Елена Викторовна Шашкова

*Омский государственный университет им. Ф. М. Достоевского*

shashkova-lenochka@list.ru

**Медийное пространство провинциального города как культурный текст (на материале журнала «Омская муза»)**

Рассматриваются процессы конструирования и воспроизводства культурного медиапространства города. Материал исследования – публикации журнала «Омская муза». Хронологический период исследования – с 01.01.1917 по 01.12.2021 гг.

*Ключевые слова***:**провинциальная пресса, медиапространство, культурная память, городская культура.

Изучение культурного пространства города – это одно из самых актуальных направлений исследования возможностей идентификации современных городов. Медиапространство – особая реальность, являющаяся частью социального, культурного, исторического пространства [2: 40]. Ключевая роль в конструировании культурного медиапространства принадлежит СМИ. В данном исследовании представлена попытка изучить актуальную проблему трансляции культурно-исторических ценностей региональными СМИ, выявить степень воздействия данных ценностей на формирование картины мира отдельного социума.

Город – носитель культурно-исторического наследия, инициатор коммуникационно-культурных взаимоотношений. А. Мусиездов называет город «особой культурной формой, имеющей свою нормативную среду, идеологию, вещную среду и интерес, а городскую культуру считает источником значений для идентификации личности с городом [3: 126]. Во многих российских провинциальных городах бытует культура, которую просто невозможно изъять из места, где она зародилась. Собиранию сил отечественной культуры во многом служат регионально-просветительские журналы.

Провинциальная пресса – исключительное явление в истории культуры и журналистики России. Практически каждое провинциальное издание имеет свое лицо, свой индивидуальный журналистский почерк, а город представляет собой не просто территориальную единицу, но своеобразную культурную нишу. Одной из форм трансляции и ретрансляции культурного и исторического наследия в современном обществе являются образы культурной направленности, представленные в продукции СМИ. Важнейшей их целью становится актуализация культурной памяти.

Контент-анализ современного регионального медиадискурса демонстрирует тот факт, что местная печать формирует в малых городах свою особую картину мира [1: 74]. В связи с этим назрела насущная необходимость в осмыслении деятельности СМИ как регулятора общественных ценностей, выполняющего помимо ряда привычных нам функций задачу актуализации духовного опыта. В эпоху глобализации, в условиях всеобщей унификации и стандартизации в современном обществе проблема сохранения культурного и исторического наследия приобретает особую актуальность как вопрос возвращения к национальным истокам. Причём данная проблема особое значение приобретает именно в российских регионах, представляющих самобытные культуры.

«Омская муза» – единственный на сегодняшний момент журнал о культуре и искусстве города Омска. Журнал выходит с эпиграфом: «Культура – это то, что остаётся, когда всё забыто». Слова Эдуарда Эррио не случайно выбраны в качестве эпиграфа, ведь они говорят об острой необходимости сохранения культурного достояния людей. В ходе проведённого контент-анализа выпусков журнала «Омская муза» были выявлены следующие узловые точки репрезентации территорий в СМИ: историческая память, сохранение культуры и языка, полиэтничность пространств и пр. По материалам журнала мы можем наблюдать, как коммуникативная память переходит в культурно-историческую память.

*Литература*

1. Коханая О. В. Роль региональных СМИ в сохранении культурного наследия России // Вопросы теории и практики журналистики. 2014. №3. С. 74–81.
2. Леонова Л. Л., Кукьян В. Н. Медиапространство как фактор культурной идентификации // Вестник Пермского государственного гуманитарно-педагогического университета. Серия № 3: Гуманитарные и общественные науки. 2013. № 2. С. 40–46.
3. Мусиездов А. А. Город как культурная форма // Социологическое обозрение. 2013. № 3. С. 121–136.