

культурнага сінтэзу вядзе праз вострыя калізіі, канфлікты і супярэчнасці. Той факт, што дадзеная – мужная і творчая – метадалогія была і застаецца запатрабаванай у беларускай культурнай прасторы, яскрава засведчаны яе гісторыяй і станам рэчаў на сучасным этапе яе самаразвіцця.

1. Абдзіраловіч, І. Адвечным шляхам: даследзіны беларускага сьветагляду / І. Абдзіраловіч. – Мінск : Навука і тэхніка, 1993. – 44 с.
2. Нацыянальныя пытанні: матэр. III Міжнар. кангрэса беларусістаў “Беларуская культура ў дыялогу цывілізацый”. – Мінск : Беларускі кнігазбор, 2001. – 224 с.
3. Можейко, М.А. Диалог культур: актуальныя праблемы методолііі ісследаванія / М.А. Можейко // XV Міжнародныя Кірыла-Мяфодзіеўскія чытанні, прысвечаныя Дням славянскага пісьменства і культуры (Мінск, 21-24 мая 2009 г.): матэр. чыт. / рэдкал.: Б.У. Святлоў (старшыня) [і інш.]. – Мінск: Бел. дзярж. ун-т культуры і мастацтваў, 2010. – С.28-41.
4. Суша, А.А. Культурная спадчына грэка-каталіцкай царквы ў Беларусі ў кантэксце дыхатаміі “Усход–Заход”: аўтарэф. дыс. ... канд. культуралогіі / А.А. Суша. – Мінск: БДУКМ, 2009. – 26 с.
5. Hegel, G.W.F. Ästhetik: in 2 B. / G.W.F.Hegel. – 3. Aufl. – B.1. – Berlin, Weimar: Aufbau-Verlag, 1976. – 591 S.
6. Hegel, G.W.F. Wissenschaft der Logik: in 2 Teilen / G.W.F.Hegel. – Berlin: „Akademie-Verlag“, 1975. – T.2. – 511 S.
7. Simon-Schaefer, R. Dialektik / R.Simon-Schaefer // Handlexikon zur Wissenschaftstheorie / hrsg. Von H.Seiffert und G.Radnitzky. – München: Ehrenwirt, 1989. – S. 33-36.

## **ПОНЯТИЕ И СУЩНОСТЬ СОВРЕМЕННОГО МЕДИАПРОСТРАНСТВА: ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ВОПРОСЫ**

**Волков В. А.**

*магістр культуралогіі, аспірант кафедры культуралогіі  
УО «Белорусский государственный университет культуры и искусств»  
(Республика Беларусь, г. Минск)*

Пространство человеческого бытия имеет множество ипостасей, поскольку реальная действительность может быть представлена с помощью большого количества подпространств, описывающих соответствующие сферы объективной реальности. В условиях виртуализации социальных отношений и процессов медиаконвергенции, происходит формирование новой реальности – медиареальности. Это обуславливает необходимость уточнения и выявления сущности понятия «медиапространство».

В связи с этим считаем актуальным выявить основные характеристики медиапространства как явления, связанного с формированием новой социальной реальности, основываясь на культурологическом осмыслении данного феномена с позиций различных подходов.

Анализ работ по данной проблематике показал, что в современных исследованиях, касающихся репрезентации понятия «медиапространство»,

можно выделить философский, психологический, социологический, культурологический подходы, а также попытки определить это понятие в рамках теории журналистики.

По нашему мнению, социологический подход сейчас превалирует в определении содержания понятия «медиапространство», что связано с тем, что само понятие «медиа» возникло в недрах теории социальной коммуникации.

В современной социологической литературе на проблеме средств медиапространства, как важнейшей сфере социальных коммуникаций, рельефно показаны возможности влияния средств масс-медиа, на социальные процессы, формирование общественного мнения, политического имиджа [1, с.124]. Российские исследователи О.Н. Астафьева, Т.В. Пискун подчеркивают манипулятивный характер процессов, протекающих в современном медиапространстве, его неоднозначную социальную природу.

В социологической традиции оно рассматривается в поле коммуникации, упуская при этом глобальную пространственную составляющую медиапространства. Ограниченность социологического подхода к определению его понятия усматривается в том, что в социологической науке до сих пор не сложилось единого мнения относительно самой сути социального пространства. Существуют два принципиально разных подхода к пониманию пространства. Так, Э. Дюркгейм в традиции аналитического дуализма при анализе пространства постулировал тезисом, что физическое и социальное пространство являются взаимосвязанными, но различными по сути феноменами.

Используя социологические подходы невозможно однозначно определить, к какой пространственной форме принадлежит медиапространство, что составляет его фундамент, поскольку информация, с одной стороны, социальная по своей сути, а с другой – имеет физические характеристики. Это в значительной степени затрудняет выявление первичных свойств медиапространства относительно других его характеристик.

В исследованиях М.М. Лукиной медиапространство рассматривается с позиций общей теории журналистики. В этих трудах оно определяется как открытая информационная система, которая создается взаимообусловлены целостностью отношений производителей и потребителей массовой информации, передаваемой через средства массовой коммуникации.

Этот подход раскрывает лишь часть содержательного поля медиапространства, обращаясь именно к его медийной стороне, но пространственные характеристики отсутствуют.

Однако современная наука оперирует различными инструментами исследования неоднозначных, сложных, многофункциональных категорий, к которым, безусловно, относится медиапространство.

Одним из таких инструментов является интегрированный культурологический подход, который можно применить для определения дефиниции «медиапространство», поскольку в его основе лежит принцип комплексности, позволяющий рассматривать этот феномен в контексте процессов, которые создают информационные поводы в общем

социокультурном пространстве человеческого бытия.

Именно такой подход наблюдаем в работах В.А. Ильганаевой, которая центрирует внимание на том, что, «создавая новые условия жизнедеятельности социума, новая реальность влияет не только на его организационные, коммуникационные особенности, но и на характер общественных отношений, которые становятся всеобъемлющими и медианасыщенными, порождая новые информационно-психологические феномены: информационные фобии, информационные нагрузки, агрессию и информационные преступления» [3, с.150]. Такой подход дает нам возможность рассмотреть определение понятия «медиапространство» с позиций его многоаспектности, синтетического характера, сложности современного информационно-коммуникационного пространства, поскольку «охватывает несколько сред, образуют новые условия общественной жизни: техносфера, которая построена на ИКТ и инфосфере, основанной на информационно-сетевых магистралях; социоинфосферу, которая включает потоки информации, структуры, которые организуют и управляют, создают их потребителя и влияют на состояние социального интеллекта» [1, с.102].

Таким образом, на основе проведенного анализа можем концептуально охарактеризовать существующие подходы к определению понятия «медиапространство».

1. Социологическое понимание медиапространства акцентируется на социальной природе коммуникации. Оно рассматривается как среда, которая синтезирует социальные коммуникации, а также рассматриваются проблемы влияния медиапространства на общество. Само медиапространство трактуется как совокупность средств социальной коммуникации, которые влияют на общественное сознание.

2. Журналистская трактовка сосредотачивается на практических аспектах функционирования средств массовой информации. Само медиапространство трактуется как совокупность средств массовой информации и массовой коммуникации.

3. Культурологическое понимание позволяет рассматривать данный феномен комплексно, многоаспектно, на разных уровнях и в разных проявлениях.

В трактовке В.А. Ильганаевой «медиа» являются «высшей формой развития социальных коммуникаций, совокупностью способов и средств социальных коммуникаций, которые создают единое коммуникативное пространство социума, а также граничат и переходят в коммуникационное пространство Вселенной» [3, с.150].

Особо выделим глобальный характер данного понятия и тот факт, что в определении имеются две составляющие: средства передачи информации и глобальное информационное пространство, которое определяет смысл происходящих процессов в медиапространстве.

Примечательным является то, что определение А. Ильганаевой полностью соответствует подходу американского исследователя Д. Рашкоффа, который использует понятие «Инфосфера» и «медиапространство» как синонимы, выделяет две актуальные концепции медиапространства.

Первая концепция предполагает принятие медиапространства как порождение природы. Согласно этой модели, нити медиапаутины подобны корням биологического организма и стремятся к росту. По его мнению, «будучи моделью живого существа, медиа способны к эмоциональным реакциям, ведут себя соответственно человеку» [5, с.41].

Д. Рашкофф отмечает: «с какой бы точки зрения на процесс конвергенции медиа в инфосфере мы не наблюдали, становится понятно, что эта технология вышла из-под контроля. Она стала слишком глобальной и комплексной, чтобы какие-либо сообщества могли их контролировать, и изменить свои первоначальные цели, сделав мощным инструментом воздействия» [5, с.45].

Учитывая указанные выше подходы, можно утверждать, что медиапространство является не столько ретранслятором информации, но и ее производителем, все события объективно существующего мира создают информационные предпосылки, в связи с чем оно выступает как сложная, глобальная система, содержащая все социокультурные составляющие, которые способны генерировать информационные предпосылки и запросы, способно обеспечивать потребности в информации всеми возможными коммуникационными средствами.

По нашему мнению, необходимо ввести в структуру медиа весь объем информации, циркулирующей в информационных потоках, различных по объему, времени создания, актуальности, информативности, скорости протекания, все средства трансляции информации, в частности библиотеки, архивы, хранилища, СМИ и даже устную коммуникацию, поскольку современное медиапространство активно генерирует информационные потоки, которые транслируются не только чрез СМИ, но циркулируют в обществе на уровне устной индивидуальной коммуникации, соответствующей выбранному нами подходу для рассмотрения медиапространства как целостного образования.

Мы полагаем, что такой подход к определению содержания понятия «медиапространство» позволяет выделить его в пространственную категорию (наряду с понятиями «пространство – время», «пространство – расстояние»), в рамках, которого происходят все процессы обмена информацией и общения на разных уровнях и с помощью различных коммуникационных средств. Медиапространство функционирует как целостная социально-коммуникативная, информационная система, обеспечивающая различные формы социальной коммуникации, занимая таким образом ведущее место в современном пространстве человеческого бытия начала XXI века.

Таким образом, в разных трактовках термин «медиапространство» отражает лишь отдельные его характеристики и имеет узкопрофессиональный взгляд на медиапространство. Именно в нем происходят два взаимосвязанных процесса: формирование потоков социальной информации и генерация потоков в семиосфере современной культуры.

В целом, его можно позиционировать как особую реальность, которая является частью глобального пространства человеческого бытия, генерирующего и организующего производство и потребление информации в

любых формах социальной коммуникации.

Подытоживая, отметим, что новая социальная реальность, в настоящее время является глобальной информационным средой, в рамках которой происходят все процессы, связанные с социальной коммуникацией.

---

1. Аронсон, Э. Эпоха пропаганды: Механизмы убеждения / Э. Аронсон. – СПб. : Прайм-Еврознак, 2001. – 257 с.

2. Астафьева, О.Н. Медиакультура / О.Н. Астафьева. – М : Академпроект, 2007. – 509 с.

3. Ильганаева, В.И. Информация и знания в социально-коммуникационных процессах / В.И. Ильганаева // Образование региона. Политология, психология, коммуникации. – 2009. – №2. – С. 149-153.

4. Пономарев, Н.Ф. Стратегии и технологии медиалегитимации власти / Н.Ф. Пономарев. – Перм. гос. ун-т : Пермь, 2010. – 192 с.

5. Рашкофф Д. М. Медиавирус как поп-культура тайно воздействует на сознание / Д.М. Рашкофф. – М. : Наука – 64 с.

6. Смушкова, И.А. К проблеме определения медиaprостранства журналистской деятельности / И.А. Смушкова. – СПб. : Нева, 2009. – 95 с.

## РЕЛИГИОЗНАЯ ИДЕНТИЧНОСТЬ БЕЛОРУСОВ

**Каравай Т. В.**

*магистр культурологии, аспирантка кафедры культурологии  
УО «Белорусский государственный университет культуры и искусств»  
(Республика Беларусь, г. Минск)*

Проблема религиозной идентификации в Беларуси приобретает сегодня особую значимость и актуальность. Это обусловлено возрастанием роли религии в жизнедеятельности людей. В настоящее время формируется представление о религии как «об одном из существенных факторов, определяющих основы мировосприятия, стиль и особенности менталитета человека любой культуры, в том числе и белорусской» [8, с.13].

Сегодня в Беларуси действует более 3300 религиозных организаций 25 конфессий и направлений [6]. Согласно последним статистическим данным, из 25 конфессий самая массовая – православие (около 84% верующих), католиками являются 12,5% верующих [4]. Также среди жителей республики есть лютеране, иудеи, мусульмане и представители других конфессий. Важной особенностью белорусского общества является поликонфессиональный уклад его религиозной жизни. На территории Беларуси не было религиозных столкновений и войн, здесь веками мирно исповедовали свою религию православные и католики, протестанты и униаты. Специфика современной религиозной ситуации в Беларуси заключается в повышении роли религиозного фактора, что проявляется в росте религиозных организаций, в дальнейшем развитии религиозной многовариантности, сохранении многовековой традиции многоконфессионального государства [3, с.42]. Если в СССР более 60% населения были атеистами – количество официально зарегистрированных религиозных организаций в период с 1955 по 1964 гг. сократилось с 18452 до