив СМИ в реализации молодежной политики в Республике Беларусь, определения влияния медиа на представителей молодого поколения.

РЭФЕРАТ

Структура і аб’ём дыпломнай работы: 79 старонак (з іх 13 старонак займаюць дадаткі), 77 крыніц.

Ключавыя словы: МОЛАДЗЕВЫЯ СМІ, МОЛАДЗЕВАЯ ПЕРЫЁДЫКА, КУЛЬТУРНАЯ ПРАБЛЕМАТЫКА, КУЛЬТУРНЫЯ КАШТОЎНАСЦІ, “ЗНАМЯ ЮНОСТИ”, “ЧЫРВОНКА. ЧЫРВОНАЯ ЗМЕНА”, “МАЛАДОСЦЬ”, “БЯРОЗКА”.

Актуальнасць дадзенай работы абумоўлена неабходнасцю аналізу культурнай тэматыкі ў сучасных моладзевых СМІ Беларусі, іх каштоўнаснага аспекту, важнасцю разумення, якім чынам і якія ідэйна-каштоўнасныя ўстаноўкі транслююцца праз моладзевыя сродкі масавай інфармацыі, як яны ўплываюць на светапогляд маладых людзей і на грамадства ў цэлым.

Аб’ект даследавання – культурная тэматыка ў спецыялізаваных моладзевых СМІ Беларусі.

Прадмет даследавання – метады, формы і сродкі рэпрэзентацыі кантэнту моладзевых СМІ, якія фармуюць каштоўнасна-сэнсавыя арыентацыі мэтавай медыяаўдыторыі.

Мэта даследавання – выяўленне спецыфікі асвятлення культурнай тэматыкі ў сучасных моладзевых СМІ Беларусі і вызначэнне кантэнт-стратэгіі у фарміраванні ідэйна-каштоўнасных устаноў медыяаўдыторыі.

Метады даследавання: метады кантэнт-аналізу, параўнальны метады, метады жанравага і тыпалагічнага аналізу.

Атрыманыя вынікі і іх навізна: былі вызначаны асноўныя паняцці і падыходы да вывучэння медыякантэнту аб культуры, выдзелены тэндэнцыі і асаблівасці адлюстравання культурнай тэматыкі ў беларускіх СМІ, выяўлены каштоўнасна-сэнсавыя прыярытэты медыякантэнту аб культуры ў выданнях “Бярозка” і “Знамя юности”.

Дакладнасць матэрыялаў і вынікаў дыпломнай працы: дыпломная праца ўяўляе сабой самастойна праведзенае аўтарам даследаванне. Атрыманыя вынікі і высновы дакладныя.

Вобласць магчымага практычнага прымянення: вынікі даследавання могуць паслужыць матэрыялам для распрацоўкі праектаў, накіраваных на ўдасканаленне стратэгіі асвятлення культурнай тэматыкі ў моладзевых медыя, стаць асновай для даследавання перспектывы СМІ ў рэалізацыі моладзевай палітыкі Рэспубліцы Беларусь, вызначэння ўплыву медыя на прадстаўнікоў маладога пакалення.

ABSTRACT

Structure and volume of the thesis: 79 pages (including 13 pages of appendices), 77 sources.

Keywords: YOUTH MEDIA, YOUTH PERIODICALS, CULTURAL ISSUES, CULTURAL VALUES, “ZNAMYA YUNOSTI”, “CHYRVONKA. CHYRVONAYA ZMENA”, “MALADOSTS”, “BYAROSZKA”.

The relevance of this work is due to the need to analyze cultural topics in modern youth media in Belarus, their value aspect, the importance of understanding how and what ideological and value attitudes are transmitted through youth media, how they influence the worldview of young people and society as a whole.

The object of the study is cultural topics in specialized youth media in Belarus.

The subject of the study is the methods, forms and means of representing the content of youth media that shape the value-semantic orientations of the target media audience.

The purpose of the study is to identify the specifics of covering cultural topics in modern youth media in Belarus and to determine content strategies in shaping the ideological and value attitudes of the media audience.

Research methods: content analysis method, comparative method, methods of genre and typological analysis.

The results obtained and their novelty: the main concepts and approaches to the study of media content about culture were defined, the trends and features of reflecting cultural topics in the Belarusian media were highlighted, the value-semantic priorities of media content about culture in the publications “Byarozka” and “Znamya Yunosti” were identified, effective forms and methods of covering value content in the media for young people were established.

Reliability of the materials and results of the thesis: the thesis is a study independently conducted by the author. The results and conclusions obtained are reliable.

Area of possible practical application: the results of the study can serve as material for the development of projects aimed at improving strategies for covering cultural topics in youth media, become the basis for studying the prospects of the media in implementing youth policy in the Republic of Belarus, and determining the influence of the media on representatives of the younger generation.

ВВЕДЕНИЕ

В современном мире средства массовой информации играют важную роль в формировании общественного мнения и ценностей молодежи. Они не только информируют о событиях и явлениях окружающей нас действительности, но и влияют на ее восприятие, а также способствуют распространению культурных ценностей и норм.

Пока одни материалы способствуют появлению у молодого поколения определенных мнений по важным политическим, экономическим, социальным вопросам, другие активно формируют вкусы и предпочтения представителей молодого поколения в различных сферах жизни. В том числе в моде, музыке или кино, тем самым заметно повышая уровень общей культуры молодежи. Таким образом, журналистика немыслима без освещения культурной части жизни общества. Потребность в ее глубоком осмыслении закономерно привела к формированию особых видов – культурной и арт-журналистики.

В этой связи актуализируются вопросы: в чем заключается специфика формирования ценностей молодежи в современном информационном обществе? Какие из этих ценностей популяризируются в материалах на культурную тематику? Каковы тенденции и особенности отражения культурной тематики в СМИ? В чем заключаются инновационные методы распространения культурных ценностей в средствах массовой информации? Несмотря на то, что эти вопросы не раз становились предметом исследований И. Г. Катеневой, А. А. Градюшко, Н. Е. Вокуева, М. Л. Лебедевой и др., современная белорусская медиасфера стремительно развивается, обретая новые черты и особенности.

Актуальность темы исследования обусловлена необходимостью анализа культурной тематики в современных молодежных СМИ Беларуси, их ценностного аспекта. В условиях глобализации, когда молодежь, как наиболее социально активная группа, все чаще сталкивается с разнообразием культурного влияния, важно понять, каким образом и какие идейно-ценностные установки транслируются через молодежные средства массовой информации, как они влияют на мировоззрение молодых людей и на общество в целом.

Объект исследования – культурная тематика в специализированных молодежных СМИ Беларуси.

Предмет исследования – методы, формы и средства репрезентации контента молодежных СМИ, формирующие ценностно-смысловые ориентации целевой медиааудитории.

Цель данной дипломной работы – выявление специфики освещения культурной тематики в современных молодежных СМИ Беларуси и определение контент-стратегий в формировании идейно-ценностных установок медиааудитории.

Указанная цель предусматривает решение следующих **научных задач**:

1. определить основные понятия и подходы к изучению медиаконтента о культуре;
2. выделить тенденции и особенности отражения культурной тематики в белорусских СМИ;
3. выявить ценностно-смысловые приоритеты медиаконтента о культуре в изданиях «Бярозка» и «Знамя юности»;
4. установить эффективные формы и способы освещения ценностного содержания в белорусских СМИ для молодежи.

Материалом послужили публикации таких СМИ, как «Бярозка», «Знамя юности», «Маладосць», «Чырвоная змена» и др.

Для решения поставленных задач использовались следующие **научные методы**: метод контент-анализа, сравнительный метод, методы жанрового и типологического анализа, критический анализ научной литературы и контента молодежных периодических изданий, описание.

Практическое значение работы. Результаты исследования могут послужить исходным материалом для проведения дальнейших исследований или разработки проектов, направленных на совершенствование стратегий освещения культурной тематики в молодежных медиа. Также результаты данной работы могут стать основой для исследования перспектив СМИ в реализации молодежной политики в Республике Беларусь, определения влияния медиа на представителей молодого поколения.

Теоретическую базу работы составили научные труды Ю. М. Лотмана, А. А. Градюшко, Н. А. Николаевой, И. Г. Катеневой, Н. Е. Вокуева, Т. В. Цветовой, Л. А. Саенковой-Мельницкой, М. Л. Лебедевой и др.

Дипломная работа состоит из введения, трех глав, заключения, списка использованной литературы и приложения.

ГЛАВА 1

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ КУЛЬТУРНОЙ ПРОБЛЕМАТИКИ В СМИ

1.1 Медиаконтент о культуре как объект научного анализа

В широком смысле культура (от лат. *cultura* – возделывание) – это система ценностей, взглядов на мир и норм поведения, которые объединяют людей с общим образом жизни [62, с. 65].

Множество теоретических работ различных ученых посвящено исследованию данного понятия. Культура была объектом научных трудов Л. Уайта, Э. Тайлора, М. Н. Эпштейна (культурологический аспект), Ф. Боаса (антропология культуры), Ю. Хабермаса и М. М. Бахтина (философия культуры). Ю. М. Лотман и У. Эко изучали семиотику, а В. фон Гумбольдт, Х. Куссе, В. Е. Чернявская, Р. Познер и др. посвятили ряд работ изучению лингвистики культуры.

Культура как результат целенаправленной человеческой деятельности направлена на удовлетворение духовных, интеллектуальных и социальных потребностей людей. Эти потребности формируются под влиянием не только биологических факторов, но и социокультурных условий, определяющих образ жизни и ценности общества. Культура выполняет функцию социализации, способствуя интеграции индивида в социальную структуру и формированию его идентичности.

Согласно концепции Ю. М. Лотмана, культура представляет собой коллективное явление, функционирующее на уровне общества. Отдельный человек является ее носителем и активным участником, но культура как таковая не может быть представлена лишь индивидуальным опытом. Она обладает собственной динамикой и структурой, отражает сложные взаимосвязи между различными социальными группами и институтами. Таким образом, культура, как и язык, – «явление общественное, то есть социальное» [47, с. 5].

Соответственно, культура – это фундаментальный аспект человеческой жизни. Она формирует ценностные ориентации, убеждения, модели мышления и эмоциональные реакции, оказывая влияние на восприятие человеком окружающего его мира. Кроме того, культура неразрывно связана

со средствами массовой информации. Они не только отражают культурные ценности общества, но и влияют на их формирование и распространение.

Средства массовой информации играют ключевую роль в современном обществе, являясь важным каналом передачи не только информации, но и культурных ценностей. СМИ выполняют функцию социального института, обеспечивая доступ к различным сведениям о мире и формируя общественное мнение. Таким образом, массмедиа выступают своеобразным посредником между культурой и широкой аудиторией, способствуя ее популяризации и сохранению. Так, по мнению С. Г. Корконосенко, одна из задач журналистики – способствовать развитию аудитории, представлять ей информацию, необходимую для осмысления действительности, общественных проблем и перспектив [35, с. 214].

Понять, как формируется информационная среда современного общества, позволяют многочисленные исследования взаимодействия между СМИ и культурой, основанные на анализе контента средств массовой информации, посвященного данной тематике. С помощью данных исследований можно выявить механизмы влияния СМИ на культурные процессы и наоборот, а также оценить последствия этого взаимодействия для общества в целом и для индивида в частности.

Например, по мнению Ю. С. Даниловой, в условиях глобализации многие культуры сталкиваются с угрозой утраты своей самобытности, что является следствием доминирования массовой культуры и стандартизации культурных практик. При этом все чаще СМИ, ориентируясь на коммерческие интересы, утрачивают функцию формирования новых ценностных ориентиров, теряют способность к открытому и беспристрастному «диалогу» с разнообразием взглядов и культурных традиций [19, с. 4].

Ряд современных исследований показывает, что медиаконтент оказывает значительное влияние на формирование общественного мнения, культурные предпочтения людей, а также социальные взаимодействия между ними. Фокус на современных средствах коммуникации как носителях актуальных духовных и культурных продуктов привел к появлению термина «медиакультура» [20].

Большая российская энциклопедия дает ему следующее определение: «Медиакультура (англ. media culture) – термин из области исследований культуры, характеризующий современный этап развития общества, который основан на господстве средств массовой информации (медиа), оказывающих решающее влияние на все сферы человеческой деятельности, социальные институты, нормы и ценности». Среди исследователей, заложивших основы для анализа медиакультуры, можно выделить В. Беньямина, М. Маклюэна, М. Кастельса и Н. Лумана [55].

Медиаконтент о культуре тоже часто становится объектом интереса исследователей. Причем рассмотрению и научному анализу подвергаются различные его аспекты: влияние медиаконтента о культуре на потребителей информации, язык и коммуникационные процессы, формирование и популяризация культурных стереотипов и ценностей посредством публикации подобных материалов, проблемы функционирования медиаконтента о культуре в современном обществе, определения его границ и классификации и т. д.

Дадим определение понятию «медиаконтент».

Контент (англ. content) – это информационное наполнение медиа. Термин чаще всего встречается в контексте современных каналов распространения информации, таких как веб-страницы, мобильные приложения, мессенджеры и другие цифровые платформы. Можно сделать вывод, что понятие «контент», в целом, соответствует понятию «медиаконтент». В русскоязычных словарях это слово не имеет строго определенного значения и относится к разговорной лексике, и может классифицироваться различным образом: по назначению, формату подачи информации, уникальности, форме доступа [54, с. 33].

Кроме того, медиаконтент можно определить как результат творческой и технической деятельности, направленной на удовлетворение информационных потребностей аудитории. Отметим, что при этом он может быть создан как профессионалами – журналистами, – так и обычными людьми.

Ключевой особенностью медиаконтента является его способность вызывать эмоциональный отклик. Это достигается за счет использования различных семиотических систем, таких как язык, визуальные образы, звуковые эффекты и другие. Так, об ориентации традиционных печатных средств массовой информации на текст как основной носитель информации пишет Е. В. Ситникова. По ее словам, в условиях современного медиaprостранства они уже не в полной мере удовлетворяют потребности аудитории. Внедрение иллюстраций в медиаконтент СМИ способствует не только повышению интереса к представленным текстам, но и оптимизации их восприятия. В связи с этим редакции СМИ вынуждены постоянно искать новые решения в области визуальной подачи информации, повышая выразительность и функциональность ее элементов [61].

В работе И. Г. Катеновой утверждается, что «в связи с изменением принципов медиапотребления, а также с сочетанием тенденций визуализации контента и запроса на самообразование актуальным становится вопрос о способах презентации в медиасфере разных аспектов культурной жизни» [28, с. 400]. Автором предлагается «новый вид нарратива, который сочетает в себе разные семиотические элементы и позволяет рассказать историю наиболее

полно, максимально приближая читателя к описываемым событиям и персонажам» [28, с. 401].

Таким образом, медиаконтент не только передает информацию, но и формирует восприятие, ценности и установки аудитории. Сочетая в себе текст, изображения, видео и аудио, он предоставляет более комплексное восприятие информации, что способствует лучшему пониманию и запоминанию материала, содействуя, тем самым, активному привлечению внимания аудитории к определенному СМИ.

Сегодня практически все население Беларуси активно потребляет медиаконтент. Кроме того, с каждым годом наблюдается рост вовлеченности людей в цифровую коммуникацию через медиаплатформы, особенно среди представителей молодого поколения. Этот процесс является частью более широкого социального и технологического тренда, который характеризуется увеличением доступности и разнообразия цифровых медиа, а также развитием мультимедийных технологий.

Говоря непосредственно о медиаконтенте о культуре, необходимо упомянуть, что часто данное понятие связывают с культурной журналистикой.

Понятие «культурная журналистика» является относительно новым и недостаточно исследованным в научной литературе. В существующих работах ученых наблюдается широкий спектр интерпретаций и определений этого термина. Отмечается, что в современном медиапространстве культурная журналистика выделилась в самостоятельную научную и практическую дисциплину, фокусирующуюся на анализе, интерпретации и репрезентации культурных и художественных явлений в различных медиаформатах. Она охватывает разнообразные формы критики, включая литературную, художественную и театральную, включает в себя описание и анализ культурных событий [48].

Н. Е. Вокуев предложил термин «культурные медиа». Потребность во введении данного понятия, по мнению исследователя, возникает в связи с более точным отражением в нем всех процессов производства, распространения и потребления информации о культуре в медиапространстве. Таким образом, понятие «культурные медиа» превосходит по своей семантической емкости более традиционный термин «культурная журналистика». Н. Е. Вокуев также уточняет, что к культурным медиа следует относить как физические, так и виртуальные пространства, включающие не только традиционные медиаплатформы, но и новые формы коммуникации с потребителями информации, возникающие в цифровой среде [13, с. 92].

Ряд исследователей отмечает, что сегодня можно наблюдать тенденцию к сужению понятия «культурная журналистика» до арт-журналистики. В свою очередь, Э. В. Гмызина и К. Р. Алоян акцентируют внимание на важности

разграничения данных понятий. Культурная журналистика, согласно исследованиям в области медиакоммуникаций, выполняет функцию популяризации культурных явлений, событий и процессов, ориентируясь на широкую аудиторию. В отличие от нее, арт-журналистика, как правило, ориентирована на более узкую аудиторию, состоящую из профессионалов в области искусства и гуманитарных наук [15, с. 146].

Таким образом, культурная журналистика использует стратегию упрощения сложных концепций, адаптируя их для легкого восприятия массовым читателем. В том числе это достигается за счет использования понятного языка (без профессиональной терминологии) и включения пояснительных элементов. Арт-журналистика, напротив, предполагает более высокую степень автономии читателя, его экспертность, ведь в данном случае необходимо самостоятельно осваивать предложенный материал, что невозможно без обладания определенными фоновыми знаниями и аналитическими навыками.

Н. И. Клушина рассматривает арт-журналистику как элемент культурной журналистики, называя ее специфическим способом репрезентации культурных явлений в медиапространстве [32, с. 71]. В рамках данной концепции к арт-журналистике можно отнести не только информационные сообщения о культурных событиях, но и рецензии, комментарии, аналитические статьи и эссе, а также мультимедийные проекты, включающие фотографии, видеоматериалы и подкасты. Похожее определение арт-журналистики предлагает Т. С. Сергеева, акцентируя ее роль в формировании общественного мнения и удовлетворении информационных потребностей аудитории в области искусства и культуры [60].

Медиатексты в арт-журналистике выполняют функцию информирования аудитории о значимых событиях и явлениях в художественном пространстве, а также интерпретации эстетически ценных произведений искусства. Об этом в своей работе «Репрезентация темы цифрового искусства в современной российской арт-журналистике» пишет Е. А. Шитова. Автором подчеркивается, что важным аспектом содержания таких медиатекстов является популяризация художественного наследия и трансляция экспертных оценок и аналитических комментариев специалистов в области искусства и философии в доступной форме. Помимо культурно-просветительской миссии, подобный контент может преследовать дополнительные цели, включая рекламные [76, с. 159].

В своем научном труде О. В. Седельникова отмечает, что становление культурной журналистики в периодических изданиях произошло в середине XIX века. С этого времени началось активное формирование специализированных разделов и рубрик, посвященных культурным и

образовательным темам. Основной целью таких материалов, по мнению исследователя, является трансляция актуальных знаний о мире и человеке, что способствует формированию активной гражданской позиции и развитию индивида как личности. Кроме того, ученый называет участников культурно-просветительского журналистского дискурса – адресантов (авторы медиатекстов) и адресатов (массовая аудитория) [59].

Исследуя культурно-просветительские медиа, Н. С. Цветова предлагает системный подход к их анализу, акцентирует внимание на особенностях и функциях их контента и дифференцирует на два типа. Первый базируется на традициях отечественной журналистики, которые берут свое начало в периодических изданиях XVIII века. Этот тип медиа развивает идеи, заложенные еще в эпоху Просвещения. Ключевой характеристикой данного типа является формирование особого культурного пространства, способствующего развитию творческого потенциала аудитории, обогащению ее эмоционального опыта и созданию условий для культурного и духовного роста [73, с. 22].

Второй тип культурных медиа возник под воздействием европейских традиций и характеризуется стремлением к информированию и побуждению аудитории к определенным действиям. Основной функцией таких медиа является формирование культурной повестки дня и привлечение внимания к значимым культурным явлениям. СМИ данного типа также направлены на предоставление информации, способной вызвать эстетическое удовольствие и эмоциональное вовлечение «с целью стимулирования потребительского интереса к данным объектам, как имеющим определенную ценность или способным провоцировать релаксационное состояние» [59].

Определяя тематические границы журналистских материалов о культуре, М. А. Беляева выделяет «четыре главных направления:

1. журналистика, предметом которой служит повседневная культура;
2. журналистика, освещающая состояние культурных (креативных) индустрий;
3. спортивная журналистика;
4. журналистика, отражающая культурное наследие, причем это направление не рядоположено трем вышеобозначенным, а пронизывает их» [8, с. 22].

Автор отмечает, что «существование внутри культурной журналистики многих тематических ниш, связанных с освещением повседневной культуры, креативных индустрий, спорта и культурного наследия, отражает многоликость современной культуры» [8, с. 22].

В последние годы наблюдается устойчивый рост интереса к материалам на культурно-просветительскую тематику в средствах массовой информации.

Это явление можно объяснить усилением когнитивных потребностей современной аудитории, стремящейся не только к получению актуальной информации, но и к более глубокому пониманию культурных и социальных контекстов, в которых эта информация существует.

Г. В. Лазутина и С. С. Распопова определяют процесс создания медиаконтента о культуре как специализированный вид журналистской деятельности, необходимый для формирования у широкой аудитории комплексного представления о значимых культурных явлениях и процессах. Основная цель подобных материалов – трансляция сложных культурных концепций и идей в доступной и понятной форме. Возникли они, по мнению исследователей, как ответ на объективную потребность общества в осмыслении результатов человеческой деятельности [42, с. 200]. Напомним, что ею, в свою очередь, и является культура.

Н. А. Мамутова определяет культурно-просветительскую журналистику как фокусирующуюся на освещении событий и тем, направленных на распространение и популяризацию культурных, духовных и иных ценностей [48]. Соответственно, можно полагать, что и медиаконтент на культурную тематику решает те же задачи и ставит перед собой те же цели.

М. А. Найден акцентирует внимание на необходимости детального анализа задач культурно-просветительских средств массовой информации. Он утверждает, что такие медиа должны стимулировать интерес широкой аудитории к культурному наследию – источнику жизненного опыта и системы ценностей каждого человека [51, с. 117].

Таким образом, медиаконтент на культурно-просветительскую тематику способствует формированию критического мышления и осознанного подхода к восприятию информации. Он помогает людям ориентироваться в потоке данных, выделяя наиболее значимые из них, что способствует повышению уровня образованности и культурной компетентности общества, популяризации культуры в широких массах.

В своем исследовании А. С. Кобозева и Т. Е. Сорокина выявляют ключевые тенденции подобного медиаконтента о культуре, среди которых выделяется интеграция книжных блогеров в работу культурных СМИ. Отмечается: «В современном культурном медиапространстве все большую популярность набирает жанр рецензии. Он же становится доминирующим в сфере литературных медиа» [33, с. 413]. О важности его роли в цифровую эпоху свидетельствует и продолжающаяся трансформация этого жанра.

Согласно названной нами выше научной статье, целевая аудитория рецензий сегодня значительно расширяется. Дело в том, что такой медиаконтент теперь способен привлекать не только экспертов в области литературы или ее почитателей, но и более широкую аудиторию, включая тех,

кто лишь поверхностно знаком с этой сферой. Вместе с традиционными профессиональными рецензиями, публикуемыми в специализированных изданиях, растет популярность рецензий свободного формата, которые отличаются ярко выраженной эмоциональной оценкой произведения и индивидуальным авторским стилем. То есть в подобном медиаконтенте, по словам А. С. Кобозевой и Т. Е. Сорокиной, преобладает субъективное восприятие текста, что позволяет сохранить элемент интриги и заинтересовать читателя, оставляя пространство для личной интерпретации [33, с. 416].

В научной статье Д. В. Быкова анализируются «особенности подготовки новостных телевизионных сюжетов на культурную тематику [10, с. 304]. Д. В. Быков сравнивает репортажи, подготовленные советскими телеведущими, с современными новостными материалами, приходя к выводу о значительных изменениях в подходах к подаче информации. На современном этапе много внимания уделяется деталям и эмоциям автора. То есть в значительной степени данный подход отличается от советского времени, когда репортаж ограничивался лишь информацией о месте и времени проведения культурного события. Современные журналисты, создавая подобный медиаконтент, часто включают в него элементы интервью с посетителями или иными способами придают сюжету живость и выразительность.

Похожего мнения придерживается и Н. Г. Стежко. Автор добавляет: телеканалы, специализирующиеся на контенте на культурную тематику, формируют свой имидж за счет его предельной уникальности [68, с. 477]. Причем процесс производства такого контента требует высокой квалификации и глубоких знаний авторов.

1.2 Культурная тематика в отражении СМИ: тенденции и особенности

Специализированные печатные СМИ ориентированы на аудиторию с четкими интересами и информационными предпочтениями. Такие издания являются отдельным сегментом любой национальной медиасреды. Роль изданий о культуре и искусстве трудно переоценить, поскольку они несут в себе значительный духовно-воспитательный потенциал. В отличие от коммерческой прессы, такие журналы редко фокусируются на рекламе, а их основная цель заключается в трансляции значимых идей и ценностей.

Аудитория этих изданий формируется на основе нескольких факторов. Среди них – профессиональная деятельность читателей, их увлечения, а также личные взгляды и вкусы. Главная миссия подобных

журналов – способствовать интеллектуальному развитию читателей, обогащать их мировоззрение и помогать в формировании художественных и нравственных ориентиров.

В начале XX века ключевую роль в процессе становления отечественной культуры в целом и культурной тематики в белорусской журналистике в частности играли газеты. Именно они занимались культурным просвещением населения, информировали читателей о духовной жизни общества. На страницах таких изданий публиковались известные литературные произведения, а также различные журналистские материалы, способствовавшие расширению кругозора читателей.

Так, популярность приобрела еженедельная газета «Наша Ніва», издававшаяся в Беларуси с 1906 по 1915 год. В значительной мере именно благодаря этому изданию был заложен фундамент белорусской классической литературы – неотъемлемой части нашего национального культурного наследия. В период своего существования «Наша Ніва» публиковала произведения таких авторов, как Я. Купала, Я. Колас, М. Богданович и др. Примерно треть от общего объема публикаций газеты занимали материалы культурной тематики, среди которых литературные произведения, эссе и рассуждения на актуальные общественные и философские темы.

Первым полноценным белорусским литературно-художественным журналом в послереволюционный период можно считать журнал «Полымя» (1922–1932 гг.). С 1927 по 1932 год он выполнял роль официального органа одноименного литературного объединения. Редакция активно привлекала к сотрудничеству молодых поэтов и писателей, предоставляя им возможность публиковать свои произведения. В те времена это было достаточно редким явлением. Например, на страницах журнала размещались работы представителей литературных организаций «Маладняк» и «Узвышша».

В период Великой Отечественной войны выпуск журнала был приостановлен, но в январе 1945 года издание продолжило выходить. С 2002 по 2012 год «Полымя» входил в состав редакционно-издательского учреждения «Літаратура і Мастацтва», а в настоящее время является частью редакционно-издательского учреждения «Издательский дом “Звезда”». С 2021 года редакция журнала вошла в штат издательства «Мастацкая літаратура».

Журнал стремился объединить «тех, кто честно и искренне хочет помочь Советской Белоруссии в тесном единении с Советской Россией» для развития в том числе культуры [9, с. 850]. Среди авторов издания были Я. Колас, Я. Купала, М. Чарот, З. Бядуля, К. Чорны и др. А после Великой Отечественной войны на его страницах публиковались такие произведения белорусской литературы, как «Сердце на ладони» И. Шамякина, «Птицы и гнезда» Я. Брыля, «Люди на болоте» и «Дыхание грозы» И. Мележа и другие.

Сегодня журнал «Полымя» ориентирован на широкий круг читателей и разнообразие литературных стилей и направлений. Это одна из площадок для самовыражения авторов страны, их возможность заявить о себе. Основная цель журнала – показать актуальное состояние литературы, определить ключевые тенденции ее развития. При этом в издании сохраняются традиционные рубрики, такие как «Паэзія і проза», «Юбілеі», «Крытыка і літаратуразнаўства», «Постаці», «Спадчына», «Навуковыя публікацыі», «Кнігарня» и др.

В журнале «Полымя» преобладают художественно-публицистические жанры, ведь именно они дают возможность детального знакомства читателей с творческим наследием тех или иных писателей. В то же время такие жанры, как фельетон, памфлет и пародия, утратили прежнюю популярность и в настоящее время редко встречаются во всех изданиях о культуре, в том числе и в рассматриваемом нами журнале.

Аналитические жанры в нем представлены, прежде всего, обзорами и статьями. Особое место среди публикуемых материалов занимают исследования в области литературоведения. При этом их авторы сосредоточиваются на изучении творчества белорусских классиков, а также на анализе актуальных тенденций развития отечественного литературного процесса.

В Беларуси издания, посвященные исключительно культуре и искусству, появились еще в первой половине XX века. Так, в 1920-х годах популярность приобрели такие из них, как «Трибуна искусства» и «Мастацтва і рэвалюцыя», став своеобразными центрами интеллектуальной и творческой жизни страны.

Тем не менее, у них имелись типологические различия, обусловленные такими признаками изданий, как содержательно-тематическая направленность и характер целевой аудитории. «Трибуна искусства» ориентировалась на массового читателя, публикуя информационные материалы, посвященные вопросам организации досуга: комфорту кинотеатров, удобству расписания киносеансов, стоимости билетов, а также репертуарным афишам театральных и концертных залов.

«Мастацтва і рэвалюцыя», в свою очередь, делало акцент на узкопрофессиональном контенте – рецензиях, творческих портретах, критике и других жанрах, адресованных подготовленному читателю. Л. П. Саенкова-Мельницкая отмечает, что данный принцип дифференциации специализированной прессы на массовые и искусствоведческие издания сохранился и в современной белорусской журнальной периодике [58, с. 115].

Журнал «Неман» – это ежемесячное русскоязычное литературно-художественное и общественно-публицистическое издание, выпускаемое Союзом писателей Беларуси. Основанный в качестве преемника альманаха

«Советская Отчизна» (1945–1951 гг.), журнал с момента своего появления занимает важное место в культурном пространстве нашей страны. Об этом свидетельствует и его тираж: в советское время он порой превышал 100 000 экземпляров.

Сегодня структура издания классическая: проза, поэзия, публицистика, критика, переводы и материалы, посвященные культурным и историческим событиям, размещены в соответствующих рубриках. Это также отражается в жанровом разнообразии прозы (рассказы, романы) и поэзии (сонеты, философская, пейзажная, интимная лирика). В то же время издание допускает авторские жанровые эксперименты, такие как «лирическая феерия», «прощальный роман» и др.

Публицистика представлена очерками и эссе, аналитические жанры включают рецензии, статьи и обзоры. Таким образом, жанровая структура «Немана» отражает особенности современных белорусских литературных журналов, в которых соседствуют художественные произведения, их критический анализ и обсуждение актуальных культурных явлений.

В свою очередь, журнал «Вожык» являлся первым периодическим изданием на территории БССР, в котором основное место среди иллюстраций занимали карикатуры на социальную и культурную проблематику. Например, в журнале систематически появлялись карикатурные зарисовки, посвященные театральным постановкам, известным деятелям искусства. С изданием сотрудничали известные белорусские писатели, включая Н. Гилевича, П. Глебку, П. Панченко, М. Скрипку, М. Танка и других.

«Вожык» активно развивал жанр фельетона, публиковал сатирические и иронические произведения и анекдоты. А одним из значимых направлений деятельности журнала являлось просвещение населения. Так, в 1956 г. был опубликован материал «Обязанность горсовета – следить за тем, чтобы с вниманием относились к родному языку», в котором авторы высмеивают неграмотные надписи на автобусных остановках.

Журнал «Маладосць» является ежемесячным белорусскоязычным литературно-художественным и общественно-политическим изданием, выпускаемым Союзом писателей Беларуси. Основанный в апреле 1953 года, он ориентирован на публикацию произведений различных жанров, включая художественную прозу, поэзию, публицистику, литературную критику, рецензии и переводы отечественной и зарубежной литературы. Согласно данным на конец 2022 года, тираж журнала составляет около 460 экземпляров.

Кроме того, на страницах «Маладосці» можно увидеть очерки, фоторепортажи, статьи о выдающихся деятелях науки, культуры, литературы и искусства, а также материалы, посвященные актуальным научным и общественно-политическим вопросам. В разные годы здесь публиковались

произведения известных белорусских писателей, среди которых В. Быков и В. Короткевич. Название издания указывает на его целевую аудиторию – молодежь. Журнал стремится поддерживать начинающих авторов, предоставляя им возможность стать частью литературного сообщества.

Одним из старейших специализированных изданий в сфере кинематографа в Беларуси является журнал «На экранах», основанный в 1957 году. Его созданию предшествовал выход рекламного бюллетеня «На экранах Беларуси», постепенно трансформировавшегося в самостоятельное периодическое издание. Являясь единственным в стране специализированным кино-журналом, «На экранах» стремится отвечать запросам как рядовых зрителей, так и профессионалов, сочетая информативность с художественно-эстетической составляющей. Издание предлагает своим читателям контент, условно разделенный на два: первый – о массовой культуре, а второй – о высокой.

В 1983 году вышел первый номер белорусскоязычного журнала «Мастацтва». Издание ориентировано на аудиторию, обладающую специализированными знаниями в области искусства. По словам Л. П. Саенковой-Мельницкой, «издание фиксирует в разных жанровых формах процесс развития разных видов национального искусства, определение исторических традиций и современных тенденций. Журнал представляет не только художественные темы, но и идеологическо-смысловые центры, создающиеся посредством искусства» [58, с. 116].

Литературно-художественный журнал «Новая Немига литературная» (1999 г.) является единственным русскоязычным изданием в Беларуси подобной специализации. До 2007 года журнал выходил под названием «Немига литературная». Основное содержание составляют художественная проза, поэзия, публицистика и литературная критика.

С момента основания издания вокруг него сформировался круг авторов, основная цель которых заключается в сохранении и развитии русской литературной традиции. Тем не менее, журнал публикует произведения белорусских авторов, а также писателей, проживающих за пределами страны, но связанных с ней историческими и культурными корнями.

Кроме того, одним из направлений деятельности журнала является популяризация творчества российских писателей. Среди наиболее известных литераторов, публиковавшихся в «Новой Немиге литературной», можно отметить В. Поликанину, С. Евсееву, С. Трахименку, В. Гришковца. К слову, журнал активно поддерживает начинающих авторов, способствуя их профессиональному становлению.

Все рассматриваемые нами издания ориентировались или ориентируются на культурную тематику. Однако в условиях советского

времени культура была также неразрывно связана с государственной идеологией, что отражалось на содержании публикаций. Значительная часть представленных в некоторых из изданий произведений прозы и поэзии была посвящена актуальным вопросам коллективизации, жизни крестьян и рабочих, назревающей революции. Широкое распространение получили идеологические и пропагандистские эссе, которые служили средством политической и социальной пропаганды, направленной на формирование у читателей определённых взглядов и ценностей.

На основе вышеизложенного можно сделать следующий вывод: культурная тематика занимала значимое место в печатных средствах массовой информации БССР, особенно после 1920-х годов. Можно также говорить о том, что и в последующие десятилетия освещение культуры в СМИ отражало изменения в общественно-политической и культурной жизни республики.

Несмотря на значимость специализированных культурных изданий в распространении ключевых ценностных категорий – национальной идентичности, нравственных основ, эстетических норм и системы культурных ценностей, – в современных условиях наблюдается снижение внимания к ним, как и в целом к печатным СМИ. Современное медиaprостранство претерпевает значительные изменения под воздействием динамичного развития технологий, а трансформация форматов, методов подготовки и передачи информации становится неизбежной.

Традиционные средства массовой информации вынуждены модернизироваться, осваивая новые подходы к подаче контента. Так, телевизионные и радиоканалы активно используют стриминговые платформы в интернете. А печатные издания распространяются как в традиционном, так и в цифровом формате. Кроме того, многие традиционные СМИ развивают собственные интернет-платформы, официальные страницы и сообщества в различных социальных сетях, обеспечивая многоформатное представление информации.

На сегодня в интернет-пространстве активное развитие получают новые медиа, играющие все более заметную роль в структуре современных средств массовой информации. В Большой российской энциклопедии к новым медиа относятся различные формы коммуникации/обмена сообщениями, ставшие возможными благодаря распространению персональных компьютеров, смартфонов и интернета [36]. То есть это не только СМИ, но и блоги, социальные сети, мессенджеры и т. д.

Цифровой формат, интерактивность и мультимедийность характерны в том числе для новых медиа, посвященных культурной тематике. О. А. Гримов отмечает, что продукты социально-сетевой культуры формируют специфическое медиaprостранство, где происходит нивелирование границ

между массовой и элитарной культурой, а также смешивание различных жанровых и культурных форматов [17, с. 177].

Так, одним из наиболее востребованных в новых медиа форматах многие исследователи считают подкаст. Е. В. Кушнаревиц отмечает, что такие его ключевые характеристики, как мобильность, доступность, тематическое разнообразие и возможность самостоятельного выбора контента, способствуют повышению уровня вовлеченности слушателей, более углубленному восприятию материала [41, с. 221].

Популярность подкастов среди различных социальных групп, особенно молодежи, свидетельствует об успешной интеграции данного формата в культурную и образовательную сферы. Неудивительно, что сегодня наблюдается тенденция на увеличение медиаконтента на культурную тематику именно в виде подкастов.

В отличие от традиционных форматов СМИ, подкасты создают эффект доверительного общения: «С одной стороны, подкасты хорошо отражают дух времени, с другой – это очень личный формат контента, почти разговор по душам. Они напоминают беседу, в которой можно обсудить книги, ментальное здоровье, отношения и многое другое» [41, с. 221].

В современных конвергентных СМИ значительное количество подкастов посвящено именно вопросам искусства, кино, литературы и истории. Формат успешно реализует одну из ключевых функций культурной журналистики – формирование культурного сознания аудитории. Например, подкасты российского портала «Культура.РФ» и проекта «Arzamas» отличаются не просто информационной насыщенностью, но и глубиной аналитической проработки материала, что способствует осмысленному восприятию культурных явлений слушателями.

Н. Г. Нестерова подчеркивает, что одна из характерных черт культурно-просветительских программ заключается в особой роли ведущих, которыми, как правило, выступают представители культурного сообщества или эксперты [52, с. 144]. Однако нередко авторами культурно-ориентированных подкастов становятся не специалисты в этой области, а популярные личности или лидеры мнений.

В качестве примера успешного использования формата подкаста культурными медиа можно привести российский журнал «Искусство». Сначала публикация материалов происходит в его печатной версии. За ней следует онлайн-версия, идентичная печатному выпуску по содержанию. А затем на официальном сайте журнала публикуется аудиоподкаст, ведущей которого выступает редактор издания А. Стрельцова.

Он, в отличие от сайта, не повторяет содержание журнала, хоть и тематически соответствует ему. Подкаст в данном случае служит развернутым

комментарием на представленные в определенном выпуске «Искусства» материалы. При этом структура подкастов из раза в раз постоянна: звучит заставка, затем ведущая приветствует аудиторию, обозначает ключевую тему выпуска, раскрывает ее актуальность, приводит примеры, цитаты и, наконец, формулирует выводы.

Тематика подкастов «Искусства» отражается в их названиях, например «Цифровая реальность», «Арт-резиденции», «Про природу». Основными темами подкастов И. А. Николаева и В. А. Егошкина называют следующие: современная культура, взаимодействия художника с окружающей действительностью и зрительской аудиторией, проблемы восприятия искусства, определения границ художественного творчества и т. д. Отдельные выпуски подкастов посвящены изучению культурных особенностей различных стран и исторических периодов, включая, например, Корею, Великобританию и Византию [53, с. 442].

При этом стоит отметить, что и журнал «Искусство», и его подкаст ориентируются на аудиторию, обладающую профессиональными навыками в сфере искусства или углубленно изучающие его. Ведущая подкаста А. Стрельцова разъясняет потенциально непонятные слушателям термины, но этого все еще недостаточно. Таким образом, как само издание, так и публикуемые на его платформах подкасты ориентированы преимущественно на подготовленного слушателя, обладающего соответствующими знаниями и интересами в сферах искусства и культуры [52, с. 441].

Культурная проблематика в современных региональных средствах массовой информации преимущественно определяется их общественно-политической направленностью. В отличие от новых медиа, где жанровые и тематические эксперименты происходят с явными отклонениями от традиций, региональные издания остаются более приверженными устоявшимся принципам журналистики. Это находит выражение в меньшей степени проникновения сленговых выражений, терминов молодежных субкультур и других характерных маркеров современной лексики в текстах, публикуемых в печатных СМИ. В свою очередь, новые медиа, ориентированные на привлечение широкой аудитории, активно используют эти элементы в своих материалах.

Однако в последние годы, по словам М. Л. Лебедевой «уклон в “визуализацию культуры” неизбежен для региональных СМИ, какая бы культурная проблема ни репрезентовалась» [43]. В частности, это проявляется в значительном повышении интереса к визуальной составляющей материалов о культурных мероприятиях, театральных постановках, киноновинках, а также в музыкальных и литературных обзорах. Причем особенно ярко это выражено в интернет-пространстве – социальные сети и мессенджеры стали важными

каналами распространения инфографики, фотографий и видеоматериалов. В результате, акцент на «зрелищный» компонент зачастую приводит к снижению внимания к аналитическим, проблемным аспектам представляемого в СМИ материала.

Современные новостные сюжеты о культуре стали более информативны. Сегодня от корреспондента ожидают создания по-настоящему увлекательного материала, способного передать атмосферу события и заинтересовать потенциальных посетителей. Для этого репортеры все чаще используют приемы живого общения с аудиторией, записывая впечатления посетителей и включая в сюжет наиболее яркие и эмоциональные отзывы. Такой подход не только повышает информативность материала, но и создает эффект присутствия, позволяя зрителю почувствовать себя участником события даже через экран.

В советский же период освещение деятельности выдающихся деятелей, событий и явлений культуры сопровождалось официальным и уважительным тоном. По словам В. Л. Цвика, «в отечественных учебниках по тележурналистике, говоря об информационной публицистике, эту формулу сократили до вопросов: “Что, где, когда произошло?”, оставляя для аналитических программ выяснение того, “почему и с какими последствиями” это произошло» [74, с. 44].

В качестве примера Д. В. Быков в работе «Специфика подготовки новостных телевизионных материалов на культурную тематику» приводит следующий новостной сюжет: «В этот день большой зрительный зал Дворца культуры был переполнен. Жители подмосковного города Калининграда ожидали встречи с народной артисткой Советского Союза, лауреатом Ленинской премии Майей Михайловной Плисецкой. Лучшее из созданного балериной в разные периоды ее творчества предстало на киноэкране. В том числе здесь впервые был показан новый фильм с ее участием “Поэзия танца”. А потом на сцену вышла Майя Плисецкая» [10, с. 306].

Пример демонстрирует, что «текст сюжета достаточно информативен, отвечает на главные журналистские вопросы, но подан очень официально. Здесь, конечно, стоит отметить тот факт, что во времена СССР ни один информационный сюжет не допускался в эфир без вычитки и строгой корректировки содержания, то есть проходил так называемое литование» [10, с. 306].

Сегодня изменился подход и к таким сюжетам о знаменитостях. Это произошло благодаря применению инфотейнмента – сочетанию новостей и развлечений. Американский философ и социолог Э. Тоффлер отмечает, что информация превратилась в товар, объект потребления, при этом зрителю не обязательно ее анализировать: «Это происходит из-за того, что сама связь

между информацией и действием разорвана, мы узнаем информацию просто так, ее можно продавать, покупать, использовать как развлечение» [70, с. 391].

Отметим также и то, что если ранее новостные сюжеты строились преимущественно на закадровом тексте в сопровождении видеоряда, то в настоящее время активно применяются видеозаписи с живыми, эмоциональными моментами. Кроме того, важную роль начали играть авторские передачи. Изменения коснулись и программ на культурную тематику, что свидетельствует о трансформации подходов к ее освещению.

Подобная тенденция характерна и для белорусского телевидения. Мы рассмотрим ее на примере программы «Люблю и помню» («Люблю і памятаю») телеканала «Беларусь 3».

«Беларусь 3» является первым цифровым культурно-просветительским каналом Республики Беларусь, входит в состав Белтелерадиокомпаний. Вещание осуществляется преимущественно на белорусском, а также на русском языках. Начало работы телеканала датируется 8 февраля 2013 года. Основная тематическая направленность канала – культурологическая, что проявляется в трансляции познавательных программ, а также документальных и художественных фильмов белорусского, советского и российского производства.

Редакция телеканала, состоящая из специалистов в различных областях искусства, своей главной задачей ставит всестороннее освещение актуальных культурных событий как в стране, так и за ее пределами. Миссия телеканала – «позиционирование культуры как совокупности материальных и интеллектуальных ценностей Республики Беларусь в современной медиасреде.

Авторская программа «Люблю и помню» известного белорусского кинорежиссера, сценариста и писателя В. А. Орлова посвящена деятелям белорусского искусства. Долгие годы работы в ТО «Телефильм» Белтелерадиокомпаний позволили автору программы накопить богатый архив материалов о выдающихся кинематографистах, актерах, музыкантах и художниках нашей страны. Собранные воспоминания и интересные факты из биографий знаменитостей стали основой передачи, главная цель которой – популяризация культурного наследия Беларуси.

Программа построена в жанре монолога, где автор делится личными воспоминаниями о героях, с которыми был знаком и сотрудничал. Визуальная составляющая передачи включает архивные фотоматериалы, кинохронику, а также фрагменты художественных и документальных фильмов. Структура повествования логически упорядочена: содержание делится на главы, каждая из которых охватывает определенный этап жизни персонажа. Такой формат

способствует целостному восприятию материала и формированию у зрителя представления о творческом пути героя, а также о его личности.

Ключевой особенностью программы является создание эффекта доверительного общения, который достигается за счет статичной композиции кадра, прямого зрительного контакта со зрителем, а также мягкой интонации рассказчика, отличающейся при этом выразительностью, эмоциональностью. В результате зритель оказывается не пассивным наблюдателем, а максимально вовлекается в повествование.

Этим программа «Люблю и помню» напоминает передачу «Камертон» – документально-публицистический проект о творческого пути выдающихся деятелей культуры и искусства нашей страны и зарубежья. Программа включает элементы интервью, а архивные материалы раскрывают творческий путь каждого приглашенного гостя.

Таким образом, телеканал «Беларусь 3» делает ставку на авторские программы, ведущими которых являются специалисты в различных областях искусства и культуры, и делает уклон на эмоциональное вовлечение зрителя.

Выводы по Главе 1:

1. Газеты на протяжении всей истории своего существования играли важную роль в культурном просвещении и информировании населения о духовной жизни общества, публикуя литературные произведения и материалы культурной тематики.

Культура формирует ценностные ориентиры и модели поведения, оказывает влияние на восприятие окружающего мира и способствует социализации индивида. Как показали исследования Лотмана, Бахтина, Лумана и других ученых, она является коллективным феноменом, отражающим взаимодействие социальных групп и институтов. При этом культура не существует изолированно – она тесно связана со средствами массовой информации, которые не только транслируют культурные ценности, но и активно участвуют в их формировании. Однако СМИ также могут способствовать утрате культурной идентичности в условиях глобализации.

2. В последние годы наблюдается рост интереса к культурной тематике, что связано с усиливающимися когнитивными потребностями аудитории. Культурная журналистика направлена на популяризацию культурных событий и процессов, а арт-журналистика – на более глубокое и аналитическое осмысление произведений искусства и т. д. Однако подобный медиаконтент претерпевает изменения, адаптируясь к новым форматам и платформам, например, социальным сетям. Это значительно расширяет возможности для распространения культурных материалов. К примеру, жанр рецензии демонстрирует растущую популярность и становится доминирующим жанром

в различных культурных медиа. Значительные изменения происходят в подаче информации новостных телевизионных материалов.

Современные медиа сталкиваются с необходимостью адаптации к цифровой эпохе. Традиционные печатные издания постепенно теряют аудиторию, вынужденно осваивая онлайн-форматы. Особую популярность приобретают подкасты, которые сочетают информативность с неформальной манерой подачи. Социальные сети и видеоплатформы также становятся ключевыми каналами распространения культурного контента. Новостные сюжеты и авторские программы делают акцент на эмоциональном вовлечении зрителя, используя архивные материалы, интервью и личные воспоминания. Это контрастирует с более сдержанной и официальной подачей, характерной для советского периода. В целом, несмотря на трансформации, культурная журналистика остается важной частью медиaprостранства. Ее будущее – в модернизированных форматах, сочетающих глубину традиционных жанров с новациями цифровых медиа.

ГЛАВА 2

МОЛОДЕЖНЫЕ СМИ: ОСОБЕННОСТИ МОДЕЛИРОВАНИЯ КОНТЕНТА О КУЛЬТУРЕ

2.1 Специфика отражения культурной проблематики в прессе

Подростковая и молодежная пресса активно выполняет функции социализации и передачи культурных ценностей молодому поколению. Данный сегмент СМИ ориентирован на аудиторию определенного возраста и призван способствовать интеллектуальному и духовному развитию молодежи, а также обеспечивать процесс межпоколенческой коммуникации [49, с. 41]. Кроме того, в условиях глобализации информационного пространства актуализируется необходимость анализа тенденций и перспектив развития данного сегмента СМИ.

Специфика данных изданий определяется возрастными, социальными и психологическими характеристиками целевой аудитории, что обуславливает использование особых приемов подачи информации, специфического языка, выразительных средств и методов взаимодействия с читателями [49, с. 41].

С учетом возрастных особенностей аудитории молодежная пресса подразделяется на три группы: издания для младших школьников, подростков и молодежи. Контент каждой категории формируется под влиянием когнитивных и психологических характеристик восприятия представителей каждой из групп. В отличие от взрослой прессы, в которой тематика остается относительно неизменной, содержание молодежных изданий в зависимости от целевой аудитории порой сильно отличается [49, с. 41].

Молодежные средства массовой информации также могут быть классифицированы на такие две группы, как издания, ориентированные на молодежную аудиторию, и издания, создаваемые непосредственно представителями молодежи. Второй тип изданий включает в себя элементы субкультуры и контркультуры. «К молодежной субкультуре можно отнести студенческий самиздат, школьные газеты. К контркультуре – издания музыкальных направлений, течений, группировок» [26].

Кроме того, молодежные издания можно классифицировать по характеру представляемой в них информации. Таким образом, можно выделить универсальные, освещающие широкий спектр вопросов, касающихся

молодежи, и специализированные, ориентированные на рассмотрение отдельных проблем или сфер жизни молодого поколения [23, с. 17].

Учредителем ряда молодежных и детско-юношеских периодических изданий выступает Белорусский республиканский союз молодежи. Среди них – газеты «Знамя юности» и «Зорька», а также специализированный вкладыш газеты «Звезда» – «Чырвонка. Чырвоная змена» [56]. Данные издания направлены не только на развлечение и информирование аудитории, но и на выявление и освещение общественных проблем, а также ключевых тенденций современной культуры [22].

Структура большинства молодежных изданий культурной тематики, как правило, включает несколько тематических блоков, среди которых можно выделить:

1. «Освещение новостей, слухов и скандалов в шоу-бизнесе;
2. Информацию о новых именах в музыке, музыкальных стилях и направлениях;
3. Тренды молодежной моды;
4. Вопросы психологии, включая любовные истории и межличностные отношения, отношения с родителями;
5. Проблемы профессиональной ориентации и карьеры, заработка и финансов;
6. Информацию об экстремальных видах спорта и путешествиях;
7. Описание необычных увлечений и хобби, интервью с их представителями;
8. Обзор компьютерных игр и интернет-культуры;
9. Развлечения: тесты, гороскопы, анекдоты и кроссворды» [22].

Необходимо отметить негативные тенденции подобного тематического наполнения молодежных изданий. Так, по словам Е. А. Власовой, «печатные СМИ, ориентированные на определенные тематики, такие как патриотизм, религиозное воспитание или о вреде здоровья, не получают активного отклика от молодого потребителя, об этом можно судить из-за небольшого тиража изданий и количества подобных СМИ. Но зато журналы и газеты, посвященные модным культурным тенденциям, жизни девочек, Интернету и компьютеру, а также тайнам Вселенной, широко и активно принимаются молодежью» [12].

Определим специфику отражения культурной проблематики в молодежной прессе Беларуси на примере таких специализированных изданий нашей страны, как «Бязозка» и «Маладосць», а также общественно-политических изданий: газеты «Знамя юности» и приложения к газете «Звезда» «Чырвонка. Чырвоная змена».

«Бярозка». Литературно-художественный белорусскоязычный журнал «Бярозка» представляет собой специализированное периодическое издание, ориентированное на подростковую аудиторию (12+) [24]. Он предназначен для тех, кто хочет ориентироваться в современном культурном пространстве, знать прошлое Беларуси, активно участвовать в социальных и творческих проектах или даже создавать свои. Редакция журнала предоставляет своим читателям возможность делиться своим творчеством, взглядами на общественные и социальные проблемы как Беларуси, так и мира.

Основное направление «Бярозкі» – литературно-художественное, что обусловлено как исторической традицией издания, так и его главной задачей – вовлечением юных читателей в процесс литературно-художественного творчества. Основанный в 1924 году, журнал за столетие своего существования утвердился в статусе авторитетного литературного издания для подростков, фактически является единственным в стране в своем роде [77].

На страницах «Бярозкі» можно найти следующие рубрики: «Заяўка на Парнас», «Level 80», «У сусвеце беларускай мовы», «Праектар», «Арт-прастора», «Практыкум», «Казка», «Спорт», «Апавяданне», «Разважанні», «Сакральныя вандроўкі» и др. [77].

Журнал уделяет значительное внимание культурной и литературной сфере Беларуси. «Бярозка» публикует произведения известных и начинающих белорусских поэтов и писателей, а также размещает статьи, интервью и рецензии, обзоры литературы и предметов искусства. Рубрика «Бел-літ.», например, предлагает разбор произведений школьной программы, что может быть полезно как учащимся, так и преподавателям. Методологический подход, реализованный в данной рубрике, способствует упрощению восприятия сложных литературных текстов [Приложение А].

Журнал является важной площадкой для молодых авторов, давая им возможность опубликовать свои работы и получить признание в литературном сообществе. Для этого в «Бярозке» ведется ряд рубрик: «Апавяданне», «Казка». «Практыкум» – рубрика, включающая советы и практические задания, направленные в том числе на развитие навыков письменной речи [Приложение А].

В «Бярозке» значительное внимание уделяется вопросам становления и эволюции белорусской литературы в контексте мирового литературного процесса. Издание публикует аналитические материалы о творческом наследии ее известных деятелей, их роли в формировании культурного пространства Беларуси. Авторы проводят тщательный анализ художественных особенностей произведений белорусских писателей [Приложение А].

Помимо литературы, «Бярозка» освещает широкий спектр других сфер культуры: музыку, кинематограф, спорт, моду, психологию, научно-популярные материалы и даже кулинарию. При этом данные разделы часто сохраняют белорусскую специфику. Например, под рубрикой «Эксклюзіў» в одном из номеров был опубликован материал «Гісторыя з’яўлення беларускага Новага года» [Приложение А].

Кроме того, «Бярозка» публикует большое количество материалов о культурных событиях, выставках, фестивалях и концертах, происходящих в Беларуси и за ее пределами. Журнал стремится расширять кругозор своих читателей, внося свой вклад в развитие культурного образования молодежи. Информирование аудитории о культурных мероприятиях способствует формированию творческих амбиций и способности наслаждаться прекрасным во всех его проявлениях. Результаты творчества читателей публикуются в рубрике «Заяўка на Парнас» [Приложение А].

Среди приоритетных тем, рассматриваемых журналом, также можно отметить путешествия по историческим местам Беларуси (рубрики «Сакральныя вандроўкі», «#Мойродны кут»), деятельность патриотических клубов, способствующих воспитанию у молодежи любви к Родине. Этой теме посвящены материалы рубрики «Патрыятычнае выхаванне» [Приложение А].

Таким образом, журнал «Бярозка» выполняет одновременно художественную, образовательную и воспитательную функции. Он не только знакомит подростков с современной литературой, но и создает условия для их творческой самореализации, формирует эстетический вкус и способствует осознанию значимости национального культурного наследия. Благодаря сочетанию традиционных и инновационных подходов к подаче материалов, издание остается актуальным для современной молодежной аудитории, ориентированной на интеллектуальное и творческое развитие.

«Маладосць». Журнал «Маладосць» – это ежемесячное литературно-художественное и общественно-политическое иллюстрированное издание, оказавшее значительное влияние на развитие белорусской литературы. Первый номер журнала вышел в печать в апреле 1953 года. Название отражает его основную направленность – работу с молодежной аудиторией. Об этом свидетельствует и обращение народного писателя Якуба Коласа «Да моладзі», опубликованное в первом выпуске. Согласно ему, ключевая миссия издания – освещение жизни, трудовой деятельности и творческих достижений молодежи Беларуси [25].

Журнал стал площадкой для произведений начинающих писателей. В «Маладосці» публикуются поэтические и прозаические произведения: стихи, поэмы, рассказы, романы. Это способствует интеграции молодых авторов в литературный процесс и обеспечивает их дальнейший профессиональный

рост. Многие авторы, начавшие свою творческую деятельность на страницах журнала, впоследствии стали признанными классиками белорусской литературы. Кроме того, издание сыграло значительную роль в развитии отечественной фотожурналистики. В частности, на его страницах были опубликованы работы таких выдающихся фотографов, как А. Дитлова и В. Ждановича [25].

Помимо литературных произведений различной жанровой направленности, журнал содержит широкий спектр материалов на культурную тематику, среди которых:

1. Публицистические и критические статьи, затрагивающие вопросы литературы, искусства и общественно-политической жизни – рубрики «Крытыка», «Арт-публіцыстыка», «Вачыма маладых»;
2. Литературоведческие исследования, направленные на анализ жизни и творчества белорусских и зарубежных авторов – рубрики «З архіваў», «Люстэрка лёсу» «Музейная гасцеўня»;
3. Рецензии на новые литературные произведения, способствующие их популяризации и профессиональному обсуждению – рубрика «Літаратурны свет»;
4. Материалы о выдающихся деятелях и событиях науки, культуры, литературы и искусства, направленные на формирование исторической памяти и расширение культурного кругозора читателей – рубрики «Асоба», «Інтэрв'ю», «Мастацтва»;
5. Переводы произведений, способствующие межкультурному диалогу – рубрика «Пераклады» и др. [Приложение В].

Таким образом, журнал «Маладосць» сохраняет свою значимость как платформа для творчества, в том числе молодежи, дискуссий и сохранения культурного наследия.

«Знамя юности». Первый выпуск газеты вышел 10 апреля 1938 года под названием «Сталинская молодежь». Издание являлось совместным печатным органом Центрального комитета и Минского областного комитета ЛКСМ Белоруссии. Во время Великой Отечественной войны газета продолжала выходить, но в формате фронтовых листовок формата А4. После войны, 6 июля 1945 года, был выпущен первый полноформатный номер. С 1956 года учредителем издания стал Центральный комитет ЛКСМ Белоруссии. В том же году газета сменила название на «Знамя юности», под которым она стала широко известна в последующие годы [27].

Сегодня, следуя последним тенденциям, «Знамя юности» публикует только самую актуальную информацию как для современной молодежи, так и для более широкой аудитории. Кроме того, газета активно участвует в различных мероприятиях, в том числе в молодежных фестивалях и форумах, а

также стремится поддерживать связь со своей аудиторией, общаясь с читателями на страницах издания [1].

На страницах газеты можно найти следующие рубрики: «Рядом с нами», «Тема», «Шоу-бизнес», «Территория ART», «Красота и здоровье», «Теленеделя», «Молодежь.INFO», «Хуторок», «Sport time», «Общество», «Мода», «Классное время», «Дела семейные», «Наука в ударе», «Лайфхак» и др.

Культурная тематика не входит в перечень самых широко представленных в издании, однако нельзя не отметить, что она все-таки находит свое отражение на страницах «Знамени юности».

Например, газета регулярно публикует интервью с молодыми, но уже известными людьми, которые достигли успеха в различных сферах – мода, пение, актерское мастерство, – и дает практические советы по достижению своих целей. Влад Соколовский, Валя Карнавал, Александр Голубев, Ольга Дибцева, Евгений Ткачук и Надя Ручка становились героями номеров «Знамени юности» (рубрика «Теленеделя»). Большинство таких текстов содержит минимальное количество практической информации и сосредоточено главным образом на личности героя. Как правило, в подобных интервью обсуждаются его вкусы, увлечения, творческая деятельность, хобби и др.

«Знамя юности» охватывает сферу культуры и развлечений, освещая соответствующие новости и события. Газета публикует обзоры книг, фильмов, музыки, арт-инсталляций, выставок и т.д. Журналисты редакции информируют о различных культурных и развлекательных мероприятиях – фестивалях, выставках, концертах, – которые могут быть интересны целевой аудитории издания («С желанием удивить мир. Составили топ спектаклей, показанных на театральном форуме “М.@rt.контакт”») [Приложение Б].

Также есть материалы, написанные с развлекательной целью. Среди них – публикации о моде, трендах, интересных фактах. Например, в статье «Улица. Город. Квест», опубликованной в выпуске от 27 марта, редакция газеты вместе со Златой Титовой, автором квестбука «С любовью, Могилев», «посмотрели на город по-новому». [Приложение Б].

На страницах газеты «Знамя юности» регулярно публикуются материалы, посвященные досугу. Особое внимание уделяется молодежным субкультурам, актуальным и популярным среди молодого поколения хобби. Часть публикаций отведена под спортивную тематику, пропаганду здорового образа жизни и различных форм активного отдыха. Развлекательный контент представлен в специализированных рубриках газеты, таких как «С праздником!», «Увлечения», «Сильно стильно», «Настроение», «Конкурс», «Ноу-хау». Таким образом, данные разделы выполняют важную функцию в

структуре издания, предлагая читателям разнообразные форматы материалов – от практических советов до аналитических обзоров современных культурных явлений. Например, самых завирусившихся видео из соцсетей [Приложение Б].

Отличительной чертой «Знамени юности» какое-то время являлась специальная рубрика, в которой читателям рекомендовали книги, фильмы и музыку. В ней можно было найти не только обзоры актуальных новинок, но и материалы о проверенной временем классике. Серия подобных материалов выходила в 2022 году под единым заголовком «Мы знаем, что почитать, послушать, посмотреть. Ловите обзор книжных новинок, музыкальных клипов и фильмов» [Приложение Б].

«Чырвонка. Чырвоная змена». Первый номер белорусскоязычной газеты «Чырвоная змена» вышел в свет 21 апреля 1921 года. В 2002 году издание стало приложением к газете «Звезда». Сегодня оно продолжает модернизироваться и адаптироваться к современным реалиям медиaprостранства. В последние годы активно проводится работа по обновлению визуального оформления, расширению редакционного состава, а также внедрению новых рубрик и проектов. Так, на страницах «Чырвонкі» публикуются материалы студентов факультета журналистики Белорусского государственного университета, а также других молодых авторов, стремящихся заявить о себе и желающих развиваться в области журналистики. «Чырвонка» остается верной своей миссии – следить за жизнью молодежи [75].

Особое внимание уделяется вопросам патриотического воспитания, образования, здравоохранения, формированию семейных ценностей, социальной ответственности и гражданской идентичности у представителей молодого поколения. Одно из центральных мест занимают материалы о деятельности молодежи в общественных и волонтерских организациях [Приложение Г].

Материалы на культурную тематику также нашли место на страницах «Чырвонай змены». В основном они представлены публикациями информационного характера о разного рода творческих инициативах представителей молодежи, а также интервью с молодыми актерами, исполнителями, художниками, литераторами и т.д. [Приложение Г].

Кроме того, «Чырвонка» анализирует актуальные тенденции и новые направления в современном художественном искусстве, особое внимание уделяя вопросам сохранения национального культурного наследия. Культурной тематике, духовному развитию молодежи посвящены следующие рубрики: «Пакаленне ХХІ», «Маладыя імёны», «Свой стыль», «Тыя, хто

побач», «Крэатыў», «Рух ад сэрца», «Узаемадзеянне», «Убачыць галоўнае», «Імёны», «Камертон настраю», «Мелодыя натхнення» и др.

Таким образом, «Чырвоная змена», несмотря на свою общественно-политическую направленность, также выполняет важную функцию медийной платформы для самовыражения молодого поколения, а также содействует распространению их идей, творческих инициатив, популяризации культуры среди представителей молодежи.

2.2 Модификация форматов репрезентации контента о культуре в молодежных СМИ

Современное общество характеризуется высокой степенью медиатизации. Как утверждает Н. Б. Кириллова, медиакультура стремительно набирает значимость в современном обществе, выступая комплексным инструментом познания окружающего мира во всех его социальных, интеллектуальных, нравственных, художественных и психологических аспектах [31, с. 11]. Подобное утверждает и Н. А. Крюкова. Согласно ей, целостность медиакультуры, которая формируется благодаря информационному обмену между участниками социального взаимодействия, играет ключевую роль в развитии как личности, так и общества [38, с. 227].

Можно сделать вывод, что одной из ключевых функций СМИ в процессе взаимодействия с молодежью является трансляция ей норм и моделей поведения, помощь в адаптации к социальным условиям, формировании активной гражданской позиции. Кроме того, СМИ выполняют функцию посредника между обществом и индивидом, предлагая различные интерпретации культурных и социальных тенденций. Важным когнитивным процессом, способствующим интеллектуальному развитию, формированию мировоззрения и социализации личности является также и чтение.

Роль чтения как механизма усвоения информации, расширения кругозора и совершенствования критического мышления неимоверно важна. Тем не менее, в последние десятилетия наблюдается трансформация читательских предпочтений. Все чаще происходит утилитаризация чтения, при которой оно воспринимается как инструмент быстрого получения информации, элемент досуга [3, с. 113].

При этом происходит упрощение текстов (в том числе и в медиа), рост популярности массовой литературы, предназначенной преимущественно для развлечения. М. Е. Аникина отмечает, что общество демонстрирует тенденцию к снижению глубины восприятия текстов. В связи с этим остается открытым

вопрос о первопричинах данного феномена: является ли это следствием растущего запроса на доступные форматы или же результатом адаптации предложения к изменяющимся запросам молодежной аудитории [3, с. 113]. В то же время отмечается, «что современные медиасистемы обращают немного внимания на эту аудиторную группу: на страницах массовых периодических изданий молодые люди не находят, по их мнению, ни достоверной информации, ни актуальных для них тем, газеты не становятся помощниками в решении проблем молодого поколения» [67, с. 82].

Функционирование молодежных изданий в условиях рыночной экономики сопряжено с рядом проблем. Редакции зачастую ориентируются на слишком широкую аудиторию, что приводит к упрощению содержания и снижению качества журналистских материалов. В то же время молодежные издания, ориентированные на создание высококачественного контента, сталкиваются с необходимостью учета дифференцированных запросов своей аудитории. Однако разработка специализированного информационного продукта ограничивается низким уровнем платежеспособности такой социальной группы, как молодежь, а также недостатком данных о ее интересах и потребностях [23, с. 18].

Таким образом, в условиях стремительного развития цифровых технологий традиционные формы СМИ, такие как печатная пресса, теряют популярность среди молодежи, уступая место онлайн-ресурсам, социальным сетям и видеоплатформам, новым медиа.

В XXI веке интернет стал одним из ключевых источников получения информации и главным пространством для коммуникации. 11 февраля 2020 года в ходе встречи с руководителями ведущих национальных средств массовой информации Президент Беларуси А. Г. Лукашенко также акцентировал внимание на этом: в нашей стране интернет давно перестал быть лишь вспомогательным инструментом для традиционных СМИ, а в ряде аспектов занял ведущее место [64].

Действительно, сегодня такие цифровые платформы, как блоги, социальные сети и каналы на видеохостингах, обладают влиянием, сопоставимым с традиционными медиа. Тем не менее, интернет-СМИ обладают и рядом существенных недостатков, которые ограничивают их возможности по сравнению с печатными изданиями. Одной из ключевых проблем является отсутствие систематизации и структурированности информации, публикуемой в сети, что затрудняет ее восприятие и анализ. Кроме того, значительная часть контента в Интернете, в том числе на культурную тематику, носит вторичный характер, что снижает уровень достоверности и объективности предоставляемых данных [67, с. 84].

Именно поэтому роль традиционных средств массовой информации в социализации молодежи остается значительной, пусть и требует пересмотра подходов к взаимодействию с молодой аудиторией. Снижение интереса к традиционной прессе приводит к утрате ею целевой аудитории, в результате чего молодежь рискует остаться без так необходимых ей правильных ценностных ориентиров.

В связи с этим важным становится эффективное продвижение молодежной прессы, в том числе в белорусском медиапространстве. Возникает необходимость адаптации традиционных СМИ к новым реалиям, что предполагает модернизацию способов подачи информации, активное использование мультимедийных форматов и персонализированного контента.

Рассмотрим этот процесс на примере белорусских средств массовой информации, ориентированных на молодую аудиторию и предоставляющих читателю контент о культуре – журналах «Бярозка», «Маладосць», газете «Знамя юности», приложении «Чырвонка. Чырвоная змена».

Так, нами было выявлено, что современные молодежные медиа, осознавая трудности, связанные с восприятием информации, отличающейся сложной структурой и насыщенным содержанием, активно внедряют методы ее упрощения. В том числе, используются такие жанры, как «инструкция», «обзор», «подборка» и др. Они направлены на структурирование и визуализацию информации, что способствует более эффективному ее усвоению и повышению уровня доступности для широкой аудитории.

Подборка представляет собой жанр публикации, который систематизирует и кратко излагает информацию о чем-либо (например, местах или продуктах), объединенных общей тематикой. При этом функция такого материала может быть как рекламной, так и образовательной, развлекательной или информационной. Ярким примером в данном случае может выступить рубрика «Фэшн» в журнале «Бярозка». Опубликованный под ней материал «Якім сёння модна быць? Зімовыя трэнды 2025» [Приложение А] написан, по сути, в жанре подборки. Данный текст отличается прикладным характером представляемой в нем информации. Каждый из «трендов», включенных в материал, сопровождается кратким описанием и обоснованием внесения его в список. В формате подборки («топа») написан также материал «Лепшыя відэагульні з зімовай атмасферай» рубрики «Level 80» [Приложение А].

Обзор – это материал, который сочетает в себе краткое изложение, анализ и оценку чего-либо. При этом он не ставит перед собой цель дать руководство к действию, а лишь дать исчерпывающую информацию по теме. Данный жанр особо популярен в молодежных СМИ. Обзоры фильмов, книг, музыкальных альбомов, выставок или театральных постановок часто можно встретить в журнале «Бярозка» (рубрики «Праектар», «Міфалогія»).

Например, в обзоре «Пра беларусаў, якія ўмеюць ствараць» повествуется о выходе проекта «Песня о Сирина» – первого 3D-анимационного фильма от киностудии «Беларусьфильм», дается информация о процессе его создания и сюжете. Кроме того, автор высказывает свое личное мнение об анимационной картине [Приложение А].

Современные культурные молодежные средства массовой информации выходят за рамки выполнения исключительно информационной функции, используя жанр human stories (человеческих историй) – рассказы о реальных людях, их достижениях, трудностях и путях их преодоления. По словам А. Э. Жарашуевой и Г. В. Заярской, материалы в данном жанре способствуют воспитанию высоких идеалов и формированию сильных личностных качеств у подрастающего поколения [22].

Истории фокусируются на личном опыте, а также акцентируют внимание на эмоциональной составляющей, описывая путь героя, его мотивацию, трудности и успехи. Публикации в данном жанре могут быть написаны как от первого, так и от третьего лица. Причем речь может идти как о современниках, так и об исторических личностях. Эмпатия, возникающая в процессе восприятия истории, способствует отождествлению аудитории с героем. Тем не менее, ключевой остается ориентация на реальные события и личности, что, в свою очередь, мотивирует читателей, к примеру, на саморазвитие [22].

Так, в журнале «Бярозка» рубрика «Ім раіла Афіна» посвящена выдающимся белорусским историческим деятелям женского пола: «Вядома, гаворка будзе ісці пра надзвычайных прадстаўніц, якія сваёй грамадскай дзейнасцю, творчасцю, розумам, шчырасцю, талентам, дапытлівасцю, прагай да ведаў, душэўнай прыгажосцю, любоўю да народа, сілай духу і волі здзейснілі каштоўны, значны для нашай Радзімы подзвіг. Пажадана, каб кожны з нас ставіўся да ўсіх гераінь як да старшых сябровак і настаўніц, бо тады іх вобразы яшчэ доўга, а лепш – вечна, будуць жыць у нашай памяці, а пакінутая імі спадчына ніколі не згіне» [Приложение А].

Следует подчеркнуть, что элементы рассматриваемых нами выше жанров интегрируются в другие. В качестве примера можно привести материал «SMM-майстэрства: як ператварыць падабайкі ў кар’еру», опубликованный журналом «Бярозка» в рубрике «ПРОпрафесію». Данный текст, позиционируемый авторами как обзор, имеет структуру и логическую последовательность изложения, характерную для такого жанра, как инструкция (гайд):

1. Суть профессии;
2. Сложность профессии;
3. С чего начать?;

4. Какие знания необходимы для начала карьеры в SMM?;
5. Рекомендации по выбору качественного обучения;
6. Отзыв действующего специалиста о профессии [Приложение А].

Стоит также отметить, что под влиянием процессов цифровизации и распространением сетевых технологий одним из ключевых факторов трансформаций современных СМИ, в том числе молодежных, является возрастающая роль визуализации, которая оказывает значительное влияние на формы и способы передачи информации. Это обусловлено переходом традиционных СМИ на цифровые платформы, в результате чего текстовая информация все чаще заменяется визуальными образами, инфографикой, анимацией и видеоконтентом [71, с. 311].

Визуализация не только упрощает процесс восприятия информации, но и способствует ее эмоциональному воздействию на аудиторию. Это особенно актуально в контексте формирования общественного мнения и трансляции культурных ценностей [57]. Однако усиление роли визуального компонента в СМИ также вызывает вопросы, связанные с изменением глубины анализа и критического осмысления информации. По словам В. И. Тюпа, трансформация печатного текста в визуальные образы свидетельствует о неизбежном росте уровня «визуализации культуры» в медийном пространстве [71, с. 311].

В первую очередь подобное явление связано с изменением когнитивных стратегий потребления информации: современные пользователи склонны к восприятию образов и символов, что обусловлено как ускоренным ритмом жизни, так и особенностями цифровых платформ, ориентированных на краткость и наглядность сообщений.

Увеличение запроса на визуализацию текста также затрагивает сферу культуры и искусства. Репрезентация культурных явлений через все чаще происходит не только в текстовой, но и в визуальной форме, что способствует изменению способов их осмысления и интерпретации. Например, многие материалы в журнале «Бязрозка» сопровождаются иллюстрациями или фотографиями, которые позволяют пользователю не только визуализировать содержимое текста, но и, в сочетании с ним, сформировать в сознании целостное представление о том, о чем идет речь [Приложение Е, 1].

Доминирование фото- и видеоконтента, инфографики в молодежных СМИ является актуальной тенденцией медиапрактики. Принцип симплификации (упрощения) активно применяется в различных способах визуализации информации, что позволяет наглядно представить сложные культурные процессы и явления через максимально упрощенные и доступные для восприятия формы. Такой подход способствует более эффективному усвоению информации, делая ее доступной для молодой аудитории [44, с. 72].

Так, для разделения информации на логические блоки в интернет-версии газеты «Знамя юности» используются графические элементы. В ряде материалов советы или идеи выносятся за текст, что позволяет пользователю фокусироваться на одном элементе за раз. Иногда некоторые элементы текста выделяются с помощью цвета, что привлекает внимание пользователя и помогает ему быстрее выделять главную информацию. Аналогичные методы могут применяться и для выделения статистики, цитат или призывов к действию [Приложение Е, 2].

Также одним из ключевых инструментов, используемых в современных молодежных медиа для удержания внимания пользователей на веб-странице, является вопрос-ответная форма представления информации. Она предполагает использование вопросов, которые отражают типичные запросы пользователей, возникающие по теме материала. Данный подход становится особенно важным в работе с молодым поколением, которое ищет быстрые и четкие ответы на свои вопросы, не желая углубляться в сложные объяснения.

В качестве наглядного примера, демонстрирующего возможность адаптации культурного контента молодежных медиа в упрощенные форматы, можно привести материал «Знамени юности» «Все ли проблемы из детства? Психолог рассказала, действительно ли все проблемы берут свое начало в детстве» [Приложение Б]. Данный заголовок, построенный в формате вопроса, играет ключевую роль в привлечении внимания пользователя. Он сигнализирует о том, что материал содержит простые и понятные ответы, снижая когнитивную нагрузку.

В некоторых случаях вопрос-ответ может быть ориентирован не на объяснение процессов, а на предоставление четких инструкций. Это делает подобные материалы особенно полезными для решения практических задач. Инструктивный подход в приведенном нами выше материале также способствует повышению вовлеченности, т. к. читатель получает конкретные рекомендации, которые может сразу применить на практике.

Тексты специализированных медиа о культуре характеризуются использованием профессиональной терминологии и в меньшей степени подвержены модификации контента. Например, описания сложных процессов, явлений и концепций требуют от читателя предварительной подготовки и в ряде случаев не могут быть упрощены. В качестве примера приведем материал журнала «Малодосць» – «Воз дзясятка назбіраў гною для рассады». Автор материала предлагает читателям сравнить две цитаты, а затем ответить на следующие вопросы: «Якімі вы ўяўляеце аўтараў гэтых строф? Ці шмат у іх агульнага? А ці можаце ўявіць, што і першы, і другі верш напісаў адзін чалавек?» Далее следуют ответы на них, призванные помочь читателю

разобраться в теме и глубже погрузиться в историю о герое материала [Приложение В].

Также в материалах «Маладосці» часто встречаются ссылки на известных белорусских деятелей литературы и искусства, их работы и вклад в развитие отечественной культуры: «Проза Міхася Стральцова найперш вылучаецца тым, што ў кожным апавяданні прысутнічае вобраз самотнага, адзінокага чалавека, які дазваляе сабе разабрацца з сабою, са сваімі думкамі, пераасэнсаваць уласнае жыццё. Заўжды прыходзячы да нейкіх адкрыццяў у сваім успрыманні свету, ён часам змяняе сябе, часам разумее, што можа гэта зрабіць, і не робіць, але, прынамсі, усведамляе гэта. Таму абстрагаваны вобраз інтэлектуальнай асобы – гэта абсалютна стральцоўская тэма. Кожнае апавяданне – як пэўны пастулат, натхняльны завет таго, якое яно, жыццё, і як можна існаваць і перамагаць у ім звычайнаму ці творчаму чалавеку» [Приложение В].

Таким образом, нами были выявлены модификации форматов репрезентации контента о культуре в молодежных СМИ. В журнале «Бярозка» они свидетельствуют о жанровом разнообразии данного издания, его ориентации на сочетании различных жанров при написании материалов, поиске подхода к целевой аудитории журнала – молодежи. Газета «Знамя юности», несмотря на общественно-политическую направленность, также активно трансформирует контент о культуре, вводя соответствующие новые рубрики.

Тем не менее, несмотря на наблюдаемую нами эволюцию форматов репрезентации контента о культуре, мы считаем, что белорусским молодежным СМИ необходимо повышать глубину аналитического осмысления материалов на культурную тематику. В том числе это относится к приложению «Чырвонка. Чырвоная змена» газеты «Звязда», в котором нами было замечено минимальное присутствие описанных нами выше модификаций. «Чырвонка» может использовать большее разнообразие форматов, в том числе фото-, видео- и аудиоконтента, увеличить их представленность в соцсетях и других веб-ресурсах, улучшить визуальную составляющую и т.д. Модификацией уже существующих в издании форматов также почти не занимается журнал «Маладосць», придерживаясь позиции СМИ для интеллектуального и в какой-то мере консервативного читателя.

В качестве примера эффективных способов трансляции культурной информации можно привести российские новые медиа, ориентированные на молодежную аудиторию («Кинопоиск», «Лингва», «Arzamas»). Их способы преподнесения контента о культуре могут послужить ориентиром и для белорусских молодежных медиа.

Показательным является процесс модернизации жанра рецензии в российских новых медиа. Издания, ориентированные на массового читателя, все чаще адаптируют формат рецензии, трансформируя его в краткий экспертный комментарий. Наиболее показательным примером подобной трансформации выступает портал «Кинопоиск», представляющий собой синтез профессионального и пользовательского контента. Сервис не только собирает такие данные о фильмах, как бюджет, кассовые сборы, рейтинги. Авторы активно публикуют профессиональные рецензии на сайте портала, который также предоставляет пользователям инструментарий для самостоятельной оценки кинолент. Функционал платформы позволяет и рядовым зрителям писать развернутые текстовые рецензии, создавая тем самым альтернативную систему оценки художественных произведений [Приложение Е, 3–4].

Современные цифровые медиа обладают рядом уникальных характеристик, среди которых особое значение приобретает свойство гипертекстуальности. Данное качество принципиально отличает новые медиа от традиционных, предоставляя иные возможности организации и передачи информации. Гипертекстуальность позволяет преодолеть линейность классического текста, создавая многомерные смысловые структуры, где отдельные элементы контента связаны неявными и явными связями [63, с. 72].

Функциональный потенциал гипертекстуальности проявляется в нескольких аспектах. Во-первых, она дает возможность более глубокого понимания сложных тем, т. к. пользователь получает возможность непосредственно взаимодействовать с упомянутыми в тексте источниками. Во-вторых, механизм гиперссылок выполняет важную функцию информационного расширения, позволяя существенно увеличивать объем доступных сведений без физического увеличения основного текста. Такая организация контента способствует реализации принципа информационной достаточности при сохранении компактности исходного материала. Пользователь получает возможность самостоятельно определять глубину погружения в тему, регулируя объем потребляемой информации через активацию соответствующих ссылок [63, с. 74].

Так, в одной из публикаций студенческого журнала «Лингва» (издается студентами и преподавателями факультета иностранных языков и регионоведения МГУ им. М.В. Ломоносова) под названием «Японские кошки: нэко и их место в фольклоре» на протяжении всего текста автором расставлены гиперссылки. Нажав на них, пользователь может прочитать пояснения незнакомых ему терминов, культурных событий и явлений в ранее опубликованных материалах [Приложение Д]. В свою очередь, в материале веб-журнала просветительского проекта «Arzamas» «7 признаков того, что

перед вами корейское классическое искусство» гиперссылки вставлены между абзацами текста, и отсылают читателей к другим материалам по схожей тематике для большего погружения в тему [Приложение Д]. В отличие от линейного восприятия, характерного для традиционных СМИ, такая гипертекстовая структура новых медиа позволяет пользователю осуществлять нелинейную навигацию по материалу в зависимости от его собственного интереса, знаний и других факторов.

К слову, в ряде случаев в современных белорусских молодежных культурных СМИ, таких как журнал «Бярозка», применяются QR-коды, выполняющие функцию гипертекстовых связей между печатными и цифровыми платформами. Из номера в номер на последней странице печатается QR-код, отсылающий к социальным сетям издания. Кроме того, в конце некоторых материалов подобным способом авторы оставляют ссылки на более подробную информацию по представленной теме [Приложение Е, 5]. Данная технология является «новой текстовой парадигмой», где коммуникация строится на взаимодействии множественных и одновременных информационных потоков [40].

Необходимо также отметить, что традиционные форматы информационных сообщений, включая классические информационные заметки, демонстрируют сниженную эффективность в работе с такой возрастной группой, как молодежь. Об этом свидетельствуют, в частности, невысокие просмотры подобных публикаций на сайте «Чырвонай змены». Например, заметка «Які фільм заняў першае месца па выніках конкурсу “Еўразія.DOC: 4 хвіліны”?» набрала почти в 8 раз меньше просмотров, чем интервью «Радміла Рыбакова: “Важна заставацца чалавекам”», опубликованное неделей позднее [Приложение Г].

Подобная тенденция обусловлена особенностями цифрового поколения, характеризующегося повышенными требованиями к интерактивности и мультимедийности потребляемого контента. Увеличить вовлеченность молодежной аудитории способна геймификация контента посредством создания квизов, опросов, тестов. Такие форматы выполняют сразу две функции: образовательную и коммуникативную: «Так или иначе, интерактивность предполагает диалог» [5]. Так, «Кинопоиск» активно внедряет геймификацию в свой контент, выделив под подобные публикации отдельную рубрику – «Тесты» [Приложение Д].

Отметим также тот факт, что для полноценного раскрытия потенциала молодежных медиа важна не только текстовая составляющая их контента. Для упрощения сложной для понимания информации ряд российских культурных СМИ активно использует инфографику. Среди них – уже упомянутый нами ранее веб-журнал просветительского проекта «Arzamas» [Приложение Д].

Данный способ визуализации информации не представляет собой принципиально нового явления. Тем не менее, именно в эпоху новых медиа этот формат приобрел особую значимость, став одним из ключевых в современной журналистской практике. В. А. Бейненсон и Е. А. Карпухина отмечают: «Журналист получил возможность не просто по собственному усмотрению выбирать информацию, но транслировать читателю весь массив данных в упорядоченном виде» [6].

Кроме того, инфографика ценна из-за высокой скорости восприятия людьми визуального образа: «В условиях информационной «бомбардировки» пользователя, когда за его внимание в Интернете конкурируют одновременно несколько каналов коммуникации, главной ценностью является внимание пользователя, продолжительность которого сокращается с каждым годом» [6].

Существует множество способов визуализации информации, включая различные типы диаграмм, графиков, таймлайнов, географических карт, схем, семантических визуализаций. «В журналистике инфографика чаще всего представляет собой совокупность нескольких типов с дополнительными графическими элементами – стилизованными иллюстрациями, пиктограммами и фотографиями» [37, с. 37]. Тот же «Arzamas» активно использует в своей инфографике интерактивные элементы, тем самым еще и геймифицируя контент [Приложение Д].

Отметим, что несмотря на большой потенциал инфографики, анализ современных белорусских интернет-СМИ свидетельствует о доминировании фотографий как наиболее распространенного формата представления информации. Например, в контексте классического фоторепортажа оптимальным считается объем в 12 кадров, что позволяет сформировать целостное и содержательное нарративное повествование: «Такое количество фотографий, как 40 или 50, уже считается излишним» [16, с. 317].

В работе с молодежной аудиторией особую актуальность приобретает также использование альтернативных форм подачи информации. Редакция молодежных культурных изданий стоит обратить более пристальное внимание на такие современные форматы, как видеоролики, аудиоподкасты, анимации и т.д. Главным их преимуществом является способность стимулировать активное взаимодействие пользователей с контентом. Подобные механизмы вовлечения соответствуют современным трендам медиапотребления и особенностям когнитивного восприятия цифрового поколения, отмечает А. М. Астанская [5]. Примером для белорусских молодежных медиа могут послужить подкасты просветительского проекта «Arzamas», а также портала «Кинопоиск».

Выводы по Главе 2:

1. Особенности молодежных изданий определяются возрастными и психологическими характеристиками аудитории, что отражается в специфике подачи информации, языке и тематическом разнообразии. Анализ белорусских молодежных изданий, таких как «Бярозка», «Маладосць», «Знамя юности» и «Чырвонка. Чырвоная змена», показывает, что они выполняют не только информационную, но и образовательную, воспитательную функции. «Бярозка» и «Маладосць» делают акцент на литературно-художественном содержании, способствуя развитию творческого потенциала молодежи и сохранению национальной культуры. В то же время «Знамя юности» и «Чырвоная змена» сочетают общественно-политическую тематику с культурно-развлекательной, что позволяет им охватить широкий круг интересов читателей.

Несмотря на различия в форматах и приоритетах, все рассмотренные издания стремятся адаптироваться к современным медиареалиям, оставаясь важным инструментом межпоколенческой коммуникации и культурного просвещения молодежи. Тем не менее, необходимо дальнейшее их изучение и развитие, в том числе для достижения баланса между развлекательным контентом и глубокими культурно-просветительскими материалами.

2. Сегодня молодежные СМИ сталкиваются с необходимостью адаптации к изменяющимся запросам аудитории. Медиакультура, выступая важным инструментом социализации, требует новых подходов к репрезентации контента, особенно в сфере культуры. Анализ белорусских изданий, таких как «Бярозка», «Маладосць», «Знамя юности» и «Чырвонка. Чырвоная змена», демонстрирует активное внедрение упрощенных форматов – подборок, обзоров, инструкций, human stories, – способствующих лучшему усвоению информации. Однако наблюдается тенденция к снижению глубины аналитического осмысления культурных явлений, что частично компенсируется визуализацией и интерактивными форматами.

Цифровизация медиaprостранства трансформирует способы подачи информации: гипертекстуальность, мультимедийность и геймификация становятся ключевыми инструментами вовлечения молодежи. Тем не менее, традиционные СМИ сохраняют свою значимость, поскольку обеспечивают структурированность и достоверность контента, что особенно важно в условиях информационной перегрузки. Для повышения эффективности взаимодействия с аудиторией белорусским молодежным изданиям стоит активнее заимствовать успешные практики новых медиа, такие как инфографика, подкасты, тесты и т. д., а также усиливать аналитическую составляющую материалов. Это позволит не только удержать внимание молодой аудитории, но и поспособствует формированию ее ценностных ориентиров в культурном пространстве.

ГЛАВА 3

ТЕХНОЛОГИИ ФОРМИРОВАНИЯ ЦЕННОСТНЫХ ОРИЕНТИРОВ В МОЛОДЕЖНЫХ СМИ

3.1 Формы и способы освещения ценностного содержания в белорусских СМИ для молодежи

В своей работе «Деятельность. Сознание. Личность» выдающийся советский психолог А. Н. Леонтьев пишет, что ценности по сути своей схожи с ведущими мотивами, целями, которые не отделяют человека от общества, а объединяют его с другими людьми и их благополучием. При этом они важны для каждого индивида и могут варьироваться в зависимости от культуры, общественного контекста и личных установок. Ценностные ориентации, в свою очередь, описываются А. Н. Леонтьевым как жизненные мотивы, способные придать рациональность человеческому существованию, обозначить смысл жизни [45, с. 217].

На определенных этапах развития и в отдельных фазах жизненного цикла у каждого человека возникает потребность в новой идеологической ориентации и информационной поддержке, которая по степени значимости может сопоставляться с базовыми физиологическими потребностями, такими как дыхание или питание. Особенно восприимчивым оказывается период молодости, что обусловлено характерными для данного возрастного этапа особенностями. В современном обществе ключевую роль в осуществлении подобных воздействий играют средства массовой информации [31, с. 340].

Без четкого понимания взглядов и убеждений человека невозможно эффективно на него воздействовать [46, с. 63]. Анализ базовых ценностей молодежи на протяжении многих лет остается важным направлением деятельности белорусских исследователей. Так, сравнительный анализ опросов, проведенных в Беларуси в 1990 и 2018 годах, демонстрирует устойчивую тенденцию: семья сохраняет приоритетное место в системе ценностей белорусского общества, в частности, молодого поколения. Был зафиксирован рост значимости семейных ценностей на 15%, что свидетельствует о повышении осознания молодежью важности традиционных ценностей [18, с. 472]. Данные социологических исследований БИСИ за 2025 год говорят о том же. Согласно полученным результатам, 70,2% респондентов данной возрастной группы подчеркивают высокую значимость семьи в своей

жизни [65]. Такая тенденция объяснима, поскольку семья выступает фундаментом любого общества.

Второе место в иерархии ценностей занимает профессиональная деятельность, которая рассматривается молодыми людьми как необходимое условие стабильности и благополучия. Если в 1990 году работу в качестве значимой ценности отмечали 35% респондентов в возрасте 18-28 лет, то к 2018 году этот показатель возрос до 58% [18, с. 472].

Современная молодежь сталкивается с кризисом ценностного сознания в условиях трансформации общества. При этом она не полностью отказывается от традиционных ценностей, сформированных предыдущими поколениями, но под влиянием экономических и других факторов формирует новые установки и цели, которые порой существенно отличаются от прежних идеалов и ценностей. Таким образом, потребности молодежи меняются в соответствии с новыми приоритетами современного мира.

Изменения в экономике и на рынке труда приводят к существенной трансформации трудовых ценностей и мотивационных установок среди молодежи. А именно наблюдаются две взаимосвязанные тенденции. Во-первых, отмечается недостаточная осознанность профессионального выбора, которая, однако, сопровождается выраженной готовностью к смене сферы деятельности и ориентацией на переподготовку через самообразование. Подобная гибкость, с одной стороны, способствует повышению адаптивности молодых специалистов, но с другой – создает препятствия для глубокого освоения профессиональных знаний и полноценного погружения в выбранную специальность [65].

Во-вторых, наблюдается повышение роли коммуникативных навыков (soft skills), особенно на начальных этапах трудовой деятельности. Данная тенденция закономерно приводит к снижению значимости академического образования как ключевого фактора профессиональной успешности, перераспределению приоритетов среди требований к молодым специалистам [65].

На протяжении исследуемого А. Н. Даниловым периода (1990-2018 гг.) значимость таких базовых ценностей, как общение (друзья и знакомые) и развлечения оставалась на одном уровне. В свою очередь, отмечается заметное повышение интереса к политической сфере: если в 1990 году лишь 25% респондентов отмечало политику как важную сферу лично для них, то к 2018 году этот показатель увеличился до 33% (каждый третий). Параллельно наблюдается рост позитивного отношения к религии и признания ее социальной значимости среди всех возрастных групп [18, с. 473].

Эмпирические данные БИСИ за 2025 год тоже указывают на количественный рост политически активной молодежи, участвующей в

деятельности различных институтов гражданского общества. Речь идет о молодежных общественных объединениях, органах студенческого самоуправления, а также специализированных структурах при органах государственной власти. Наблюдается устойчивая тенденция к подключению молодых людей к решению актуальных социальных вопросов, требующих непосредственного участия данной возрастной группы [65].

«Образование, наряду с семьей, и новые информационные технологии влияют на формирование ценностей молодежи – на второй план уходит негативный багаж предыдущего, “потерянного” поколения, появляется стремление быть полезным обществу, защищать права и свободы, четче проступают такие качества, как ответственность, сопереживание, доброта, отзывчивость» [18, с. 476]. Все это отражает качественную трансформацию ценностных ориентаций нового поколения.

Система ценностей молодежи в современной Беларуси находится в процессе изменения под влиянием западных ценностей, которые пропагандируются в том числе с помощью средств массовой информации. Да, часть молодежи все еще придерживается белорусской социокультурной традиции и ее ценностей. Однако такие из них, как многодетность и брачные отношения, присущие старшему поколению, сегодня часто подвергаются переоценке [65].

Тем не менее, результаты данного многолетнего мониторинга свидетельствуют о крайне медленной динамике изменения базовых ценностных ориентаций. В отличие от форм и механизмов их реализации, которые зависят от текущего социально-экономического и культурно-исторического контекста. Кроме того, анализ позволяет отнести Беларусь к странам с типичной европейской иерархией ценностей: лидирующую позицию занимает семья, работа стабильно занимает второе место. Социальные связи (друзья и знакомые) располагаются на третьей позиции. Далее следуют досуг, религия и политика [18, с. 475].

Сегодня молодежные медиа охватывают широкий спектр тематик. К тому же, некоторые из них стремятся не только развлекать свою аудиторию, но и предоставлять важную и актуальную информацию общественно-политического и социального характера, анализировать проблемы социума, придерживаться традиционных ценностей и развивать ценности современной культуры.

Современные медиа не только выполняют информационную функцию, но и стараются привить молодежи высокие идеалы и помогать молодому поколению в формировании сильных личностных качеств, индивидуальности [22]. Б. Н. Лозовский писал, что «всякая идея, мысль, установка, увлекающая человека, может быть изменена (если, конечно, она не удовлетворяет

существующим нормам и ценностям), заменена при наличии равноценной, той, которая точно также может увлечь и занять ум и душу» [46, с. 64].

Например, по данным БИСИ, с 1 февраля по 2 апреля 2025 года белорусские СМИ уделяли значительное внимание вопросам молодежной политики. Количественный анализ показал: более 15 000 публикаций за этот период были посвящены различным аспектам молодежной проблематики. Наибольшую популярность получили следующие материалы средств массовой информации: «Молодежь из городов-героев Беларуси и России встретилась в Минске на патриотическом форуме» («ОНТ»); «Молодёжь: ценности, устремления и вызовы современности» («Іўеўскі край»); «Патриотическое воспитание молодежи как фундамент национальной безопасности страны» («Дом прессы»); «Диалоговая площадка для молодежи в районном центре ремесел» («Бярэзінская панарама») [65]. Подобное тематическое разнообразие публикаций свидетельствует о комплексном подходе к освещению молодежной проблематики в национальном медиапространстве.

Проанализируем, какие формы и способы освещения выявленных нами ранее базовых ценностей преобладают в таких белорусских СМИ для молодежи, как «Знамя юности» и «Бярозка».

Влияние СМИ на формирование ценностей осуществляется через различные информационные и эмоциональные воздействия. Часто для этого акцентируется внимание на тех ценностях, которые считаются желательными в обществе.

Так, патриотизм, национальная самоидентичность и историческая память являются одними из основных популяризируемых журналом «Бярозка» ценностей. Например, в материале «Гістарычны экскурс з нагоды Дня Незалежнасці» через архивные фотографии, воспоминания ветеранов и анализ событий прошлого передается ценность свободы и мужества. Также активно освещаются такие республиканские акции, как «Марафон единства», деятельность различного рода общественных организаций [Приложение А].

При этом, не прямое воздействие на ценностные установки, по словам Б. Н. Лозовского, превосходит силу открытого заявления [46, с. 63]. В качестве примера можно привести материал «Уверенное завтра» газеты «Знамя юности»: «Виктория и Никита рады, что первым рабочим местом стало такое крепкое сельхозпредприятие, специализирующееся на переработке и реализации готовой продукции, – многопрофильное, с замкнутым циклом производства, хорошим парком техники. Молодые специалисты ощущают себя частью большой команды, работающей на продовольственную безопасность страны» [Приложение Б].

С целью достичь единения с читателем, более эффективного воздействия на него, авторы молодежных СМИ часто используют местоимение «мы» вместо «я»: «Мы – это и сложное социально-психологическое образование, та общность, которая нужна и важна постольку, поскольку в определенной мере способна своим отношением, действием влиять на конкретную ситуацию или явление, давать толчок к разрешению или разрешать определенную проблему» [46, с. 86]. Примером может послужить материал «Знамени юности» – «Не стесняйтесь плакать»: «Главная задача нашего поколения – не повторить событий тех страшных лет. Не забывать героев, восхвалять их подвиг в песнях, с гордостью нести их портреты во время парада на 9 Мая. Это наша общая боль, боль всего белорусского народа. Герои живы, пока мы о них помним. Почтим же их минутой молчания» [Приложение Б].

Таким образом, центральной задачей выступает превращение читателей в единомышленников, поскольку именно это обеспечивает высокую степень вовлеченности в журналистский материал. Подобная общность формируется на основе доверительных отношений между журналистом и читателями, которые не возникают спонтанно, а требуют целенаправленного конструирования. При этом чем слабее изначальное ощущение «мы», тем более ресурсоемким становится процесс его формирования [46, с. 88].

Анализируя журнал «Бярозка», необходимо отметить, что он структурирован таким образом, что каждая рубрика выполняет определенную функцию в освещении ценностей. С целью влияния на ценностные ориентиры молодежи в них часто используются различные методы и стратегии, такие как повторение, ассоциация с позитивными образами, создание эмоциональных связей или использование авторитетных источников. В. Н. Ганичев писал: «Повторение – сильное психологическое оружие, им следует пользоваться умело, не забывая, что основной его смысл – привести читателя к усвоению правильных положений» [14, с. 21].

Повторение главной мысли звучит, например, в тексте материала «Гістарычны экскурс з нагоды Дня Незалежнасці»: «“Наша мара – у міры жыць” здзейсніцца, бо мы “не дапусцім вайны”», «Вайна – гэта жахліва!», «Іх вечны, неўміручы подзвіг!», «Ніколі не забудзем» [Приложение А]. Ассоциация с позитивным образом Бярозкі – маска или «главной героини» журнала, – в свою очередь, используется редакцией в каждом номере издания. К примеру, иллюстрация с ее участием появилась на обложке выпуска журнала, посвященному празднованию Дня Независимости.

Рубрика «Міфалогія» журнала «Бярозка» знакомит читателей с белорусскими мифами и легендами, учит молодое поколение ценить уникальность своей культуры. Подробные описания народных празднеств, такие как Купалье, подчеркивают их значение и призваны вызывать интерес

молодого читателя к традициям предков: «Гэта свята весялосці, бадзёрасці, юнацтва. У гэты дзень лічылася, што вада мае таямнічыя ўласцівасці, таму ўсе намагаліся ў гэты дзень скупацца, каб змыць з сябе ўсё дрэннае. Яшчэ адна вельмі добрая легенда сцвярджае, што ў гэтую ноч, адзін раз на год, зацвітае папараць-кветка. Каб яе знайсці, трэба адысці далёка ў лес настолькі, каб не было чуваць, як брэшуць сабакі з найбліжэйшай вёскі. Той, хто яе знойдзе, згодна паданню, будзе ўсё сваё жыццё шчаслівы, знойдзе сапраўднае каханне і будзе разумець мову птушак. Гэтая легенда і зараз вельмі папулярная сярод моладзі» [Приложение А].

Кроме того, журнал транслирует молодежи ценности через публикуемые на его страницах литературные произведения. Стихи, рассказы и сказки в «Бярозке» в доступной форме учат читателей доброте, смелости и уважению к природе. Для молодежных СМИ в принципе очень важно, чтобы информация была доступной и понятной. Как подчеркивает В. В. Ученова, публицистические тексты должны быть эмоционально заразительны и не должны идти вразрез с повседневным практическим жизненным опытом тех, к кому адресованы [72, с. 102].

Важно также учитывать различные интересы и потребности молодежи: предлагать материалы на интересующие ее темы, такие как экология, права человека, молодежная политика и другие. Об этом упоминал еще В. Н. Ганичев в своей работе «Молодежная печать: история, теория, практика». Он писал, что «необходимым условием завоевания ее доверия является также знание читателя, аудитории, которой адресован материал, ее особенностей, степени восприятия материала» [14, с. 20].

Так, рубрика «PROпрафесію» журнала «Бярозка» знакомит читателей с профессиями, акцентируя внимание на таких ценностях, как трудолюбие и саморазвитие. «Гісторыя стварэння Новага года» (рубрика «Эксклюзіў») раскрывает историю праздника, объединяющего поколения, а материал про «бялыніцкія цуды» (рубрика «HIST»), помимо описания творчества известного белорусского живописца, подчеркивает значение веры, духовности и любви к малой родине в его жизни. Журнал не обходит стороной и более современные формы искусства. В рубрике «Праектар» автор анализирует черно-белое кино, раскрывая его глубинный смысл. Речь, в том числе, заходит о вечных ценностях, таких как вера, надежда и любовь.

Интересы и потребности молодых людей являются главной тематикой материалов газеты «Знамя юности». Так, в ней часто появляются публикации о моде, «подборки трендовых луков» на различные мероприятия («Время блистать»), статьи об обретших популярность в соцсетях людях или явлениях («Игры с последствиями»). Кроме того, редакция издания ведет постоянную

рубрику, обозревая в ней «завирусившиеся» в интернете видео и мемы («Сигма бой, мальчик молодой») [Приложение Б].

Одним их эффективных способов трансляции ценностных ориентиров читателям является вовлечение их в диалог. Например, редакция анализируемого нами журнала в ряде материалов предлагает поделиться мнением о народных приметах или участвовать в литературных конкурсах, чему способствуют такие рубрики, как «Заяўка на Парнас».

Не менее важна эмоциональная вовлеченность аудитории, добиться которой помогает, например, сторителлинг: «История способна «зацепить» внимание, вовлечь слушателя или читателя в повествование, воссоздать более рельефный и реальный мир, чем окружающая действительность. Яркий и эмоционально насыщенный нарратив дает возможность надолго привлекать внимание адресата, заставляет его активно сочувствовать, сопереживать, идентифицируя себя с героем истории, позволяет “считывать” ее мораль, надолго запоминать информацию, переданную в подобной форме» [21].

Авторы «Бярозкі» активно пользуются данным методом, например, в материале «Тут лёгка згубіцца, але яно таго варта» рубрики «#Мойродныкут». Иллюстрации и фотографии, в свою очередь, усиливают эмоциональную вовлеченность, делая текст наглядным. [Приложение А].

Сторителлинг можно найти и на страницах «Знамени юности». Причем часто – в сочетании с ранее упомянутыми нами методами и способами освещения ценностного содержания: «Уже из машины оглядываемся на деревеньку, которая, словно форпост, больше ста лет живет и развивается на самой окраине Гомеля. Все так же встречает гостей теплым светом в окошках хат и приветливым покачиванием листвы на величественных липах. И пока жива Победа, жива память о всех тех, кто приближал тот самый победный май 1945-го» [Приложение Б].

Стоит также отметить: по данным БИСИ важное место в системе ценностей молодежи Беларуси занимает гибкость, в том числе связанная с самореализацией. При этом наблюдается трансформация приоритетов: от пассивного усвоения информации к развитию умения адаптироваться [65]. Чтобы заинтересовать аудиторию, это необходимо учитывать и молодежным СМИ. К слову, «Знамя юности» стабильно уделяет внимание образовательным проектам, новым возможностям для студентов и абитуриентов и т. д., публикуя гайды по новым специальностям, интервью с представителями различных профессий, увлеченных своим делом мастеров и т. д. [Приложение Б].

Современные исследования фиксируют также и то, что приоритетное значение у молодого поколения приобретает забота о психологическом благополучии. Наблюдается следующая тенденция: представители молодого поколения демонстрируют возросшую осознанность в вопросах ментального

здоровья [65]. Потому неудивительно, что ряд материалов, например, рубрики «Красота и здоровье» газеты «Знамя юности» посвящен именно этой сфере жизни. Активно публикуются советы психолога: как помочь самому себе в периоды переживаний, перестать поддаваться самокритике, научиться говорить «нет», разобраться с детскими травмами и т. п. [Приложение Б].

Тем не менее, необходимо также учитывать тот факт, что воздействие СМИ на формирование ценностных ориентаций имеет свои ограничения. Люди могут проявлять некоторую степень сопротивления или критического мышления по отношению к пропаганде и манипуляциям, которые имеют место в публикуемых средствами массовой информации материалах. Кроме того, индивидуальные различия, личный опыт и жизненные принципы также могут влиять их на способность влиять на формирование тех или иных ценностных ориентаций.

3.2 Инновационные методы распространения культурных ценностей в СМИ: сравнительный аспект

Согласно статье 1 Кодекса Республики Беларусь о культуре, понятие «культурная ценность» трактуется законодательством достаточно широко. Оно охватывает любые материальные и нематериальные объекты, созданные или преобразованные в результате человеческой деятельности, при условии их «исторической, эстетической, научной или иной общественной значимости» [34]. Таким образом, категория культурных ценностей включает в себя как официально признанные, так и иные артефакты, представляющие ценность для общества, но не прошедшие формальную процедуру включения в государственный реестр.

Философия и культурология допускают двоякое толкование понятия – в широком и узком смысле. В первом случае культурные ценности представляют собой систему жизненно важных для человека и общества элементов, включающую объекты, состояния, потребности и целевые установки, которые выполняют регулирующую функцию в жизни каждого индивида [39, с. 31]. В нашей работе мы будем использовать данное определение культурных ценностей как наиболее подходящее нашим целям и задачам.

Традиционные СМИ, такие как телевидение, радио и пресса, долгое время оставались основными каналами передачи культурной информации [7]. Но информатизация общества и современные технологии привели к возникновению новых моделей восприятия, которые выходят за рамки привычного и характеризуются глобальностью, интерактивностью и

виртуальностью. Например, сегодня музеи все чаще используют технологии дополненной или виртуальной реальности, чтобы оживить экспонаты, а образовательные проекты внедряют онлайн-курсы по искусству, создают подкасты и т. д.

Инновационные методы распространения культурных ценностей имеют свои преимущества и недостатки. Социальные сети обеспечивают широкий охват и низкий порог вхождения, но часто поверхностны. VR и AR дают глубокое погружение, но требуют технических ресурсов. Подкасты сочетают информативность с доступностью, но уступают в визуальном воздействии. Таким образом, выбор метода зависит от целевой аудитории и задач, поставленных перед тем или иным медиа. Так, для молодежи наиболее эффективны оказываются короткие визуальные форматы, приобретшие в последнее десятилетие широкую популярность в интернете [2].

В условиях стремительного развития информационных технологий интернет утвердился в качестве наиболее динамичного средства массовой коммуникации. Сегодня это не только про доступ к информации, но и про инновационные инструменты для коммуникации в режиме реального времени через специализированные платформы – социальные сети. К числу их ключевых преимуществ относятся преодоление географических границ, гибкий график взаимодействия, возможность участия в тематических сообществах, а также право на анонимность и конструирование виртуальной идентичности [66].

В отличие от традиционных средств массовой информации, новые медиа, локализуемые в интернете, предлагают своим потребителям массу возможностей, в том числе – участия в создании медиаконтента. А социальные сети такие как Instagram, TikTok и Вконтакте, в свою очередь, стали мощными инструментами популяризации культуры, особенно среди молодежи.

Изначально возникнув в западном мире, интернет продолжает оставаться преимущественно носителем западной культуры: «Оказываясь во Всемирной паутине, индивид потребляет контент «другой» культуры и интегрируется в чуждую для него культурную среду. Потребляя «неродные» ценности, человек вступает в противоречие с теми ценностями и нормами, которые приняты в его обществе, что вызывает порицание в его социуме» [4, с. 83].

По этой причине ключевыми направлениями деятельности культурных молодежных медиа нашей страны должны стать развитие национального информационного пространства, продвижение традиционных ценностей, в том числе путем активного использования цифровых технологий и т. д. Эти и не только меры направлены на сохранение культурной идентичности в условиях глобализированного цифрового ландшафта [4, с. 83].

Сравним, какими методами распространения культурных ценностей на данных платформах пользуются такие белорусские СМИ, как журналы «Бярозка», «Маладосць» и газета «Знамя юности» («Чырвоная змена» не ведет собственные социальные сети). Каждое из этих средств массовой информации ориентировано на молодую аудиторию, однако их стратегии присутствия в социальных сетях различаются, что отражает как специфику платформ, так и политику самих изданий.

Так, в своем TikTok-аккаунте журнал «Бярозка» демонстрирует контент, в основном, образовательного и развлекательного характера, публикуя короткие вертикальные видео на белорусском языке. Ряд публикаций вовлекает аудиторию через интерактив, приглашая участвовать в конкурсах от редакции, комментировать, делиться мнениями насчет чего-либо и т. д. Подобная подача материала соответствует трендам данной соцсети, где важны динамичная визуальная составляющая и простота восприятия текста [Приложение Е, 6].

Проанализированные нами видеоролики позволяют заключить, что «Бярозка» активно занимается популяризацией белорусской языка и культуры, однако содержательная часть часто ограничивается поверхностным представлением ее элементов, без исторического или социального контекста. Это делает контент по большей мере развлекательным, шуточным, нежели образовательным. Например, в одном из видеороликов публикуется стихотворное произведение белорусского поэта, однако никак не комментируется автором видео или экспертом.

Кроме того, «Бярозка» часто демонстрирует в TikTok обложки печатных номеров журнала, активно занимается саморекламой. Подобный контент уместен как напоминание о существовании печатной версии, но без дополнительной информации о содержании номера или ссылки на полную версию его ценность для аудитории остается минимальной [Приложение Е, 7].

В отличие от TikTok, Instagram предоставляет больше возможностей для визуального сторителлинга и длинных текстовых публикаций. Так, в данной социальной сети обложки печатных версий журнала дополняются описанием его содержания, что, к тому же, способствует большему вовлечению аудиторию, ее интересу к изданию.

Кроме того, в аккаунте «Бярозкі» часто используется формат фотокарусели, что позволяет показать то или иное событие с разных ракурсов, проиллюстрировать содержание печатной версии журнала, а текстовые описания дополняют визуальный ряд информационной нагрузкой. Публикуются также анонсы мероприятий, фотоотчеты с них, аудитория вовлекается в диалог через опросы, конкурсы от редакции и т. д. [Приложение Е, 8].

В общем и целом, контент журнала на такой платформе, как Instagram, соответствует формату «фото+краткий текст». По словам Д. Жильцова, любой молодежный проект «должен быть краткосрочным, должен нести ясную и простую позитивную эмоцию и понятные, разделяемые аудиторией ценности. Менторская нравоучительная тональность сегодня отторгается аудиторией, ценится искренность. Никому не надо дополнительно объяснять идеи и ценности, заложенные в каждом из нас еще в школе, – литературные традиции, культуру и искусство» [2]. Однако, несмотря на его популярность, данный формат способствует упрощению культурного контента, характеризуется сложностью качественной популяризации через него культурных ценностей. Это является негативной тенденцией социальных сетей большинства современных медиа [3, с. 113].

Журнал «Маладосць» недавно начал активно вести свои социальные сети: TikTok-аккаунт был заведен всего два месяца назад, а публикаций в Instagram вовсе не имеется.

Тем не менее, можно отметить: TikTok журнала отличается более выраженной литературной направленностью по сравнению с «Бязозкай», что соответствует профилю издания. К слову, аккаунт «Маладосці» ведется полностью на белорусском языке и активно занимается рекламой печатной версии издания [Приложение Е, 9].

Аккаунт ведет редактор журнала К. Зарецкая, т.е. публикуемый контент завязан на ее личности, предпочтениях, мнениях и т. д. Содержание видеороликов, в основном, связано с TikTok-трендами [Приложение Е, 10]. Это является, по сути, удачным вариантом адаптации литературного контента под требования платформы, ведь «важным для видеоблога является личность автора, поскольку именно автор является ведущим и привлекает внимание аудитории определенными характеристиками (внешность, харизма, юмор, умение общаться и проч.)» [50, с. 21].

Однако отсутствие текстового сопровождения ограничивает аналитичность представленных публикаций. Имеющиеся в каждом видеоролике (фотоподборке) субтитры не способны предоставить достаточное количество культурной информации, особенно непосвященным в тему пользователям. Некоторые видео формально соответствуют таким жанрам, как опрос или информационная заметка, но их краткость (характерная для TikTok) также не позволяет раскрывать темы полноценно [Приложение Е, 11]. Подобные материалы могли бы выиграть от использования формата многосерийных публикаций или при условии дополнения текстовой версией в других соцсетях, которых на данный момент у «Маладосці», к сожалению, не имеется.

Таким образом, характерной особенностью TikTok-аккаунтов обоих изданий является следование «трендам», т. е. публикация видеороликов развлекательного характера на популярные на данный момент в социальной сети темы или под «вирусные» звуки и музыкальные композиции.

Однако большинство публикаций страдают от недостатка информации. Краткость, обусловленная форматом, не компенсируется ссылками на полные версии материалов или дополнительные ресурсы. Также почти отсутствует мультиплатформенность: TikTok-ролики не отсылают к Instagram или другим социальным сетям, что, в свою очередь, затрудняет миграцию аудитории. При этом оба журнала вполне успешно используют TikTok для распространения элементов национальной культуры. Например, «Бязрозка» подает культурные ценности при помощи визуальной эстетики и музыкального сопровождения.

В отличие от двух предыдущих изданий, «Знамя юности» позиционируется как газета, что само по себе предполагает более традиционный подход к публикации контента. Сообщество данного СМИ во ВКонтакте дублирует материалы печатной версии, дополняя их мультимедийными элементами, большим количеством фотоматериалов. Публикации сохраняют газетный стиль без адаптации под алгоритмы соцсетей, что снижает их эффективность. В сообществе почти отсутствуют интерактивные форматы (опросы, прямые эфиры, пользовательский контент и т. д.), что делает из него архив статей, не особо интересный аудитории.

Выводы по Главе 3:

1. В современном медиaprостранстве молодежные издания выполняют не только развлекательную, но и социально значимую функцию. Они оперативно освещают важные общественно-политические события, проводят анализ социальных проблем, выступая своеобразным мостом между поколениями.

Сегодня значительно возросла роль молодежных СМИ как трансляторов и популяризаторов традиционных ценностей, в том числе – культурных. Через тематические рубрики, различного рода проекты и интерактивные форматы газеты и журналы формируют у молодого поколения патриотизм, экологическое сознание, уважение к истории и культуре своей страны. Такие издания, как «Бязрозка» и «Знамя юности», демонстрируют, что медиа могут быть не только источником информации, но и инструментом воспитания, адаптируя серьезные темы для молодежи.

2. Инновационные методы распространения культурных ценностей в СМИ значительно расширяют возможности взаимодействия с аудиторией. Цифровые технологии не заменяют традиционные форматы, но дополняют их. Тем не менее, важно сохранять баланс между популяризацией и глубиной

контента, чтобы обеспечить не только массовость, но и осмысленное восприятие культуры.

Проанализированные нами молодежные издания нуждаются в более системном подходе в использовании инновационных методов популяризации культурных ценностей. Например, для развития социальных сетей «Знаменитости» требуется переход от копирования опубликованных в печатной версии материалов к созданию уникального контента на цифровых медиаплатформах. Редакциям «Бярозкі» и «Маладосці» следует обратить внимание на внедрение мультиплатформенности, «длинных» форматов (лонгриды, подкасты на культурные темы), использование AR-фильтров (например, для «оживления» архивных фото) и т. д.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В результате проведенного исследования мы можем сделать следующие выводы.

1. Культура играет ключевую роль в формировании ценностных ориентаций, оказывая существенное влияние на восприятие действительности и процесс социализации личности. При этом она находится в тесной взаимосвязи со средствами массовой информации, которые не просто передают культурные ценности, но и активно участвуют в их создании и трансформации. В современном медиапространстве отмечается повышенный интерес к культурной тематике. В то же время данный вид медиаконтента подвергается существенной трансформации, адаптируясь к новым цифровым платформам, включая социальные сети, что открывает дополнительные возможности для распространения культурных ценностей.

2. Специфика молодежных СМИ определяется возрастными и психологическими особенностями их целевой аудитории, что находит отражение в характерных способах подачи информации, языковых особенностях и тематическом разнообразии контента. Проведенный нами анализ белорусских молодежных изданий свидетельствует о том, что, несмотря на существующие различия в форматах и содержательных приоритетах, они стремятся адаптироваться к современным медиареалиям. Вместе с тем, актуальной остается задача дальнейшего изучения и развития молодежных СМИ Беларуси.

3. Журнал «Бярозка» стремится расширять кругозор своих читателей, внося свой вклад в развитие культурного образования молодежи. Благодаря сочетанию традиционных и инновационных подходов к подаче материалов, издание остается актуальным для современной молодежной аудитории, ориентированной на интеллектуальное и творческое развитие. Журнал «Маладосць» особое внимание уделяет продвижению современной белорусской литературы среди молодежной аудитории, при этом издание выполняет важную функцию – создает условия для творческой самореализации читателей. Значимым аспектом деятельности журнала является формирование эстетических ориентиров и актуализация вопросов сохранения национального культурного наследия.

«Знамя юности» как газетное издание демонстрирует более традиционные подходы общения с аудиторией и подготовки интересующих ее материалов. Культурно-развлекательная тематика занимает значительное место на страницах издания. Газета регулярно представляет аналитические обзоры книжных новинок, кинопремьер, музыкальных релизов и арт-

проектов, значимых культурных мероприятий: фестивалей, выставок и концертных программ. «Чырвоная змена», несмотря на свою общественно-политическую направленность, тоже выполняет важную функцию медийной платформы для самовыражения молодого поколения. «Чырвонка» через свои публикации способствует трансляции идей и инициатив молодежи, а также играет важную роль в культурном просвещении данной социальной группы.

4. Проведенный нами анализ таких белорусских изданий, как «Бярозка», «Маладосць», «Знамя юности» и «Чырвонка. Чырвоная змена», выявил устойчивую тенденцию к использованию упрощенных форматов подачи информации – подборок, обзоров, инструкций, human stories. Однако следует также отметить сопутствующую данному процессу редукцию аналитической составляющей в освещении культурной тематики, которая лишь отчасти нивелируется за счет внедрения визуальных и интерактивных элементов подачи материала.

Такой подход отражает тенденцию адаптации традиционных СМИ к изменяющимся принципам медиапотребления, особенно среди молодежной аудитории. При этом перед средствами массовой информации стоит проблема поиска оптимального баланса между доступностью изложения и глубиной анализа тем современной культурной журналистики.

5. Оптимизация взаимодействия с целевой аудиторией белорусских молодежных изданий требует более активной интеграции успешных медийных практик, характерных для новых медиа. Речь идет о внедрении инфографики, подкастинга, интерактивных тестовых форматов, а также о существенном усилении аналитического компонента публикуемого контента. Это поспособствует обеспечению устойчивого интереса молодежной аудитории к изданиям, поспособствует более активному влиянию на формирование ее ценностных установок, в том числе культурных.

Проведенное нами исследование выявило недостаточную степень использования инновационных методов распространения культурных ценностей белорусскими молодежными изданиями. Активное ведение социальных сетей, внедрение интерактивных форматов и других инструментов способно существенно повысить уровень вовлеченности читательской аудитории, качество культурно-просветительской работы изданий, что является ключевым условием эффективной коммуникации в современном медиaprостранстве.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. «Сегодня наш тираж – это 53 тысячи экземпляров». Молодежной газете «Знамя юности» – 85 лет // СТБ. – URL: <https://ctv.by/news/obshestvo/segodnya-nash-tirazh-eto-53-tysyachi-ekzempliarov-molodyozhnoj-gazete-znamya-yunosti-85-let>. – Дата публ.: 10.04.2023.
2. Актуальность, искренность и вовлечение: триада эффективного молодежного контента // Всероссийский центр изучения общественного мнения. – URL: <https://wciom.ru/expertise/aktualnost-iskrennost-i-vovlechenie-triada-ehffektivnogo-molodezhnogo-kontenta>. – Дата публ.: 31.05.2023.
3. Аникина, М. Е. Молодые и недоверчивые: современные российские читатели / М. Е. Аникина // Вестник Московского университета. Серия 10, Журналистика. – 2006. – № 1. – С. 112–119.
4. Анопкина, Е. Н. Проблема трансляции культурных ценностей в современном медиапространстве / Е. Н. Анопкина // Наследие веков. – 2019. – № 4. – С. 80–85.
5. Астанская, А. М. Интерактивность в культурном пространстве как способ привлечения аудитории / А. М. Астанская // Научная электронная библиотека «КиберЛенинка». – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/interaktivnost-v-kulturnom-prostranstve-kak-sposob-privlecheniya-auditorii> (дата обращения: 14.03.2025).
6. Бейненсон, В. А. Инфографика как форма визуализации информации в современной отечественной онлайн-журналистике / В. А. Бейненсон, Е. А. Карпухина // CORE. – URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/197424923.pdf> (дата обращения: 19.04.2025).
7. Белоцерковская, Я. С. Специфика публикаций на тему культуры в условиях развития интернет-технологий / Я. С. Белоцерковская // Уральский федеральный университет. – URL: <https://elar.urfu.ru/bitstream/10995/38080/1/iurp-2016-147-05.pdf> (дата обращения: 26.04.2025).
8. Беляева, М. А. Тематические границы журналистики в области культуры / М. А. Беляева // Журналистика XXI века: в пространстве культуры : материалы Междунар. науч.-практ. конф., 17–18 нояб. 2023 г. / отв. ред., сост. С. Г. Корконосенко. – СПб, 2023. – С. 20–27.
9. Березкин, Г. С. «Полымя» [журнал] / Г. С. Березкин // Краткая литературная энциклопедия : в 9 т. / гл. ред. А. А. Сурков. – М., 1968. – Т. 5. – С. 850.

10. Быков, Д. В. Специфика подготовки новостных телевизионных материалов на культурную тематику / Д. В. Быков // Журналистика XXI века: в пространстве культуры : материалы Междунар. науч.-практ. конф., 17–18 нояб. 2023 г. / отв. ред., сост. С. Г. Корконосенко. – СПб, 2023. – С. 304–310.
11. Вестник РУДН. Серия: СОЦИОЛОГИЯ 2021 Vol. 21 No. 3, с. 469-481 Молодежь современной Беларуси: базовые ценности, жизненные планы и поведенческие стратегии, А.Н. Данилов, Д.Г. Ротман
12. Власова, Е. А. Газета, телевизор, книга. Представители медиасообщества – о перспективах развития индустрии / Е. А. Власова // Лениздат.ру. – URL: <https://lenizdat.ru/articles/1047986/> (дата обращения: 21.04.2025).
13. Вокуев, Н. Е. Рынок культурных медиа в России: тенденции и структура / Н. Е. Вокуев // Журнал интегративных исследований культуры. – 2020. – Т. 2, № 2. – С. 90–97.
14. Ганичев, В. Н. Молодежная печать: история, теория, практика / В. Н. Ганичев. – М. : Мысль, 1976. – 286 с.
15. Гмызина, Э. В. Культурная журналистика и современные массмедиа / Э. В. Гмызина, К. Р. Алоян // XX Всероссийская научно-практическая конференция : сб. ст. : в 2 т. – Киров, 2020. – Т. 1. – С. 144–151.
16. Градюшко, А. А. Тенденции визуализации медиаконтента в интернет-СМИ Республики Беларусь / А. А. Градюшко // Визуальная коммуникация в социокультурной динамике: сборник статей II Международной научной конференции (24–25 ноября 2016 года), под ред. Н.Ф. Федотовой. – Казань: Изд-во Казан. ун-та, 2016. – С. 315–318.
17. Гримов, О. А. Социально-сетевая культура: к постановке проблемы / О. А. Гримов // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия Экономика. Социология. Менеджмент. – 2019. – Т. 9, № 1. – С. 177–182.
18. Данилов, А. Н. Молодежь современной Беларуси: базовые ценности, жизненные планы и поведенческие стратегии / А. Н. Данилов, Д. Г. Ротман // Вестник РУДН. Серия Социология. – 2021. – Т. 21, № 3. – С. 469–481.
19. Данилова, Ю. С. Политика демократического мультикультурализма во французской прессе : автореф. дис. ... канд. полит. наук : 10.01.10 / Данилова Юлия Сократовна ; С.-Петербур. гос. ун-т. – СПб., 2011. – 21 с.
20. Дзялошинский, И. М. Культура и медиа: между глобализацией и суверенизацией / И. М. Дзялошинский // Официальный сайт Дзялошинского Иосифа Михайловича. – URL: <https://dzyalosh.ru/01-05-Kultura-Media/Kultura-i-Media.pdf> (дата обращения: 20.04.2025).
21. Енбаева, А. П. Сторителлинг – тренд современной журналистики / А. П. Енбаева, И. В. Топчий // Научная электронная библиотека «КиберЛенинка». – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/storitelling-trend-sovremennoy-zhurnalistiki> (дата обращения: 21.04.2025).

22. Жарашуева, А. Э. Информационное наполнение современных молодежных СМИ / А. Э. Жарашуева, Г. В. Заярская // Электронная библиотека УрФУ. – URL: <https://elar.urfu.ru/bitstream/10995/46025/1/iproу-2016-28.pdf> (дата обращения: 21.04.2025).
23. Жилавская, И. В. Медиаобразование молодежной аудитории / И. В. Жилавская. – Томск : ТИИТ, 2009. – 322 с.
24. Журнал «Бязрозка» // ДетямПлюс. – URL: <https://child.gcbs-brest.by/bibliokompas/zhurnaly/byarozka-3> (дата обращения: 22.04.2025).
25. Журналу «Маладосць» – 70 / Национальная библиотека Беларуси. – URL: <https://nlb.by/content/news/po-stranitsam-belorusskogo-kalendarya/zhurnalu-maladosts-70> (дата обращения: 17.04.2025).
26. Захаренкова, Н. Молодежная культура в современных СМИ / Н. Захаренкова // Jumber.ru. – URL: <https://www.jumber.ru/modules/publisher/item.php?itemid=188> (дата обращения: 21.04.2025).
27. Знамя юности / Белорусский республиканский союз молодежи. – URL: <https://brsm.by/ru/znamja-junosti-ru> (дата обращения: 17.04.2025).
28. Катенева, И. Г. Мультимедийные проекты как способ презентации культурной тематики (на примере спецпроектов ТАСС) / И. Г. Катенева // Журналистика XXI века: в пространстве культуры : материалы Междунар. науч.-практ. конф., 17–18 нояб. 2023 г. / отв. ред., сост. С. Г. Корконосенко. – СПб, 2023. – С. 399–405.
29. Качкаева, А. Г. Мультимедийная журналистика : учебник для вузов / А. Г. Качкаева, С. А. Шомова, А. А. Мирошниченко [и др.] ; под общ. ред. А. Г. Качкаевой, С. А. Шомовой. – М. : Изд. дом Высшей школы экономики, 2017. – 413 с.
30. Кириллова, Н. Б. Медиакультура: от модерна к постмодерну / Н. Б. Кириллова. – М. : Академический Проект, 2006. – 448 с.
31. Кириллова, Н. Б. Медиасреда российской модернизации / Н. Б. Кириллова. – М. : Академический Проект, 2005. – 400 с.
32. Клушина, Н. И. Медиатизация современной культуры и русский национальный стиль / Н. И. Клушина // Русская речь. – 2014. – № 1. – С. 66–73.
33. Кобозева, А. С. Трансформация формата литературных рецензий в сетевых изданиях / А. С. Кобозева, Т. Е. Сорокина // Журналистика XXI века: в пространстве культуры : материалы Междунар. науч.-практ. конф., 17–18 нояб. 2023 г. / отв. ред., сост. С. Г. Корконосенко. – СПб, 2023. – С. 412–417.
34. Кодекс Республики Беларусь о культуре : 20 июля 2016 г. № 413-3 : принят Палатой представителей 24 июня 2016 г. : одобр. Советом Республики 30 июля 2016 г. : с изм. и доп. от 21 июля 2022 г. № 201-3 // Национальный

- правовой Интернет-портал Республики Беларусь. – URL: <https://pravo.by/document/?guid=3871&p0=Hk1600413> (дата обращения: 26.04.2025).
35. Корконосенко, С. Г. Основы журналистики : учебник для студентов высших учебных заведений, обучающихся по направлению и специальности «Журналистика» / С. Г. Корконосенко. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : Аспект Пресс, 2009. – 316 с.
36. Котенев, А. А. Новые медиа / А. А. Котенев // Большая российская энциклопедия. – URL: <https://bigenc.ru/c/novye-media-eb906a/?v=7922460> (дата обращения: 21.04.2025).
37. Крам, Р. Инфографика. Визуальное представление данных / Р. Крам. – СПб. : Питер, 2015. – 384 с.
38. Крюкова, Н. А. Медиакультура и ее роль в современном информационном обществе / Н. А. Крюкова // Омский научный вестник. – 2013. – № 5. – С. 226–228.
39. Культурология : учеб. пособие / сост. и отв. ред. А. А. Радугин. – М. : Центр, 2001. – 304 с.
40. Купер, И. Р. Гипертекст как способ коммуникации / И. Р. Купер // Научная электронная библиотека «КиберЛенинка». – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/gipertekst-kak-sposobkommunikatsii/viewer> (дата обращения: 13.03.2025).
41. Кушнаревич, Е. В. Подкаст как новый тип культурной практики / Е. В. Кушнаревич // Журналистика XXI века: в пространстве культуры : материалы Междунар. науч.-практ. конф., 17–18 нояб. 2023 г. / отв. ред., сост. С. Г. Корконосенко. – СПб, 2023. – С. 219–224.
42. Лазутина, Г. В. Жанры журналистского творчества : учеб. пособие для студентов вузов / Г. В. Лазутина, С. С. Распопова. – М. : Аспект Пресс, 2012. – 320 с.
43. Лебедева, М. Л. Культурная проблематика в региональных СМИ / М. Л. Лебедева // Электронная библиотека БГУ. – URL: <https://elib.bsu.by/bitstream/123456789/266639/1/144-147.pdf> (дата обращения: 21.04.2025).
44. Лебедева, М. Л. Репрезентация культурной проблематики в СМИ иностранным студентам профилизации «Новые медиа» / М. Л. Лебедева // Журналистыка – 2024: стан, праблемы і перспектывы : матэрыялы 26-й Міжнар. навук.-практ. канф., прысвеч. 80-годдзю фак. журналістыкі Беларус. дзярж. ун-та, Мінск, 14–15 лістап. 2024 г. / Беларус. дзярж. ун-т ; рэдкал.: Бяляеў (гал. рэд.) [і інш.]. – Мінск : БДУ, 2024. – С. 70–72.
45. Леонтьев, А. Н. Деятельность. Сознание Личность / А. Н. Леонтьев. – М. : Политиздат, 1975. – 278 с.

46. Лозовский, Б. Н. Журналистское воздействие на молодежь : учеб. пособие / Б. Н. Лозовский. – Свердловск : Изд-во УрГУ, 1986. – 88 с.
47. Лотман, Ю. М. Об искусстве / Ю. М. Лотман. – СПб. : Искусство, 1998. – 702 с.
48. Мамутова, Н. А. Понятие культурной и культурно-просветительской журналистики / Н. А. Мамутова // НоваУм. – URL: <http://novaum.ru/public/p2540> (дата обращения: 20.04.2025).
49. Молодежная культура и СМИ / Моск. ин-т соц.-культ. программ, МГУ им. М. В. Ломоносова ; науч. ред. В. К. Сергеев. – М. : Серебряные нити, 2006. – 200 с.
50. Морозова, А. А. Видеоблоги для молодежной аудитории: социологический портрет зрителя // А. А. Морозова // Челябинский гуманитарий. Серия Филологические науки. – 2018. – № 4. – С. 20–26.
51. Найден, М. А. Культурно-просветительское телевидение как синтез искусства и журналистики / М. А. Найден // Вестник Московского университета. Серия 10, Журналистика. – 2008. – № 4. – С. 115–119.
52. Нестерова, Н. Г. Современный радиодискурс (коммуникативно-прагматический аспект) / Н. Г. Нестерова. – Томск : Изд-во Том. ун-та, 2015. – 321 с.
53. Николаева, И. А. Аудиоподкаст онлайн-журнала «Искусство»: структурная и тематическая специфика / И. А. Николаева, В. А. Егошкина // Журналистика XXI века: в пространстве культуры : материалы Междунар. науч.-практ. конф., 17–18 нояб. 2023 г. / отв. ред., сост. С. Г. Корконосенко. – СПб, 2023. – С. 439–444.
54. Павленко, Т. С. Понятие «контент»: типология, виды и технология получения дидактического контента в образовательном процессе / Т. С. Павленко // Известия Волгоградского государственного педагогического университета. – 2017. – № 10. – С. 31–35.
55. Платонов, А. А. Медиакультура / А. А. Платонов // Большая российская энциклопедия. – URL: <https://bigenc.ru/c/mediakul-tura-fb777d/?v=7278988> (дата обращения: 20.04.2025).
56. Работа с молодежью в информационном пространстве // Интернет-портал «Молодежь Минщины». – URL: <https://brsmok.by/napravleniya-deyatelnosti/smi.html> (дата обращения: 21.04.2025).
57. Рябов, О. От постмодернизма к хакенкройцу / О. Рябов // Журнальный мир. – URL: <https://журнальныймир.рф/content/ot-postmodernizma-k-hakenkroycu> (дата обращения: 21.04.2025).
58. Саенкова-Мельницкая, Л. П. Белорусский специализированный журнал об искусстве как культурный феномен / Л. П. Саенкова-Мельницкая // Журналистика XXI века: в пространстве культуры : материалы Междунар.

- науч.-практ. конф., 17–18 нояб. 2023 г. / отв. ред., сост. С. Г. Корконосенко. – СПб, 2023. – С. 112–118.
59. Седельникова, О. В. К определению типа дискурсивной организации русской журнальной периодики середины XIX в. / О. В. Седельникова // Научная электронная библиотека «КиберЛенинка». – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/k-opredeleniyu-tipa-diskursivnoy-organizatsii-russkoj-zhurnalnoj-periodiki-serediny-xix-v> (дата обращения: 20.04.2025).
60. Сергеева, Т. С. Арт-журналистика и современная российская культура: ценностно-смысловые доминанты и проблема сохранения человека / Т. С. Сергеева // Научная электронная библиотека «КиберЛенинка». – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/art-zhurnalistika-i-sovremennaya-rossiyskaya-kultura-tsennostno-smyslovyie-dominanty-i-problema-sohraneniya-cheloveka> (дата обращения: 20.04.2025).
61. Ситникова, Е. В. Иллюстрация как визуальный компонент контента детских изданий / Е. В. Ситникова // Научная электронная библиотека «КиберЛенинка». – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/illyustratsiya-kak-vizualnyy-komponent-kontenta-detskih-izdaniy> (дата обращения: 20.04.2025).
62. Смелзер, Н. Социология / Н. Смелзер ; пер. с англ. – М. : Феникс, 1998. – 688 с.
63. Соболева, О. В. К проблеме определения понятия «гипертекстуальность» / О. В. Соболева // Вестник Челябинского государственного университета. – 2014. – № 7. – С. 72–75.
64. Соповешчание с руководителями ведуших государственных СМИ // Официальный интернет-портал Президента Республики Беларусь. – URL: <https://president.gov.by/ru/events/soveschaniye-s-rukovoditeljami-veduschix-gosudarstvennykh-smi-23018>. – Дата публ.: 11.02.2020.
65. Современная молодежь: ценности и жизненные приоритеты // Институт социологии НАН Беларуси. – URL: <https://socio.bisr.by/sovremennaja-molodezh-cennosti-i-zhiznennye-prioritety> (дата обращения: 21.04.2025).
66. Социальные сети: польза и вред // Приволжский государственный университет путей сообщения. – URL: <https://www.samgups.ru/education/studentam/stranichka-psikhologa/sotsialnye-seti-polza-i-vred/> (дата обращения: 26.04.2025).
67. Старавойтова, Д. М. Молодежные СМИ в современном медиапространстве Беларуси / Д. М. Старавойтова // Журналистыка-2019: стан, праблемы і перспектывы : матэрыялы 21-й Міжнар. навук.-практ. канф., Мінск, 14–15 ліст. 2019 г. / рэдкал.: В. М. Самусевіч (адк. рэд.) [і інш.]. – Мінск : БДУ, 2019. – С. 79–82.
68. Стежко, Н. Г. Авторская программа как элемент брендинга культурно-просветительского канала // Н. Г. Стежко // Журналистика XXI века: в

- пространстве культуры : материалы Междунар. науч.-практ. конф., 17–18 нояб. 2023 г. / отв. ред., сост. С. Г. Корконосенко. – СПб, 2023. – С. 476–481.
69. Тертычный, А. А. Жанры периодической печати / А. А. Тертычный. – М. : Аспект Пресс, 2000. – 310 с.
70. Тоффлер, Э. Шок будущего / Э. Тоффлер. – М. : АСТ, 2004. – 557 с.
71. Тюпа, В. И. Дискурсные формации: Очерки по компаративной риторике / В. И. Тюпа. – М. : ЮРАЙТ, 2010. – 320 с.
72. Ученова, В. В. Гносеологические проблемы публицистики / В. В. Ученова. – М. : Моск. гос. ун-т, 1971. – 147 с.
73. Цветова, Н. С. Искусство в массмедиа : учеб. пособие / Н. С. Цветова. – СПб. : Изд-во ВВМ, 2019. – 91 с.
74. Цвик, В. Л. Телевизионная служба новостей : учеб. пособие / В. Л. Цвик. – М. : Юнити-Дана, 2017. – 319 с.
75. Чырвонка. Чырвоная змена / Белорусский республиканский союз молодежи. – URL: <https://brsm.by/printv/ru/chyrvonka-chyrvonaja-zmena-ru> (дата обращения: 17.04.2025).
76. Шитова, Е. А. Репрезентация темы цифрового искусства в современной российской арт-журналистике / Е. А. Шитова // Журналистика XXI века: в пространстве культуры : материалы Междунар. науч.-практ. конф., 17–18 нояб. 2023 г. / отв. ред., сост. С. Г. Корконосенко. – СПб, 2023. – С. 158–164.
77. Шлапакова, Д. Журнал «Бярозка» отмечает 95-летие / Д. Шлапакова // Звезда. – URL: <https://zviazda.by/be/node/176588>. – Дата публ.: 23.12.2019.

ПРИЛОЖЕНИЯ

ПРИЛОЖЕНИЕ А

Журнал «Бярозка»

1. Белая, Г. Пра беларусаў, якія ўмеюць ствараць / Г. Белая // Бярозка. – 2024. – № 12. – С. 25–27.
2. Гудкова, М. «Патрыёт», «Аператыўнік», «Юны крыміналіст» / М. Гудкова // Бярозка. – 2023. – № 9. – С. 10–12.
3. Дваранская, П. Шукаем нарцысаў у беларускай літаратуры / П. Дваранская // Бярозка. – 2024. – № 7. – С. 8–11.
4. Каралева, Я. Гістарычны экскурс з нагоды Дня Незалежнасці / Я. Каралева // Бярозка. – 2024. – № 7. – С. 20–22.
5. Корань, К. SMM-майстэрства: як ператварыць падабайкі ў кар’еру / К. Корань // Бярозка. – 2025. – № 1. – С. 2–4.
6. Корань, К. Якім сёння модна быць? Зімовыя трэнды-2025 / К. Корань // Бярозка. – 2024. – № 12. – С. 13–14.
7. Крылова, А. 5 тэхнік тайм-менеджменту для эфектыўнага кіравання часам / А. Крылова // Бярозка. – 2023. – № 9. – С. 15–16.
8. Марафон адзінства: беларускае аб’яднанне // Бярозка. – 2025. – № 1. – С. 10–11.
9. Маршрут праз паэтычнае сэрца // Бярозка. – 2025. – № 1. – С. 7–9.
10. Масленчанка, К. Бялыніцкія цуды і зімы / К. Масленчанка // Бярозка. – 2024. – № 12. – С. 18–21.
11. Масленчанка, К. На падмостках Нясвіжскага тэатра / К. Масленчанка // Бярозка. – 2025. – № 1. – С. 13–15.
12. Мурза, М. Беларускі Колас на кітайскай мове / М. Мурза // Бярозка. – 2024. – № 12. – С. 10.
13. Мурза, М. Гісторыя з’яўлення беларускага Новага года / М. Мурза // Бярозка. – 2024. – № 12. – С. 15–17.
14. Мурза, М. Тут лёгка згубіцца, але яно таго варта / М. Мурза // Бярозка. – 2025. – № 1. – С. 22–24.
15. Новы аўтар – Арсеній Грода // Бярозка. – 2024. – № 12. – С. 11–12.
16. Святоха, М. Беларускі святочны каляндар / М. Святоха // Бярозка. – 2024. – № 12. – С. 22–24.
17. Сіротка, Н. Чорна-белае кіно. Новы кантэкст / Н. Сіротка // Бярозка. – 2024. – № 7. – С. 14–17.
18. Туронак, С. Злыдні: духі-нягоднікі ў беларускім фальклоры / С. Туронак // Бярозка. – 2025. – № 1. – С. 25–27.

19. Чабарок, А. Вожык Дзям'ян / А. Чабарок // Бярозка. – 2024. – № 7. – С. 34–35.
20. Шух, А. Лепшыя відэагульні з зімовай атмасферай / А. Шух, С. Старычонок // Бярозка. – 2025. – № 1. – С. 18–21.

Газета «Знамя юности»

1. Арефьева, Н. Психолог рассказала, действительно ли все проблемы берут свое начало в детстве / Н. Арефьева // SB.BY. – URL: <https://www.sb.by/articles/vse-li-problemy-iz-detstva.html>. – Дата публ.: 13.02.2025.
2. Арефьева, Н. Тревога как предчувствие опасности / Н. Арефьева // SB.BY. – URL: <https://www.sb.by/articles/trevoga-kak-predchuvstvie-opasnosti.html> – Дата публ.: 06.02.2025.
3. Боярчук, Д. Форпост нашей памяти / Д. Боярчук // SB.BY. – URL: <https://www.sb.by/articles/forpost-nashey-pamyati-poselok-pobeda.html>. – Дата публ.: 10.04.2025.
4. Гардевич, П. «Про чистоту что-то нужно еще озвучивать?» – обзор самых завирусившихся видео из соцсетей / П. Гардевич // SB.BY. – URL: <https://www.sb.by/articles/pochemu-vse-khotyat-byt-pylesosom.html>. – Дата публ.: 20.02.2025.
5. Гардевич, П. Не стесняйтесь плакать / П. Гардевич // SB.BY. – URL: <https://www.sb.by/articles/ne-stesnyaytes-plakat.html>. – Дата публ.: 17.04.2025.
6. Гардевич, П. Сигма бой, мальчик молодой / П. Гардевич // SB.BY. – URL: <https://www.sb.by/articles/sigma-boy-malchik-molodoy.html>. – Дата публ.: 17.04.2025.
7. Держанович, В. Время блистать / В. Держанович // SB.BY. – URL: <https://www.sb.by/articles/vremya-blistat.html>. – Дата публ.: 17.04.2025.
8. Кисляк, О. Улица. Город. Квест / О. Кисляк // SB.BY. – URL: <https://www.sb.by/articles/ulitsa-gorod-kvest.html>. – Дата публ.: 27.03.2025.
9. Крупенькова, В. Игры с последствиями / В. Крупенькова // SB.BY. – URL: <https://www.sb.by/articles/igry-s-posledstviyami.html>. – Дата публ.: 17.04.2025.
10. Крупенькова, В. Новее некуда / В. Крупенькова, В. Держанович // SB.BY. – URL: <https://www.sb.by/articles/novее-nekuda.html>. – Дата публ.: 27.03.2025.
11. Менделева, И. Уверенное завтра / И. Менделева // SB.BY. – URL: <https://www.sb.by/articles/uverennoe-zavtra.html>. – Дата публ.: 03.04.2025.
12. Седунова, Т. С желанием удивить мир. Составили топ спектаклей, показанных на театральном форуме «М.@rt.контакт» / Т. Седунова // SB.BY. – URL: <https://www.sb.by/articles/s-zhelaniem-udivit-mir-sostavili-top>

spektakley-pokazannykh-na-teatralnom-forume-m-rt-kontakt.html. – Дата публ.: 27.03.2025.

13. Шестакевич, Д. Мы знаем, что почитать, послушать, посмотреть. Ловите обзор книжных новинок, музыкальных клипов и фильмов / Д. Шестакевич // SB.BY. – URL: <https://www.sb.by/articles/my-znaem-chno-pochitat-poslushat-posmotret-lovite-obzor-knizhnykh-novinok-muzykalnykh-klipov-i-filmo-31-03-22.html>. – Дата публ.: 31.03.2022.

Журнал «Маладосць»

1. Глобус, А. Шэкспір / А. Глобус // Маладосць. – 2025. – № 1. – С. 68–71.
2. Дубоўскі, В. Groшык ісціны. Бяцэннасць слова й пачуцця / В. Дубоўскі // Маладосць. – 2025. – № 2. – С. 75–83.
3. Жаўняровіч, П. Здарэнне з класікай. Апавяданне-даследаванне аб жаху / П. Жаўняровіч // Маладосць. – 2025. – № 3. – С. 91–102.
4. Іофе, Э. А драматургу было толькі дзевятнаццаць...: Да 120-годдзя заслужанага артыста Беларусі Яўгена Рамановіча / Э. Іофе // Маладосць. – 2025. – № 2. – С. 84–88.
5. Карэнда, І. Свеціш людзям – сам згараеш... / І. Карэнда // Маладосць. – 2025. – № 2. – С. 49–51.
6. Латышкевіч, М. Ваўкалакі / М. Латышкевіч // Маладосць. – 2025. – № 1. – С. 3–33.
7. Малішэўская-Спрынчан, А. Міхась Стральцоў, альбо Рэфлексіі-разгадкі / А. Малішэўская-Спрынчан // Маладосць. – 2025. – № 2. – С. 105–108.
8. Пальчэўскі, А. Бачыць мора ў кроплі вады / А. Пальчэўскі // Маладосць. – 2025. – № 1. – С. 90–94.
9. Пранікава, А. Два апавяданні / А. Пранікава // Маладосць. – 2025. – № 2. – С. 3–8.
10. Рублеўская, Л. Воз дзясятка назбіраў гною для расады / Л. Рублеўская // Маладосць. – 2025. – № 1. – С. 72–77.
11. Рублеўская, Л. Сонца хутарскіх яблыкаў / Л. Рублеўская // Маладосць. – 2025. – № 3. – С. 82–90.
12. Сідарэйка, А. Юбілей гумару і карыкатуры / А. Сідарэйка // Маладосць. – 2025. – № 1. – С. 110–111.

Приложение «Чырвонка. Чырвоная змена»

1. Ангельская, С. Які фільм заняў першае месца па выніках конкурсу «Еўразія.DOC: 4 хвіліны»? / С. Ангельская. // Звязда. – URL: <https://zviazda.by/be/news/20241009/1728481393-yaki-film-zanyau-pershae-mesca-pa-vynikah-konkursu-eurazyadoc-4-hviliny>. – Дата публ.: 09.10.2024.
2. Валасач, Я. «Самае галоўнае – не спыняцца і рухацца далей» / Я. Валасач // Звязда. – 2025. – 6 сак. – С. 9.
3. Валасач, Я. Студатрад «Спадчына» ўдзельнічаў у рэстаўрацыі збудаванняў Брэсцкай крэпасці / Я. Валасач // Звязда. – URL: <https://zviazda.by/be/news/20250219/1739971747-studatrad-spadchyna-udzelnichae-u-restauracyi-zbudavannyau-bresckay>. – Дата публ.: 19.02.2025.
4. Голад, Л. Час магчымасцяў для новых зорак / Л. Голад // Звязда. – 2025. – 6 сак. – С. 7.
5. Голад, Л. Як зрабіць з вёскі музей пад адкрытым небам? / Л. Голад // Звязда. – URL: <https://zviazda.by/be/news/20250219/1739973011-yak-zrabic-z-vyoski-muzeu-pad-adkryтым-nebam>. – Дата публ.: 19.02.2025.
6. Драпко, А. Сумесная выстаўка БДУКМ і Тамбоўскага дзяржаўнага ўніверсітэта праходзіць у Мінску / А. Драпко // Звязда. – URL: <https://zviazda.by/be/news/20250219/1739966256-sumesnaya-vystauka-bdukм-i-tambouskaga-dzyarzhаunaga-universiteta-prahodzic>. – Дата публ.: 19.02.2025.
7. Зуева, Н. Радміла Рыбакова: «Важна заставацца чалавекам» / Н. Зуева // Звязда. – URL: <https://zviazda.by/be/news/20240911/1726055650-vazhna-zastavacca-chalavekam>. – Дата публ.: 15.09.2024.
8. Назарава, А. Акадэмія МУС: як рыхтуюць высокакваліфікаваных спецыялістаў / А. Назарава // Звязда. – URL: <https://zviazda.by/be/news/20250326/1743005331-akademiya-mus-yak-ryhtuуuc-vysokakvalifikavanyh-specууalіstau>. – Дата публ.: 26.03.2025.
9. Назарава, А. Моладзь прапануе ва ўсе карысныя праекты / А. Назарава // Звязда. – URL: <https://zviazda.by/news/moladz-prapano-vae-karysnyуa-praekty/>. – Дата публ.: 05.03.2025.
10. Назарава, А. Якія мерапрыемствы напярэдадні Дня Перамогі пройдуць у Беларусі? / А. Назарава // Звязда. – URL: <https://zviazda.by/be/news/20250219/1739975711-yakiya-merapryemstvy-naryaredadni-dnya-peramogi-proyduc-u-belarusi>. – Дата публ.: 19.02.2025.

11. Суткаленка, В. Бачыць вынік сваёй працы / В. Суткаленка // Звязда. – 2025. – 6 сак. – С. 8.
12. Суткаленка, В. Чым можна зацікавіць наведвальнікаў бібліятэкі? / В. Суткаленка // Звязда. – URL: <https://zviazda.by/be/news/20250305/1741187121-chym-mozhna-zacikavic-navedvalnikau-bibliyateki>. – Дата публ: 05.03.2025.

Российские медиа

1. Агеев, Е. Японские кошки: нэко и их место в фольклоре / Е. Агеев // Lingva. – URL: <http://lingva.ffl.msu.ru/2024/05/японские-кошки-нэко-и-их-место-в-фолькл/> (дата обращения: 17.04.2025).
2. Бирюкова, Н. «Похороны в Орнане»: кто все эти люди / Н. Бирюкова, К. Головастик // Arzamas. – URL: <https://arzamas.academy/materials/244> (дата обращения: 17.04.2025).
3. От Делакруа до «Родины-матери» // Arzamas. – URL: <https://arzamas.academy/materials/279> (дата обращения: 17.04.2025).
4. Хохлова, Е. 7 признаков того, что перед вами корейское классическое искусство / Е. Хохлова // Arzamas. – URL: <https://arzamas.academy/mag/1329-choson>. – Дата публ.: 21.03.2025.
5. Ятковская, К. Кто вы из сериала «Разделение»? / К. Ятковская // Кинопоиск. – URL: <https://www.kinopoisk.ru/media/game/4010817/#comments>. – Дата публ.: 11.03.2025.

1.



Няўтульна і нека самотна,
Бо зараз я тут без цябе.
Халодна... і быццам турботна.
У нейкай сляпой барацьбе.

Сяджу паміж долам і небам.
Гляджу — пабапал бетон.
Не лезе кавалачак хлеба...
Кудысьці прапаў з ложка сон.

Злячу да цябе белай птушчай...
Бо я без цябе ёсць не я.
Хай наша жыццё — кінастужка,
Паўзе быццам тая змяя...

Аддам, безумоўна, я цалкам
Табе да драбінкі сябе.
Чакаю, каханая, ранка,
Бо стрэну з ім вочы твае.

2.

СОВЕТЫ РОДИТЕЛЯМ

Как мы выяснили ранее, в мире нет ничего идеального. Все люди совершают ошибки. Это нормально. Но некоторые рекомендации помогут ребенку чувствовать себя комфортно в домашней среде, а родителям лучше узнать собственных чад.

1 Ребенок имеет право на свои желания. Если он хочет петь или танцевать, не стоит тащить его на бокс, думая, что так для него будет лучше. Дайте ему право найти занятие по душе и реализоваться.

2 Учитесь выдерживать его эмоции. Это не значит, что допустимо вести себя вне рамок норм морали. Это лишь даст возможность проживать разные состояния, благодаря чему он сможет научиться определять, что и в какой момент он чувствует.

3 Общайтесь с ребенком. Если ребенок подошел к вам, чтобы рассказать что-то, отложите дела и выслушайте его. Возможно, если этого не сделать, он больше не поделится.

4 Проводите время совместно, изучайте то, что нравится ребенку, делитесь тем, что любите вы. Спрашивайте о его желаниях, планируйте отдых или развлечения, считаясь с мнением ребенка.

3.

Рецензии кинокритиков >

 <p>Алиса Алейникова Новый взгляд</p> <p>Если вы не сторонитесь долгих космических путешествий, покрытых льдом планет и глубоких размышлений, вам может очень понравиться эта кинолента.</p>	 <p>Евгений Пекло Мир фантастики</p> <p>Эмоциональное воздействие фильма получилось неожиданно сильным — роль персонажей ощущаешь буквально физически. Макконали играет бесподобно, но и другие персонажи на...</p>	 <p>Константин Игнатуш... Новый взгляд</p> <p>Возможно, если бы фильм заканчивался раньше минут на двадцать и не пытался ответить на все вопросы, то было бы чуть гармоничнее, хотя в целом это вряд ли бы спасло картину. К минусам можно...</p>
--	---	---

4.

Рецензии зрителей >

+ Написать рецензию

 <p>artaped</p> <p>10 ноября 2014 в 18:34</p>	<p>1275 Всего</p> <p>918 72% Положительные</p> <p>186 14,59% Отрицательные</p> <p>171 13,41% Нейтральные</p>
<p>Черная дыра, как решение всех сюжетных проблем</p> <p>Творческую свободу в кино нужно ограничивать. И этот трехчасовой псевдонаучный фильм-космоопера наглядный тому пример. Нолан почувствовал себя человеком, над которым никто не стоит и что его вседозволенность способна создать новую веху в жанре научной фантастики. К сожалению, последнего не произошло, а скорее наоборот. Фишкой почти всех фильмов Кристофера было усложнение простых вещей. У него есть действительно сильные фильмы, такие как</p>	

5.



Падрабязнасці па спасылцы

Рэдакцыя часопіса «Бярозка», фота з інтэрнэт-крыніц

Гарады правядзення акцыі «Марафон адзінства»

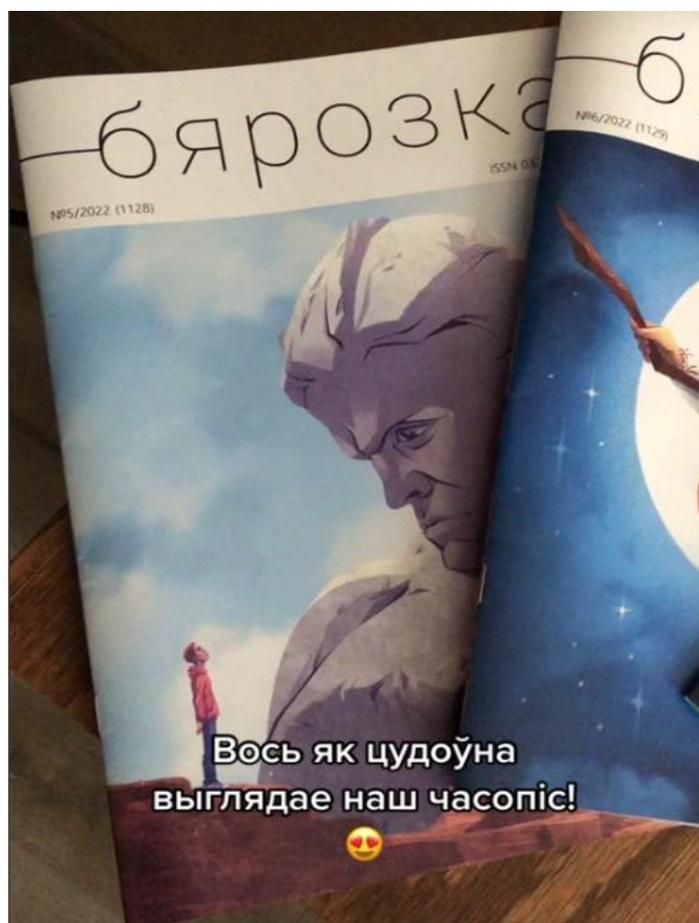
■ Гарады Беларусі, у якіх праходзіла акцыя



6.



7.



8.



[bjarozka.mag](#) • [Подпісацца](#)

[bjarozka.mag](#) 14 сакавіка ў Дзяржаўным музеі гісторыі беларускай літаратуры адкрылася часовая літаратурна-мастацкая фотавыстава "Адвечная павязь пакаленняў".

На ёй можна пабачыць партрэтныя і падзейныя фотаздымкі. Ад літаратараў малодшага пакалення да тых, хто пачаў пісаць яшчэ ў XX стагоддзі.

Некаторыя імёны гучалі і на старонках часопіса "Бярозка", а з некаторымі рэдакцыя дагэтуль сябрае і супрацоўнічае: Ілля Шынкарэнка, Паліна Дваранская, Арсеній Грода, Кацярына Хадасевіч-Лісавая, Уладзімір Мазго, Алесь Бадак, Людміла Рублеўская, Віктар Шніп і іншыя.

Аўтар мастацкіх фотаздымкаў – беларускі паэт Рагнед Малахоўскі.

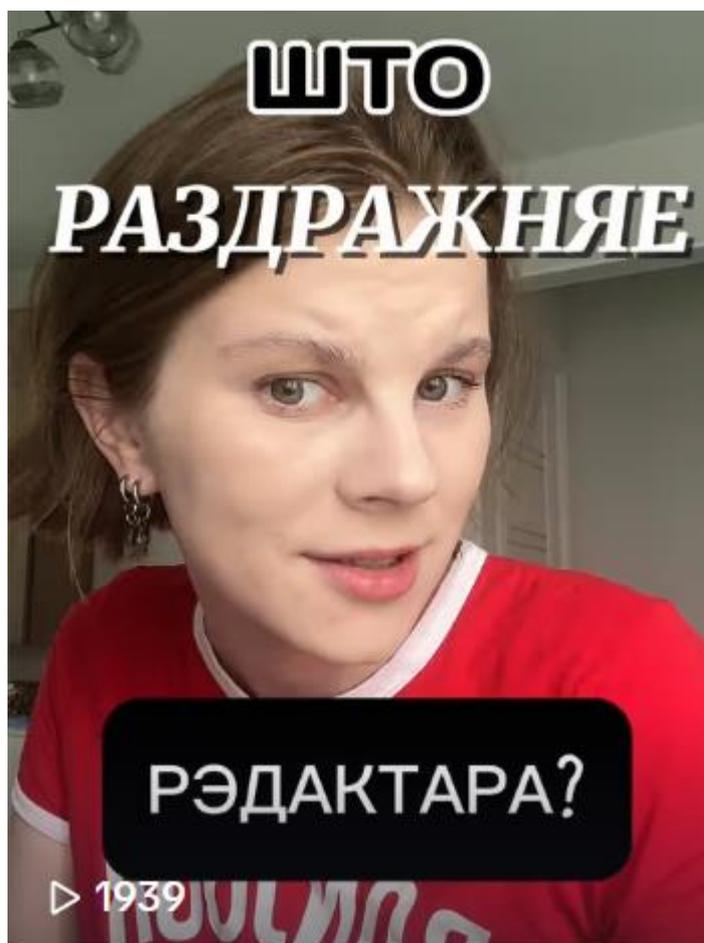
"Гэтыя людзі натхняюць. У іх хацелася і хочацца вучыцца. Не толькі ў літаратурным накірунку, але і ў павазе да свайго народа любові да Радзімы."

Рагнед займаецца фотамастацтвам прыкладна 20 год і яшчэ на самым пачатку з'явілася думка стварэння выставы.

9.



10.



11.

