

## Медиатизация культурного пространства Крыма: опыт эмпирического исследования

Научный руководитель – Аникина Мария Евгеньевна

*Жаровский Егор Романович*

*Студент (магистр)*

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет журналистики, Москва, Россия

*E-mail: egor.heat@mail.ru*

Крымский полуостров представляет собой регион с достаточно высокой концентрацией объектов культурного наследия, несмотря на сравнительно небольшую площадь территории (26860 км<sup>2</sup>). Согласно данным министерства культуры РФ, опубликованным в открытом доступе, на территории Крыма зарегистрировано 2733 объектов культурного наследия, входящих в единый государственный реестр (в Республике Крым - 2011, в г.Севастополе - 722) [2]. В результате, плотность размещения объектов культурного наследия в Крыму составляет 0,1 объект/км<sup>2</sup>, что превышает значения этого же показателя для других субъектов РФ с аналогичной площадью территории (Тульская область - 0,04 объект/км<sup>2</sup>; республика Мордовия - 0,03 объект/км<sup>2</sup>). Кроме того, республику Крым и город Севастополь можно отнести к полиэтничным субъектам России, т.к. на территории Крымского полуострова проживает 74 народа и народностей [1].

Таким образом, Крымский полуостров характеризуется благоприятными социокультурными условиями для освещения различными СМИ культурного пространства региона. Они создают достаточно широкую и структурно разнообразную тематическую нишу для журналистских публикаций, посвящённых элементам культуры Крымского полуострова. В свою очередь, постепенная интеграция медиасистемы Крыма способствует росту интенсивности получения информации о культурном наследии соседних субъектов РФ, а также других регионов страны.

В ходе текущего исследования было выдвинуто предположение, что медиатизация культуры в крымских СМИ охватывает лишь ограниченный (суженный) сегмент культурного пространства, фокусируя внимание лишь на наиболее известных или важных элементах культуры с точки зрения журналистов как создателей медиатекстов. В то же время, оставшая часть культурного пространства остаётся за пределами внимания СМИ и, как следствие, их аудитории.

Для проверки выдвинутой гипотезы было проведено эмпирическое (контент-аналитическое) исследование. Выборочная совокупность анализируемых медиатекстов была сформирована при помощи механизма двухступенчатого отбора. На первом этапе случайным образом были выбраны 11 СМИ Крыма из генеральной совокупности с известными соотношениями основных сегментов медиасистемы между собой, т.е. прессы, телевидения, радиовещания и онлайн-СМИ. На втором этапе посредством систематического отбора доступных для изучения материалов были отобраны для последующего анализа 3478 журналистских произведений. В результате, выборочную совокупность составили типологически разнообразные медиатексты, охватывающие большинство сегментов медиасистемы Крыма и репрезентирующих характеристики информационного пространства полуострова в целом.

Кодификатор контент-анализа включает в себя 20 категорий, отражающих как тематические характеристики изучаемого медиатекста, так и коммуникативные параметры,

используемые автором для построения эффективного взаимодействия с читателями (зрителями). Временные рамки исследования ограничиваются периодом с января 2015 г. по декабрь 2017 г., охватывая весь временной отрезок новейшей истории Крыма с момента окончания переходного периода в регионе (согласно договору о принятии республики Крым и г. Севастополя в состав Российской Федерации).

В ходе исследования были выявлены следующие особенности, отражающие основные характеристики медиатизации культуры в пределах Крымского полуострова:

1. Доли текстов, посвящённых или затрагивающих тематику этнической культуры, религии и языка занимают достаточно небольшое место в информационном потоке, создаваемом крымскими СМИ. Их совокупная доля составляет 15,72 % от общего количества текстов за весь рассматриваемый период.

2. Наибольшее внимание авторов текстов привлекает освещение культуры Крымского полуострова как единого целого (13,52 % от общей совокупности текстов), г. Симферополя (8,75 %) и г. Ялты (5,94 %). В то же время, 14,49 % проанализированных текстов посвящены культуре территорий и населения, находящегося за пределами Крымского полуострова, а в 44,77 % текстов территориальная принадлежность объекта или явления культуры не упоминается вовсе.

3. Количество текстов, посвящённых какому-либо виду искусства достаточно велико в информационном пространстве Крымского полуострова (45,78 % от общего количества текстов). За рассмотренный период наиболее активно медиатизировалось киноискусство (10,58 % текстов), а наименьший показатель был выявлен для графики как разновидности изобразительного искусства (0,48 %).

4. Авторами большинства подписанных текстов являются журналисты (33,98 % текстов), а также деятели культуры (14,06 %). В то же время, значительную долю занимают медиатексты без авторской подписи (43,61 % текстов).

5. У большинства изученных произведений визуальная часть представлена в виде фотографии (68,41 % текстов) или рисунка (0,6 % текстов). В свою очередь, у значительного количества текстов в исследуемом массиве визуальная часть отсутствует (30,66 % от общего количества текстов). Было также отмечено, что абсолютное большинство рассмотренных иллюстраций содержали изображения людей (56,7 % текстов).

Таким образом, по итогам исследования можно сделать следующие выводы.

Во-первых, крымские СМИ уделяют значительное внимание определённым элементам системы культуры, оставляя остальные за пределами своего внимания. Подобная диспропорция наблюдалась, например, при анализе упоминания СМИ культуры конкретных городов полуострова. В центре внимания оказались г. Симферополь и г. Ялта (занимают 14,68 % от общего количества текстов). В то же время, наличие в материалах культуры всех остальных городов Крыма значительно ниже (всего 6,23 % текстов при суммации всех признаков категории). Таким образом, выдвинутая в начале исследования гипотеза подтверждается.

Во-вторых, значительное количество текстов без подписи и слабое типологическое разнообразие визуальных материалов может свидетельствовать о низком уровне креативности авторов, что приводит к ухудшению качества создаваемых медиатекстов и, как следствие, к уменьшению внимания к произведению со стороны аудитории.

В-третьих, для информационного пространства Крымского полуострова характерно высокое тематическое разнообразие медиатекстов, которое наблюдалось при анализе материалов СМИ в течение всего исследуемого периода.

## Источники и литература

- 1) Этнография Крыма XIX-XXI вв. и современные этнокультурные процессы: материалы и исследования. Вып.2. С.: Симферополь, 2012 – 304 с.
- 2) Портал открытых данных Министерства культуры Российской Федерации: <http://opendata.mkrf.ru/item/statistics>