

С.А.Базикян

МЕДИА О КУЛЬТУРЕ В СОВРЕМЕННОМ ИНФОРМАЦИОННОМ ПРОСТРАНСТВЕ: ТЕМЫ, ЖАНРЫ, ПРИНЦИПЫ ОТБОРА ФАКТОВ (НА ПРИМЕРЕ ПОРТАЛА «КУЛЬТУРА.РФ»)

Анализируется просветительский потенциал портала «Культура.РФ». Изучаются тематическое разнообразие, жанровая специфика, способы взаимодействия с аудиторией, выявляются достоинства и недостатки концепции проекта. Представлены результаты анализа контента публикаций за период с мая по август 2021 года. Исследование показало, что проект в полной мере выполняет заявленную им культуртрегерскую функцию, не ограничиваясь простым информированием, а делая акцент на вовлечении аудитории в отечественный культурный процесс посредством новейших мультимедийных инструментов, чем качественно отличается от подобных ему государственных специализированных ресурсов.

Ключевые слова: медиа, культура, просветительство, искусство, культуртрегерство

В общественно-культурной мысли постулируется мысль о том, что современный человек выступает в двух ипостасях: как «продукт культуры» и как ее активный интерпретатор [1]. Средства массовой коммуникации являют собой образец подобного синтеза: они способствуют динамике культуры и одновременно являются ее «продуктом», задают, порождают, трансформируют культурные ценности, нормы, стереотипы, тем самым являясь двигателем социокультурной динамики.

Социологическая концепция о современной эпохе как эпохе информационной не теряет своей актуальности. Темпы технологических изменений ускоряются, что в свою очередь сказывается на социокультурной динамике, поэтому возрастает интерес ученых разных стран к изучению перспектив дальнейшего развития культуры и места человека в ней. В контексте прикладной культурологии возникает новая дисциплина — *Mediastudies* — медиа в культурологическом измерении. Дисциплина направлена на изучение «эффектов» медиа, влияния медиатехнологий на человека и общество, на медиарефлексию. Объектом изучения здесь выступает медиакультура как средство комплексного освоения человеком окружающего мира в его социальных, нравственных, психологических, художественных, интеллектуальных аспектах [2]. *Mediastudies* активно изучаются в иностранной гуманитарной науке, в частности, в Университете профессиональных исследований, в Университете Южной Африки (Т.Д.Аджин-Тетте, В.Мбата) [3], индийскими медиаисследователями (Khattri) [4], в нашей же стране они только начинают развиваться и представлены в работах культуролога Н.Б.Кирилловой [5], философа Н.Б.Афанасова [6]. Прикладная культурология в целом связана с исследованием процессов, происходящих с человеком в мире медиатехнологий. Культуртрегерская, популярная функция медиа — этот вопрос в отечественной прикладной культурологии комплексно не рассматривался, Л.П.Марьина, кандидат социологических наук, доцент кафедры теории журналистики и массовых коммуникаций СПбГУ выделяет как самостоятельное научное направление культурологию журналистики, объектами которой, по мнению ученой, как раз и являются «СМИ как средство формирования культурных ценностей современного общества; коммуникативные технологии в СМИ и т.д.» [7, с. 5].

Возрастающая диджитализация, непрекращающийся технологический прогресс, глобализация обнажили новые философские и культурологические проблемы: духовная культура оказывается на втором плане, низводится до уровня средства для развлечения — медиа играют в этих процессах ключевую роль. Поэтому представляется весьма злободневным анализ современных медийных проектов, посвященных культурной проблематике: необходимо понять, какие темы, информационные поводы здесь преобладают, а какие замалчиваются, исследовать специфику обратной связи с читательской аудиторией, рассмотреть культуртрегерский потенциал подобного контента. Для анализа взят отечественный просветительский гуманитарный проект «Культура.РФ», посвященный культуре России, «об интересных и значимых событиях и людях в истории литературы, архитектуры, музыки, кино, театра, а также о народных традициях и памятниках нашей природы в формате просветительских статей, заметок, интервью, тестов, новостей и в любых современных интернет-форматах» (Культура.РФ. URL: <https://www.culture.ru/>). Проанализированные материалы охватывают период за три месяца: с 12 мая по 12 августа.

Один из самых объемных разделов портала — «Новости культуры». Здесь представлены анонсы самых значимых культурных событий Москвы и российских регионов (выставки, фестивали, спектакли), кроме того здесь сделан акцент на грантовых программах, конкурсах, играх для молодежи (Национальная литературная премия, конкурс на разработку концепции летнего кинотеатра *GarageScreen*, грантовая программа от музея «Гараж», национальный киноконкурс *Beat Film Festival*, программа «Ноты и квоты») участие в которых так или иначе поможет начинающим деятелям культуры (архитекторам, художникам, дизайнерам, поэтам и т.д.) влиться в мир современного искусства и популяризировать себя в нем. География материалов раздела весьма широка: арт-события от Крыма до Сибири, но преобладают все же новости Москвы: из 96 публикаций лишь 20 посвящены новостям других городов (Екатеринбурга, Нижнего Новгорода, Саратова, Ханты-Мансийска), при

чем северо-запад здесь представлен исключительно Санкт-Петербургом. Подобная заикленность на «столицах» снижает популяризаторский потенциал проекта — аудитория недополучает информацию о культурных событиях не только своих регионов, но и страны в целом.

Если определить культуру как целостную систему, состоящую из произведений искусства (архитектура, изобразительное искусство, кино, музыка, театр, хореография, фотография, литература, декоративно-прикладное искусство) и объектов культурного наследия как в материальной, так и в нематериальной (язык, устные традиции, религиозные обряды, этнические обычаи и празднества) формах» [8, с. 27], то в целом, портал в полной мере отражает культурную повестку России — разнообразие тем можно выявить из названия разделов: Кино, Музеи, Музыка, Театр, Литература, Архитектура, Образование, Традиции.

Жанровая палитра также весьма разнообразна, здесь представлены как традиционные журналистские жанры (рецензии, биографии деятелей искусства, интервью, статьи, тематические подборки), так и ультрасовременные трендовые медиа-форматы, направленные на привлечение молодежной аудитории (подкасты, видеотрансляции, аудиогиды по российским городам и музеям, онлайн-лекции).

Специфику коллаборации традиций и новаций на портале ярче всего отражает раздел Спецпроекты. Здесь собраны онлайн-трансляции знаковых культурных событий страны — количество площадок, подключившихся к проекту, с каждым годом увеличивается и в 2020 году их стало более 600 (в 2017 было около 30) («Культурный стриминг». Культура. РФ. URL: <https://www.culture.ru/s/kulturnyj-striming/>). В разделе ежедневно транслируются концерты и спектакли, кинопоказы и дискуссии, лекции и экскурсии, проходящие здесь. Культурные площадки представлены крупнейшими музеями, театрами, концертными площадками, библиотеками страны, но далеко не все регионы здесь задействованы (северо-запада, например, здесь нет), но подать заявку может любое культурное учреждение страны, организующее онлайн-трансляции, но, в свою очередь, последние должны соответствовать определенным критериям качества, достаточно обширный список которых представлен на сайте.

В этом же разделе можно еще один популярный сегодня формат, упомянутый нами выше, — подкасты — короткие аудиостории (до 20 минут), это аудио-версии текстовых материалов портала, по словам авторов, «для тех, у кого нет времени читать... об известных писателях, поэтах, художниках, музыкантах, актерах и режиссерах, моде со времен Древней Руси до Советского Союза, загадках великих произведений искусства, традициях и обычаях народов России, необычных фактах о русских сказках и фильмах и др.». Показательно, что для привлечения внимания широкой общественности авторы некоторых подкастов соединяют классику и злободневную современность, например, что прослеживается уже в заголовках: «Как писатели переживали изоляцию», «Книги, которые писались в годы эпидемий» и т.п.

В разделе можно увидеть и мультимедийные лонгриды-путеводители по городам, регионам России: фотоматериалы сопровождаются видеофрагментами, инфографикой, виртуальными турами по достопримечательностям того или иного города. Но далеко не обо всех городах страны лонгриды настолько насыщены мультимедиа — многие «культурные гиды» здесь представляют собой короткие информационные сводки, сопровождающиеся небольшим количеством фото. Подобная подача контента выглядит устаревшей и мало раскрывает специфику города.

Вовлеченность аудитории достигается проектом за счет большого количества материалов, представленных в игровом формате: почти половина публикаций на «Культура.РФ» выполнены в форме тестов, в которых предлагается угадать город на набережной, фильм по первой строчке из песни, киноклассику по эмодзи, отличить родину Толстого от семейного имения Пушкина, пройти тест по театральному этикету и пр. Удачность выбора подобного интерактивного формата подтверждает тот факт, что тесты — самый популярный контент на портале (например, тест «Попробуйте угадать, из какого произведения цитата») набрал практически рекордное количество просмотров среди всех материалов портала в социальной сети TikTok — 524,9 тыс.).

Принципы отбора форматов и тем в любом просветительском проекте определяются прежде всего спецификой целевой аудитории. В проекте «Культура.РФ» адресатом является, как утверждают сами создатели, широкий круг аудитории, и прежде всего молодежь, доля которой, в частности учеников старших классов и студентов, постоянно растет (На портале «Культура.РФ» появится уникальный контент от творческих вузов. Культура РФ. URL: <https://www.culture.ru/news/256517/na-portale-kultura-rf-poyavitsya-unikalnyi-kontent-ot-tvorcheskikh-vuzov>).

Стремление проекта привлечь внимание молодой аудитории к культурной проблематике проявляется в том, что портал представлен в таких популярных у этого аудиторного сегмента социальных сетях и мессенджерах, как Telegram, TikTok, Instagram, YouTube. Судя по количеству подписчиков, проект довольно популярен (TikTok — 121,2 тыс. подписчиков, 1 млн лайков; Instagram — 263 тыс. подписчиков; ВК — 365, 4 тыс. подписчиков). По словам директора департамента информационного и цифрового развития Минкультуры России Вадима Ванькова портал на TikTok оказался очень популярным: «в этом году мы впервые провели акцию «Ночь музеев» в TikTok — и были приятно удивлены: мы получили огромный отклик от аудитории, большое количество просмотров и невероятную вовлеченность». Кроме того, на портале представлены тематические подборки для школьников (фильмы, спектакли, книги, рассказы об архитектурных шедеврах).

В теории коммуникации постулируется мысль о том, что в любом социальном взаимодействии важна обратная связь, без которой оно может оказаться неэффективным [9, 10] — на портале «Культура.РФ» очень четко прослеживается интеракция между аудиторией и редакцией. В разделе Культурный вопрос эксперты

портала отвечают на самые «необычные и популярные» вопросы читателей, по которым также можно судить о специфике подготовки и менталитета аудитории (<https://www.culture.ru/s/vorpros/>). Вопросы сравнительно просты, бытового характера, зачастую связаны с мифологией, сказками, повседневностью великих людей («Что любил есть Тургенев?», «Когда на Руси появились пряники?», «Почему эскимо так называется?», «Кто такая коза-дереза?»). Есть на портале отдельная вкладка «Обратная связь», где читателям предложено пройти опрос, который направлен на выявление проблемных мест портала. В целом проект скорее можно отнести к массовым, а не качественным изданиям: читатели проекта — непрофессиональная, неподготовленная аудитория, о чем говорит, например, раздел «Слово дня», где редакция дает трактовку культурологических терминов, запрос же формируют сами читатели с помощью заполнения специальной формы. Среди «сложных» терминов оказались такие понятия, как натюрморт, палитра, пейзаж, монументальная живопись, карнавал, частушка и др.

Авторство материалов портала абсолютно прозрачно — в специальном разделе «Страница экспертов» можно найти всех авторов сайта, большинство из которых — специалисты в области культуры: антропологи, историки, филологи, что повышает авторитетность публикаций и доверие к portalу

Таким образом, портал «Культура.РФ» — один из немногих подобных специализированных отечественных медиа популяризирует российскую культуру среди широкой общественности, и прежде всего, среди молодежи, не просто информируя ее о культурных событиях страны, но и активно вовлекая в арт-пространство посредством современных интерактивных и мультимедийных форматов, проектов в молодежных социальных сетях (инстаграм-маски, тик-ток-комиксы и т.д.), что делает его «актуальным, вне времени и места, чтобы в любой момент им можно было воспользоваться, как условной «Википедией» («Культура.РФ» и голосовой помощник Маруся представляют новый гид по ГМИИ. Культура. РФ. URL: <https://www.culture.ru/news/256558/kultura-rf-i-golosovoi-pomoshnik-marusya-predstavlyayut-novyi-gid-po-gmii>).

Отсылка главного редактора портала к «Википедии» раскрывает специфику его аудитории — проект нацелен на широкий круг читателей, что представляется весьма продуктивным — культурное наследие должно быть достоянием не избранных специалистов в этой сфере, а всего населения страны. Проект выполняет заявленную создателями культуртрегерскую функцию — сотрудничая с творческими вузами (выкладка образовательного контента и показ студенческих работ), портал помогает абитуриентам в подготовке к вступительным экзаменам; взаимодействуя с голосовыми помощниками и музеями, «Культура.РФ» позволяет аудитории поучаствовать в виртуальной экскурсии или запустить аудиогид, не выходя из дома. Однако следует отметить, что культуртрегерская функция реализуется в полной мере лишь в том случае, если проект выйдет за рамки портала и начнет организовывать собственные мероприятия на культурных площадках страны (как делает это, например, сайт COLTA.RU), вовлекая тем самым широкую общественность в отечественное арт-пространство не только посредством сети Интернет, но и в реальности («офлайне»), что значительно сложнее в современных условиях медиаперегруженности.

1. Флиер А.Я. Человек и культура: параметры сопряженности // Культура культуры. 2015. № 2(6). С. 8.
2. Кириллова Н.Б. «Mediasyudies» в контексте теоретических исследований прикладной культурологии // Человек в мире культуры. 2012. № 4. С. 35-42.
3. Adjin-Tetty T.D. Use and appropriation of new media technologies by teens: “the e-teen model” perspective // Galactica Media: Journal of Media Studies. 2019. № 1. P. 16-42. DOI: 10.24411/2658-7734-2019-00001
4. Khattri N. Media literacy, journalist and empowerment of democracy // Galactica Media: Journal of Media Studies. 2019. № 1. P. 118-125. DOI 10.24411/2658-7734-2019-00006
5. Кириллова Н.Б. Медиакультура: Теория, история, практика. М.: Академический проект, 2008. 484 с.
6. Афанасов Н.Б. Свободное время как новая форма труда: цифровые профессии и капитализм // Galactica Media: Journal of Media Studies. 2019. № 1. С. 43-61. DOI: 10.24411/2658-7734-2019-00002
7. Марьина Л.П. Культурология журналистики: генезис современной науки // Sciences of Europe. 2018. № 29-3(29). С. 3-8.
8. Жаровский Е.Р. Коммуникативные средства в текстах крымских журналистов на культурную тематику // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. 2020. № 1. С. 20-41. DOI: 10.30547/vestnik.journ.1.2020.2041
9. Панфилова А.П. Теория и практика общения: учеб. пособие для студ. сред. учеб. заведений. М.: Издательский центр «Академия», 2007. 288 с.
10. Конычев А.С. Совершенствование системы коммуникации с потребителями // Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. 2016. № 6(16). С. 60-66.

References

1. Flier A.Ya. Chelovek i kul'tura: parametry sopryazhennosti [Person and culture: conjugation parameters]. Kul'tura kul'tury, 2015, no. 2(6), p. 8.
2. Kirillova N.B. “Mediasyudies” v kontekste teoreticheskikh issledovaniy prikladnoy kul'turologii [“Media studies” in the context of theoretical studies of applied cultural studies]. Chelovek v mire kul'tury, 2012, no. 4, pp. 35-42.
3. Adjin-Tetty T.D. Use and appropriation of new media technologies by teens: “the e-teen model” perspective. Galactica Media: Journal of Media Studies, 2019, no. 1, pp. 16-42. DOI: 10.24411/2658-7734-2019-00001
4. Khattri N. Media literacy, journalist and empowerment of democracy. Galactica Media: Journal of Media Studies, 2019, no. 1, pp. 118-125. DOI 10.24411/2658-7734-2019-00006
5. Kirillova N.B. Mediakul'tura: Teoriya, istoriya, praktika [Media Culture: Theory, History, Practice]. Moscow, 2008. 484 p.
6. Afanasyov N.B. Svobodnoe vremya kak novaya forma truda: tsifrovye professii i kapitalizm [Free time as a new form of labor: digital professions and capitalism]. Galactica Media: Journal of Media Studies, 2019, no. 1, pp. 43-61. DOI: 10.24411/2658-7734-2019-00002

7. Mar'ina L.P. Kul'turologiya zhurnalistiki: genezis sovremennoy nauki [Cultural studies of journalism: genesis of modern science]. Sciences of Europe, 2018, no. 29-3(29), pp. 3-8.
8. Zharovskiy E.R. Kommunikativnye sredstva v tekstakh krymskikh zhurnalistov na kul'turnuyu tematiku [Communication tools in the texts of Crimean journalists on cultural topics]. Vestnik Moskovskogo universiteta, Seriya 10: Zhurnalistika, 2020, no. 1, pp. 20-41. DOI: 10.30547/vestnik.journ.1.2020.2041
9. Panfilova A.P. Teoriya i praktika obshcheniya: ucheb. posobie dlya stud. sred. ucheb. zavedeniy [Theory and practice of communication: text. manual for student environments. educational institutions]. Moscow, 2007. 288 p.
10. Konychev A.S. Sovershenstvovanie sistemy kommunikatsii s potrebitelyami [Improving the system of communication with consumers]. Innovatsionnaya ekonomika: perspektivy razvitiya i sovershenstvovaniya. 2016, no. 6(16), pp. 60-66.

Bazikyuan S.A. Media on culture in contemporary media: themes, genres and principles of selecting facts (on the example of the *Культура.рф* portal). The article analyzes the educational potential of the portal *Культура.рф*. Thematic diversity, genre specifics, ways of interaction with the audience are studied, the advantages and disadvantages of the project concept are revealed. The results of the content analysis of publications for the period from May to August 2021 are presented. The study showed that the project fully fulfils its declared cultural tracker function, not limited to simple information, but emphasizing the involvement of the audience in the domestic cultural process through the latest multimedia tools, which qualitatively differs from the state specialized resources similar to it.

Keywords: media, culture, enlightenment, art, culture.

Сведения об авторе. Станислава Александровна Базикян — кандидат философских наук, доцент кафедры журналистики Новгородского государственного университета им. Ярослава Мудрого; ORCID: 0000-0003-0880-6554; Stanislava83@yandex.ru.

Статья публикуется впервые. Поступила в редакцию 15.08.2021. Принята к публикации 01.09.2021.

Ссылка на эту статью: Базикян С.А. Медиа о культуре в современном информационном пространстве: темы, жанры, принципы отбора фактов (на примере портала «Культура.РФ») // Ученые записки Новгородского государственного университета. 2021. № 5(38). С. 482-485. DOI: 10.34680/2411-7951.2021.5(38).482-485

For citation: Bazikyuan S.A. Media on culture in contemporary media: themes, genres and principles of selecting facts (on the example of the *Культура.рф* portal). Memoirs of NovSU, 2021, no. 5(38), pp. 482-485. DOI: 10.34680/2411-7951.2021.5(38).482-485