

КУЛЬТУРТРЕГЕРСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ СОВРЕМЕННЫХ СМИ (НА ПРИМЕРЕ ГАЗЕТЫ «КУЛЬТУРА»)

С. А. Базикян

Новгородский государственный университет им. Ярослава Мудрого

Поступила в редакцию 11 марта 2022 г.

Аннотация: в статье на основе обобщения научных исследований в области проблематики культуртрегерства анализируется функция СМИ как популяризатора культуры. Рассматриваются основные пути донесения культурно-просветительского контента до целевой аудитории в газете «Культура». Выявляются наиболее эффективные способы и формы взаимодействия журналистов с читателями и изучается вклад издания в популяризацию отечественных и мировых культурных традиций и новаций.

Ключевые слова: культуртрегерство, журналистика, просвещение, проектное мышление.

Abstract: the cultural function of the media is analyzed mainly in linguistics and literary criticism, in media theory. These studies prove that the media, aimed at the full realization of the cultural tracker function, are not limited to covering news from the field of culture — their activities are multifaceted: from the initiation and creation of art performances, to the opening of public organizations and scientific and educational courses. The purpose of this article is to identify the cultural potential of the «Kultura» newspaper, one of the oldest periodicals in Russia. Based on the synthesis of scientific research in the field of cultural registration, the function of the media as a popularizer of culture is analyzed here.

Keywords: culture, journalism, education, project thinking.

Если в современной прикладной культурологии и в целом в обществоведческой мысли медиа и культура рассматриваются с точки зрения инструментов воздействия современной медиакультуры на индивида, механизмов порождения техногенной цивилизацией новых мировоззренческих установок, то в данном исследовании сделан акцент на анализе культурной проблематики в медиа, способов донесения этого контента до целевой аудитории, на выявлении приоритетных и «запретных», замалчиваемых тем, на исследовании специфики коммуникации между авторами и адресатами.

Феномен культуртрегерства является предметом изучения культурной антропологии и психологии творчества, где культуртрегер выступает как активная личность, создающая и трансформирующая культурное пространство, подлинный герой культуры. Это писатели, художники, критики, режиссеры, импресарио и т.д. Культуртрегерский потенциал современных СМИ достаточно подробно рассматривается в литературоведении и языкознании. О. Н. Скибинская анализирует культуртрегерскую составляющую в реализации концепции региональных литературных периодических изданий. Она отмечает, что культуртрегеры не должны замыкаться исключительно на трансляции культурных произведений (это явление автор называет пагинацией), а должны инициировать организацию резонансных

арт-событий, открытие культурно-просветительских центров. Но, как справедливо пишет исследователь, в большинстве региональных культурных изданий пагинация является «не просто основной, но остается первой и последней» функцией [1, 356].

Обобщая, можно дать характеристику основных черт культуртрегерской деятельности:

— проектное мышление — стремление выйти за рамки традиций, не боясь творческих экспериментов, «способность изменить линию будущего в развитии искусства, науки, философской мысли; потребность уходить от нормы, уважая ее» [2, 4257];

— бескорыстное служение искусству;

— способность не только творить произведения культуры, но и создавать яркие, значимые арт-события, предоставляющие возможность вовлеченного участия аудитории, артикулируя таким образом общественные идеалы.

Таким образом, культуртрегерская деятельность — сложный коммуникативный процесс; он не ограничивается банальным тиражированием произведений искусства, а вовлекает широкую аудиторию в современное культурное пространство, превращая ее из пассивной наблюдательницы в активную созидательницу. Культуртрегер — это человек, популяризирующий национальную культуру в целом и отдельные ее элементы в частности, например музыку, литературу, живопись, словесность, историю с помощью многообразных инструментов (лекции, шоу, фестивали, презентации, издательская

деятельность). Зачастую он оказывается на «вторых ролях» и его культуротворческий потенциал реализуется не столько в создании культурного продукта, сколько в умении следовать новым тенденциям и открывать их для публики, отделяя зерна от плевел, содействовать прогрессу искусства, умело согласовывая новое и традиционное.

Культуртрегерская функция СМИ анализируется, преимущественно, в языкознании и литературоведении (Скибинская, Осьминина, Балдин, Метельков), в медиатеории (Затлер, Загидуллина, Артес, Медведа). Эти исследования доказывают, что СМИ, нацеленные на реализацию культуртрегерской функции в полной мере, не ограничиваются освещением новостей из сферы культуры — их деятельность многогранна: от инициации и создания арт-перформансов до открытия общественных организаций и научно-просветительских курсов. Обобщение исследований в этой области дает возможность разработать **алгоритм анализа культуртрегерской функции** современных СМИ. Это:

- анализ концепции издания (миссия, аудитория, функции, содержательное наполнение);
- «проектное творчество» СМИ: организация резонансных культурных акций, событий;
- коммуникативная составляющая издания: автор и адресат, взаимодействие с аудиторией;
- ведущие ньюсмейкеры, создающие повестку дня в издании, пути формирования образа культуртрегера.

Данный алгоритм позволяет выявить культуртрегерский потенциал не только традиционных, но и новых медиа [3].

На основе обобщения научных исследований в области проблематики культуртрегерства анализируется функция СМИ как популяризатора культуры. Контент-анализ материалов газеты «Культура» за три месяца (с 01.07.2021 по 01.10.2021) позволил выявить ключевые темы и жанры газеты.

Концепция. У газеты богатые культурно-исторические корни, она является преемницей общественно-политического издания, основанного в 1929 г. Идейная специфика газеты проявляется уже в том, как менялось ее название на протяжении нескольких десятилетий: «Рабочий и искусство» (1929–1931 гг.), «Советское искусство» (1931–1942), «Литература и искусство» (1942–1944), «Советское искусство» (1944–1953), «Советская культура» (1953–1991). В 30-е гг., период урбанизации, массового переезда людей в большие города, издание стремилось приобщить горожан к духовным ценностям: «Их нужно было «окультуривать» — давать общие стандарты поведения в новой среде. Тогда как раз появилась идея создания парков культуры и отдыха, дворцов культуры и других организаций «коллективного» характера» [4]. Кроме того, в газете того времени освещались культурные достижения не только ре-

спублик Советского Союза, но и творческие открытия зарубежных социалистических стран — надежда на мировую революцию угасает — нужны новые смыслы — газета приобретает более узкую направленность и сосредотачивает внимание на социокультурных тенденциях России. Начиная с перестроечной эпохи газета расширяет тематику контента: культура переплетается с широкой общественно-политической повесткой. Нужно отметить, что на сайте «Культуры» выложен архив номеров газеты начиная с 1950 г., что позволяет проследить динамику развития издания.

Газета всегда позиционировала себя как общественно-политическое издание, но сегодня редакционная политика поменялась: по словам главного редактора, «Культура» теперь дистанцируется от политики и концентрирует внимание на сугубо культурной проблематике, что в полной мере соответствует названию газеты. «Сейчас на главной странице можно найти политические обзоры, спортивные новости. Наша задача — сконцентрироваться именно на культуре, пусть и в широком смысле. Конкретизировать — зачем, для кого и как она существует» [4]. Интересна трактовка главным редактором феномена культуры, он отмечает, что это, прежде всего, формирование мировоззрения, поиск смыслов: «Каких смыслов? Как бы ни смеялись циники — по улучшению человека» [4]. Но, опять же, подобная дефиниция слишком абстрактна и не выявляет сути явления, что лишний раз доказывает сложность трактовки такого всеобъемлющего понятия, как культура. Отсюда и размытое представление о целевой аудитории, по версии главного редактора, это — читатель, ищущий смыслы. Какие именно смыслы ищет читатель, Петр Власов не уточняет, добавляет лишь, что разная аудитория наполняет разным значением понятие «культура»: для одних — это бизнес, для других — способ развлечения, когда она сводится к афише мероприятий.

Содержательное наполнение. Проанализированный нами трехмесячный период (с июля по сентябрь 2021 г.) позволяет выявить специфику содержательной модели издания. О разнообразии тематики газеты говорят названия рубрик: *Новости, Религия, Выставки, Кино, Страна, Литература, Театр, История, Карта мира, Музыка, Достояние, ТВ, День Победы, Культурная политика*. Но есть общее «ядро», которое скрепляет все тексты в «Культуре» — поиск ответа на вопрос: что есть современная культура? Авторы пытаются понять и объяснить читателю минусы и плюсы современного творческого пространства, сориентировать его в этом пространстве. Каждый номер имеет определенную «архитектуру»: в начале представлен резонансный информационный повод, на последующих полосах он комментируется в таких формах, как интервью с экспертным сообществом (художники, искусствоведы, преподаватели, историки),

зарисовки, исторические очерки. Это так называемая пагинация, по Скибинской, когда издание транслирует арт-продукты, отражая актуальные тенденции современных культурных процессов.

В газете уделяется внимание проблемным моментам отечественного культурного пространства: литературной критике, книжному издательству. Так, литературный критик Е. Коновалов делает нетривиальный вывод о том, что в России роль критика утрачивает свои былые позиции. Серьезные экспертные оценки литературных произведений оказываются не востребованными, книжные новинки скупают благодаря упоминаниям о них популярных блогеров, когда «донна Берта» пубертатного возраста или какой-нибудь «сэр Мартино» от хип-хопа с важным видом озвучивают на многомиллионную аудиторию свои впечатления о Шекспире, Бетховене или Данте» [5]. Блогеры с многомиллионной аудиторией, далекие от литературы, оказываются для молодой аудитории гораздо более авторитетными, нежели профессиональные литературоведы. «Задача экспертной оценки и построения качественной иерархии, сама по себе трудная, не находит ни малейшего отклика. Что характерно, даже у самих подопытных авторов, которые нынче сплошь сами себе гении и редко склонны оглядывать себя критически. Говорят, это, как и скромность, мешает продвинуться. Сейчас каждый сам свой читатель и сам себе критик» [5].

Проектное творчество. Газета, как истинный культуртрегер, не ограничивается пагинацией, а активно преобразовывает культурное пространство, являясь, по утверждению редакции, активным инициатором культурных акций. «Ведется активная работа с провинциальными изданиями и журналистами, пишущими о культуре: семинары, совместные проекты. На базе газеты «Культура» работает «Агентство культурной информации», распространяющее новостную ленту о культурных событиях в российских регионах. «Культура» является информационным спонсором многих акций и мероприятий в области российской культуры, таких как конкурс П. И. Чайковского, кинофестиваль «Литература и кино» в г. Гатчина и других» [6]. Но встает вопрос о резонансности проводимых «Культурой» мероприятий, так как они не представлены в медийном пространстве.

Коммуникативные аспекты. Авторы и адресаты. Помимо журналистов и публицистов, авторами газеты являются представители профессионального сообщества в сфере культуры: писатели, литературные критики, арт-теоретики. В качестве экспертов привлекаются художники, культурологи, педагоги, искусствоведы. Но, несмотря на широкий круг экспертного сообщества, представленного в газете, многие публикации страдают излишней субъективностью.

Издание стремится привлечь молодежную аудиторию к своему контенту, поэтому здесь достаточно часто появляются публикации, так или иначе

связанные с популярными медийными личностями: М. Соколов рассуждает об отношении общественности к ДТП с участием Собчак: «Ксении Собчак трудно добиться от общества сочувствия, потому что добровольно усвоенная ею роль «шутихи», существа злобного, но острого, не предполагает ничего подобного» [7], а упоминавший нами Е. Коновалов, анализируя тенденции развития современной литературной критики, рассказывает о блогерах как о современных «литературных критиках» («Моргерштерн как наследник Белинского»).

Судя по количеству подписчиков в социальной сети «Фейсбук» (4899), издание пользуется популярностью у аудитории. Но интерактив с аудиторией, столь популярный сейчас в медиапространстве, в газете не задействован. Здесь нет тестов, игр, которые очень активно используются в других медиа о культуре. Такой эффективный для традиционных СМИ формат работы с аудиторией, как читательские письма, здесь также отсутствует, но это, видимо, связано с инертностью самой аудитории — «лайков» и репостов, например, в социальных сетях публикации набирают достаточно мало.

В целом издание стремится быть в тренде: помимо печатного формата, газета также имеет онлайн-версию (<https://portal-kultura.ru/>), представлена в социальных сетях. В печатной версии также активно используются современные формы подачи материалов: инфографика, большое количество иллюстраций, полноцветная печать, коллажи.

Ньюсмейкеры. Популяризация ведущих культуртрегеров, формирование образа «героя времени» — одна из ведущих просветительских функций СМИ о культуре. В анализируемой нами газете есть постоянная рубрика «Гостиная», посвященная «разговорам по душам» со звездами, весьма непохожими друг на друга и являющимися представителями разных культурных областей (портретные интервью с актером Михаилом Боярским, с оперной певицей Анной Нетребко, музыкантом Максимом Леонидовым). Но в издании могут напомнить о себе не только «раскрученные» звезды шоу-бизнеса, но и не столь популярные представители отечественного арт-пространства и руководители общественных организаций, например художник Н. Олейников рассказывает здесь о своем видении перспектив современного искусства и о специфике инициированных им творческих объединений «Что делать?» и «Школы вовлеченного искусства».

Но культуртрегерство весьма неоднозначно: эта деятельность не всегда несет в себе позитивные смыслы, превращая культуру в антикультуру. В одном из выпусков газеты «Культура» разворачивается дискуссия о культуртрегерском потенциале современного искусства. О «токсичности» некоторых современных «произведений искусства» заявляет, например, публицист А. Братерский в зарисов-

ке с красноречивым заголовком «Мнение скептика: ноль смыслов и банан со скотчем» [8]. Автор анализирует культурное значение скульптуры «Большая глина № 4» швейцарского художника Урса Фишера, установленной на Болотной набережной в Москве. По словам Братерского, скульптура представляет собой «пощечину общественному вкусу»: «Ноль, а не единица становится сегодня символом современного искусства. Оно больше не отражает “конца истории”, не издевается над советским соцреализмом, как работы Комара и Маламеда, не критикует массовое потребление, как картины Энди Уорхола» [8]. В целом публициста поддерживает и экспертное сообщество: тема комментируется в ряде интервью искусствоведами, которые обращают внимание на утрату смыслов современным искусством. Знаковой, хотя и достаточно парадоксальной оказывается позиция художника Д. Гутова: чтобы понять современное искусство, нужно отбросить культурные конвенции, «нужно подойти к делу проще и посмотреть на все глазами 5–7-летнего ребенка, у которого фантазия еще ничем не скована. Я слышал отзывы детей о *Большой глине*: кто-то видит рыб, прижавшихся друг к другу, кто-то — облака» [9]. В целом показательно, что в газете красной нитью проходит тема антикультуры, т.е. редакция старается осветить не только знаковые позитивные моменты, но и негативные тенденции, происходящие в современной культурной среде, с помощью сопоставительного анализа «ослабления силового поля сегодняшней культуры и того, что происходило в культуре прежде».

Таким образом, общественно-политический еженедельник «Культура» выступает как культуртрегер в современном отечественном творческом пространстве, выполняя задачу актуализации и рефлексии значимых отечественных и мировых культурно-исторических проблем и популяризации «нераскрученных» деятелей искусства, формируя тем самым образ современного культурного деятеля. Но на сегодняшний день свой культуртрегерский потенциал газета полностью реализовать не смогла, так как в последние несколько лет не заявляла о себе резонансными культурными акциями, сконцентрировавшись лишь на «пагинации» (презентации культурных событий, происходивших без участия самой газеты). Тем не менее широкий круг освещаемых тем и анализируемых проблем, поданных доступным языком и презентованных как в традиционных, так и в современных форматах, позволяют говорить о значимости старейшего федерального издания о культуре.

Новгородский государственный университет им. Ярослава Мудрого

Базикян С. А., кандидат философских наук, доцент кафедры журналистики

E-mail: Stanislava83@yandex.ru

ЛИТЕРАТУРА

1. Скибинская О. Н. Издательский проект: от потребителя культурных инициатив к создателю традиции / О. Н. Скибинская // Ярославский педагогический вестник. — 2016. — № 1. — С. 355–358. — Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/izdatelskiy-proekt-ot-potrebitelya-kulturnyh-initsiativ-k-sozdatelyu-traditsii> (дата обращения: 01.03.2022).
2. Скибинская О. Н. Литературное периодическое издание — культуртрегер русской провинции начала XXI в. / О. Н. Скибинская // Ярославский педагогический вестник. — 2016. — № 6. — С. 428–432. — Режим доступа: <https://elibrary.ru/item.asp?id=27632240> (дата обращения: 15.04.2022).
3. Колобова Ю. И. Проектное сознание культуртрегера: истоки формирования (на материале культуры рубежа XIX–XX веков) / Ю. И. Колобова // Общество, наука, инновации (НПК-2016): Сборник статей, 2-е изд., испр. и доп., Киров, 18–29 апреля 2016 г. — Киров: Вятский государственный университет, 2016. — С. 4256–4262. — Режим доступа: <https://elibrary.ru/item.asp?id=26896688> (дата обращения: 02.03.2022).
4. Культура — это в первую очередь поиск смыслов // Кольта.ру. — Режим доступа: <https://www.culture.ru/materials/255166/kultura-eto-v-pervuyu-ochered-poisk-smyslov> (дата обращения: 15.04.2022).
5. Коновалов Е. Моргенштерн как наследник Белинского / Е. Коновалов // Культура. — 2021. — № 9. — Режим доступа: <https://portal-kultura.ru/articles/opinions/335022-morgenshtern-kak-naslednik-belinskogo> (дата обращения: 11.03.2022).
6. Об издании «Культура». — Режим доступа: <http://pressa.ru/ru/magazines/kultura#> (дата обращения: 01.03.2022).
7. Соколов М. Риголетта / М. Соколов // Культура. — 2021. — № 8. — Режим доступа: <https://portal-kultura.ru/articles/opinions/335833-rigoletta/> (дата обращения: 14.02.2022).
8. Братерский А. Мнение скептика: ноль смыслов и банан со скотчем / А. Братерский // Культура. — 2021. — № 9. — Режим доступа: <https://portal-kultura.ru/articles/opinions/337229-mnenie-skeptika-nol-smyslov-i-banan-so-skotchem/> (дата обращения: 13.02.2022).
9. Воротынцева К. Художник Дмитрий Гутков: «Мы имеем дело с настоящей контрреволюцией по отношению к Ренессансу» / К. Воротынцева // Культура. — 2021. — № 9. — Режим доступа: <https://portal-kultura.ru/articles/person/337295-khudozhnik-dmitriy-gutov-my-imeem-delo-s-nastoyashchey-kontrevolyutsiyey-po-otnosheniyu-k-renessansu/> (дата обращения: 01.02.2022).

Novgorod State University
Bazikyan S. A., Candidate of Philosophy, Associate Professor
of the Journalism Department

E-mail: Stanislava83@yandex.ru