

Нуруллина Эвила Эдуардовна, студентка
Московский государственный институт культуры, г. Москва

Научный руководитель:
Потапов П.Ф., д.ф.н., профессор,
Московский государственный институт культуры, г. Москва

РОЛЬ ТЕЛЕВИЗИОННЫХ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ В ПОПУЛЯРИЗАЦИИ КУЛЬТУРНОГО НАСЛЕДИЯ

Аннотация. В статье анализируется статус телевизионных СМИ как одного из каналов трансляции культурного опыта поколений, рассматриваются современная трактовка понятия «культурное наследие», задачи журналиста при работе с контентом на тему культуры.

Ключевые слова: культурное наследие, средства массовой информации, журналист, культура, духовность, телевидение, аудитория, контент.

Одними из основных характеристик сегодняшнего социума являются информационная открытость, постоянное расширение каналов коммуникации, возрастающая роль средств массовой информации и интернета в формировании общественного сознания. В представлении многих эти информационные инструменты сегодня характеризуются скорее негативно, между тем широта нынешнего информационного поля предлагает богатейшие возможности для просвещения и воспитания населения, налаживания обратной связи, получения общественного резонанса, в том числе в вопросах культурной проблематики.

Конечно, нельзя отрицать, что доступность информации и ставка современных медиа на развлекательность и легкость продукта могут играть и в обратную сторону, отдаляя потребителя информации от того духовного и нравственного посыла, который несет культурное наследие, занимая его время и интерес поверхностными, а порой деструктивными явлениями и вопросами, скрывая в информационном шуме действительно важное и полезное.

Именно поэтому столь актуальным представляется исследование задачи, как эффективно вести просветительскую деятельность в сфере культуры с учетом особенностей нынешней информационной среды, как превратить СМИ в действенные инструменты популяризации культурного наследия и минимизировать их негативное влияние на формирование общественных ценностей. Помимо этого, актуальность исследования возможностей информационных каналов в деле формирования так называемого культурного кода нации обусловлена и необходимостью отвечать на общественные вызовы - противодействовать таким явлениям, как вандализм, розни на национальной и религиозной почве, утрата исторической памяти, угроза национальной и культурной самоидентичности.

Сегодня к понятию «культурное наследие» относится достаточный широкий круг тем, вопросов, терминов, связанных с материальной и нематериальной культурой. Само слово «наследие» предполагает, что это нечто, оставленное нам предыдущими поколениями, некий завет. То есть не только артефакты - построенное, написанное или созданное в ходе других культурных актов, но и совокупность ценностей, культурных знаний, духовного опыта прошлого.

Трактовку термина «культурное наследие» в работах современных исследователей по большому счету отличают два подхода. Первый отождествляет культурное наследие с вещественными памятниками культуры, истории, искусства, другой предусматривает более философский ракурс.



В применении ко второму подходу иллюстративным видится понимание культурного наследия, предложенное А.А. Копсергеновой, – «его сущность проявляется в ценностях прошлого, сохраняемых и транслируемых последующим поколениям в качестве основополагающих» [1].

Об информационно-ценностной сути культурного наследия говорит и Д.С. Лихачев, перечисляя среди его составляющих «язык, идеалы, традиции, обычаи, обряды, праздники, памятные даты, фольклор, народные промыслы и ремесла; произведения искусства, музейные, архивные и библиотечные фонды, коллекции, книги, рукописи, письма, личные архивы; памятники археологии, архитектуры, науки и искусства, памятные знаки, сооружения, ансамбли, достопримечательные места и другие свидетельства исторического прошлого» [2].

Неоспоримой характеристикой в представлении практически всех ученых, занимающихся исследованием культурного наследия, предстает его связь с прошлым, механизм передачи во времени. Об «оборотоспособности» [4] как важном признаке культурного наследия пишут Н.В. Медведева и А.С. Стоналова. А.П. Сергеев называет культурное наследие «связующим звеном между различными поколениями людей» [7]. А.А. Мазенкова говорит о «коллективной памяти» [3] как о фундаменте культурного наследия. Г.С. Несговорова относит к культурному наследию «достижения различной давности, переходящие к новым поколениям в новые эпохи» [5]. Очевидно, что все эти умозаключения подчеркивают главную особенность культурного наследия – необходимость трансляции. И для этой трансляции нужны эффективные каналы, одним из которых являются средства массовой информации.

Во времена СССР тема культурного наследия была неотъемлемой частью информационного поля. Система морально-нравственных суждений и эстетических взглядов советского человека формировалась через постижение прекрасного, культурная жизнь страны предлагала всевозможные форматы для духовного совершенствования, в том числе и многочисленные просветительские и воспитательные материалы в СМИ. Классикой отечественного телевидения стали познавательные программы, связанные с темой культурного наследия, - «Клуб путешественников», «Очевидное-невероятное», «Музыкальный киоск», «Кинопанорама», телевизионные беседы с выдающимися деятелями культуры и искусства, документальные фильмы, трансляции театральных и балетных постановок.

В 90-е годы на смену просвещающему и воспитывающему советскому ТВ пришло телевидение коммерческого типа с низкопробным контентом. Отказ от информационных запретов породил всплеск интереса к темам и форматам, которые раньше были недоступны. Вопросы культуры, требующие от зрителя интеллектуальных и моральных вложений, оказались не востребованными на фоне легких для восприятия развлекательных программ.

Сегодня современные средства массовой информации вновь оказались в поиске эффективных каналов распространения культурных знаний, и этот процесс идет проблематично в силу достаточно низкого общественного запроса на серьезную культурную тематику. Первостепенной задачей журналистов в этой связи представляется удовлетворение информационных потребностей. Стремящиеся ответственно подойти к своей миссии журналисты грамотно переключаются на понятный и доступный массовому зрителю язык идеи и послы, несущие просветительское, духовное, воспитательное начало, привлекающее внимание социума к проблемам культуры, формирующие пул ценностей и установок для усвоения нынешними поколениями.

В этом сложном ремесле важно строить материал таким образом, чтобы непростыми для понимания темами привлечь и удержать интерес аудитории, продемонстрировать талант



рассуждать на духовные и философские темы. Увы, современные журналисты, как и большинство представителей общества в целом, крайне редко обладают подобными компетенциями, потому тема культуры становится для нынешнего социума «уходящей натурой» и очень специфичной областью знаний.

При работе с информацией, связанной с темой культурного наследия, необходимо уделять внимание журналистской этике. Данные вопросы нередко тесно связаны с темами религии, исторического прошлого, национальным менталитетом, создают благодатное поле для разного рода диспутов, которые, увы, нередко перерастают в межнациональные и межконфессиональные конфликты в медийном пространстве.

Другим важным аспектом деятельности журналиста, работающего с культурной проблематикой, является необходимость выступать в роли «переводчика», который адаптирует сложные для понимания смыслы серьезного искусства, разъясняет заложенное автором, учит понимать то, что порой под силу понять только специалисту с искусствоведческим или историческим образованием. Важной задачей представляется разъяснение и адаптация специальных терминов. В большинстве случаев перегруженность текста или сюжета специфическими терминами и цитатами не оправдана. Для восприятия массовым зрителем нужна простота и ясность - если мы ждем, что наше слово получит отклик, его стоит выражать в доступной форме. Это позволит аудитории, неискушенной в вопросах культуры и искусства, воспринять и проанализировать информацию, а журналисту – спровоцировать тот самый общественный резонанс, который столь важен в деле сохранения культурного наследия. Простой и живой контент привлечет аудиторию, заставит пропустить ситуацию через себя, сложный материал о высоких материях будет иметь обратный эффект. При этом важно не утратить изначальную глубину мысли и особый стиль документов и памятников культуры, не скатиться в стилистику примитивного «научпопа», нередко грешащего искажением исторических смыслов и фактов.

Согласно опросу, проведенному в сентябре 2023 г. компанией «Рамблер» [6], несмотря на обилие новых источников информации, развитие социальных сетей и блогинга, уровень доверия населения к СМИ достаточно высок. 46 % респондентов отметили, что одинаково доверяют СМИ и социальным сетям (Telegram-каналам), 28 % больше доверяют официальным средствам массовой информации, чем Telegram. Это говорит о том, что СМИ остаются эффективным источником формирования общественного мнения. Однако тот же опрос выявил низкий интерес аудитории к теме культуры и искусства – всего 3 % ответили, что их интересует контент на эту тему против 77 %, интересующихся политикой и экономикой, 6 %, выбирающих тему путешествий и 4 %, которые следят за новостями спорта или технологий. А значит, на журналистику ложится работа по продвижению информации по теме культурного наследия, поиск эффективных механизмов взаимодействия с аудиторией.

Сегодня на отечественном телевидении можно выделить несколько форматов, способствующих популяризации культурного наследия и привлечению внимания к проблемам культуры.

- *Ток-шоу*. В этом случае на обсуждение аудитории в студии выносятся проблема, потенциально имеющая общественный резонанс. К разговору приглашаются эксперты, нередко эфир сопровождается работой телефонной горячей линии, благодаря чему возможность высказать свое мнение предоставляется широким слоям населения. Классическим примером такого формата можно считать проект «Культурная революция» на канале «Культура», выходящий с 2001 по 2017 гг. Традицию продолжило ток-шоу «Агора» на канале «Россия». Темами последних выпусков стали, например, «Книги и национальный культурный код», «Музыка XX века», «125-летие МХТ».



- *Интервью.* Формат предполагает диалог в эфире с представителем сферы культуры, экспертом, темами могут стать как непосредственно личность и творчество гостя, так и обсуждение того или иного важного вопроса культурной проблематики. Интервью может представлять собой как самостоятельный проект («Белая студия» на канале «Культура», «Мой герой» на «ТВЦ») или включаться в сетку информационно-аналитических, развлекательных программ – этот прием часто используется во время утренних телемарафонов на федеральных каналах.

- *Документальное кино.* Пример - "Тайна архитектора №1", документальный фильм, подготовленный журналистами Первого канала к 150-летию Алексея Щусева.

- *Тематические программы* совмещают в себе признаки разных жанров – интервью, телеочерка, документального кино. Например, на канале «Мир» выходит проект «Наше кино. История большой любви», посвященный истории создания шедевров отечественного кинематографа, на «ТВЦ» - программа «Актерские судьбы» о звездах отечественного кино. На Первом недавно появился новый телемарафон «Подкасты.Лаб», где большое место отведено проблемам культуры.

- *Реклама социальной направленности.* К теме сохранения культурного наследия можно привлечь внимание созданием социальной рекламы. Высокохудожественная социальная реклама является очень эффективным средством привлечения внимания к проблеме, объединения равнодушных людей, повышения гражданской активности и создания общественного резонанса. Ее главным плюсом является простота для восприятия, а с учетом тренда на интерес к короткому яркому видеоконтенту, социальная реклама на ТВ имеет высокие шансы стать «вирусной», а значит получить неограниченное распространение.

- *Музыкальные, театральные трансляции.* Достаточно распространенный формат на отечественном телевидении, позволяющий широкой аудитории приобщиться к лучшим образцам российского сценического искусства.

- *Новости.* Один из самых востребованных и распространенных тележанров способен за короткое время проинформировать о той или иной социальной проблеме, рассказать о культурном событии.

- *Трэвел-программы.* Контент на тему культурного наследия – неотъемлемая составляющая программ о путешествиях. Именно рассказами о памятниках культуры и истории, национальных традициях тех или иных мест ведущие привлекают внимание аудитории.

К принципам работы с темой культурного наследия в средствах массовой информации стоит отнести:

- доступность (разговор должен вестись на языке того, к кому обращаемся);
- адресность (необходимо доносить ту информацию, которая интересна и полезна конкретному человеку или аудитории);
- компетентность (журналисты должны четко представлять, о чем говорят, и иметь богатый багаж знаний, знать терминологию или же привлекать экспертов, ориентироваться в культурной и общественной повестке).

С учетом этих особенностей, мы убеждаемся, что сегодня освещение темы культурного наследия в СМИ – сложный, развивающийся и формирующийся процесс, в котором очевидно наличие многих проблем. Их решение и должно повысить эффективность просвещения и воспитания через СМИ.

К сожалению, поток информации в современном мире в большей степени состоит из «шумов», которые не несут смысловой и тем более просветительской, воспитательной нагрузки. Вычленив в этом потоке зерна здравого смысла и действительно полезный



контент сложно, тем более молодому неокрепшему уму, реагирующего в первую очередь на яркость «обертки», нежели на содержимое.

Одна из главных задач популяризации культурного наследия в СМИ - максимально использовать положительные возможности этого инструмента (широта охвата аудитории, доступность информации, востребованность у пользователей) и минимизировать возможные негативные результаты. Уникальность темы культурного наследия и широкие возможности средств массовой информации показывают необходимость выработки совершенно новых методов просветительской деятельности, которые обязаны учитывать опыт лучших информационных практик, но не должны ограничиваться им.

Список литературы:

1. Копсергенова А.А. Культурное наследие: философские аспекты анализа: дис. ... канд. филос. наук: 09.00.13; Ставропольский гос. ун-т. Ставрополь, 2008. 184 с.
2. Лихачев Д.С. Раздумья о России. — СПб.: Издательство "Logos", 1999.
3. Мазенкова А.А. Эволюция понимания культурного наследия - история и современность: региональный аспект. [Электронный ресурс]. URL : <https://cyberleninka.ru/article/n/evolyutsiya-ponimaniya-kulturnogo-naslediya-istoriya-i-sovremennost-regionalnyu-aspekt> (дата обращения : 07.10.2023).
4. Медведева Н.В., Стоналова А.С. Понятие "культурное наследие" и основные теоретические подходы к его изучению. [Электронный ресурс]. URL : <https://cyberleninka.ru/article/n/ponyatie-kulturnoe-nasledie-i-osnovnye-teoreticheskie-podhody-k-ego-izucheniyu> (дата обращения : 07.10.2023).
5. Несговорова Г.П. Современные информационно-коммуникационные и цифровые технологии в сохранении культурного и научного наследия и развитии музейного дела // Проблемы интеллектуализации и качества систем информатики. — Новосибирск, 2006.
6. Опрос показал, насколько россияне доверяют новостям в Telegram и СМИ. [Электронный ресурс]. URL : <https://lprime.ru/society/20230921/841791042.html> (дата обращения : 07.10.2023)
7. Сергеев А.П. Гражданско-правовая охрана культурных ценностей в СССР. Л.: Издательство Ленинградского университета – 1990.

