Людмила Петровна Саенкова-Мельницкая
Белорусский государственный университет (Минск)
sayenkova@gmail.com

Национальный культурный код в медиасреде Беларуси

Акцентируется внимание на актуализации понятий «культурный код», «национальный культурный код» в научном дискурсе. Рассматривается медийная концепция культурного кода. Представляются некоторые национальные особенности культурного кода, запечатленные в названиях публикаций белорусских печатных изданий.

Ключевые слова: культурный код, национальный культурный код, медиасреда, белорусские СМИ.

В противовес ситуации жестких национальных противостояний активизируется поиск механизмов для определения уникальных культурных особенностей, что, в свою очередь, актуализирует понятие «национальный культурный код». Знаковыми трудами в научном дискурсе этого понятия являются исследования Ю. Лотмана, Г. Гачева, Д. Лихачева, Р. Барта, У. Эко, К. Рапая, где культурный код рассматривается как «макрообраз» национального самосознания.

В современной гуманитарной научной мысли количество определений этого понятия продолжает увеличиваться. В социофилософии национальный культурный код понимается как «механизм реализации исторической памяти», «система уникальных культурных архетипов, образцов и ценностей, характеризующих идентичность, менталитет и духовно-нравственные установки данного народа» [2: 36]. В лингвистике культурный код рассматривается как «маркер языка, влияющий на формирование и сохранение языковой идентичности» [1: 14]. В культурологии понятие трактуется как «сложившееся в коллективном сознании представление о фиксированном

наборе национальных культурных ценностей и смыслов, поведенческих стереотипов, традиций и обычаев в историческом контексте, которые передаются из поколения в поколение и регулируют повседневное взаимодействие людей друг с другом, и которые являются маркерами в определении национальной идентичности социума с позиции внешнего наблюдателя» [3: 49]. В разных определениях акцент сделан на процессе «считывания», понимания, декодирования кода, что предполагает интерпретацию заложенных смыслов.

В течение 20-х гг. XXI в. функционально-смысловое поле национального культурного кода активно исследуется в современной теории медиа. Признается, что пространством формирования культурного кода является медиасреда, а «сама концепция культурного кода в настоящее время по преимуществу медийна» [4: 118]. Смыслоопределяющие факторы культурных кодов национальных медиа стали предметом анализа в исследованиях Е. Л. Вартановой, Г. Н. Кенжебалиной, Л. Мурейко. М. В. Загидуллина акцентировала внимание на универсальных принципах журналистики, которые не всегда соотносятся, а порой вступают в противоречие с национальными культурными кодами. Культурные коды в средствах массовой информации способствуют наиболее полной передаче концептуальной информации, участвуют в создании и представлении той картины мира, которая востребована в определенном времени-пространстве. Однако в отечественных средствах массовой информации наблюдается очевидная тенденция исключительно позитивной репрезентации своей национальной среды, обеспечения привлекательного имиджа страны, что не всегда совпадает с восприятием такого образа массовой аудиторией. Картина мира в дискурсе СМИ концептуализируется в разных тематических блоках, на разных уровнях, в которых запечатлевается большое видовое разнообразие культурных кодов. Культурные коды, выраженные в языке, имеющие речевое оформление, становятся лингвокультурными.

Важными национально-мировоззренческими доминантами в Беларуси всегда были земля, дом (территориальный вид национального культурного кода запечатлен в названиях многих классических произведений национальной литературы: «Новая земля» Якуба Коласа, «Люди на болоте», «Полесская хроника» Ивана Мележа, «Пинская шляхта» В. Дунина-Марцинкевича, «Черный замок Ольшанский» В. Короткевича). В белорусской медиасреде наиболее заметны пространственно-временные акценты национального культурного кода. В одном из крупнейших государственных медиахолдингов Республики Беларусь «СБ. Беларусь сегодня», в состав которого входят 12 печатных изданий, 2 радиостанции, новостной портал, в названиях передач, публикаций, рубрик, полос чаще всего отражается территориально-топонимическая составляющая, коннотативное значение которых поверх прямого словарного смысла открывает скрытый смысл, предполагающий исключительно позитивный образ государства. Подобное направление не всегда эффективно. Культурные коды могут указывать на асимметричное движение в социуме.

Литература

1. Ашрапова А., Свирина Л., Макаров И. Язык как способ идентификации национального культурного кода (на примере произведений П. Г. Вудхауса) // Филология и культура. Philology and culture. 2024. № 4 (78). С. 14–20.

2. Бабосов Е. М. Культурный код нации: бережное воспроизводство прошлого и устремленность в будущее // Экономика. Социология. Право. 2023. № 1 (29). С. 35–39.

3. Батыршин Р. И. К вопросу о понятии культурного кода нации: лингвистический и культурологический подходы // Вестн. культуры и искусств. 2024. № 1 (77). С. 46–54.

4. Обидина Ю. С., Гапеенкова М. Ю. Свой, чужой, созданный: как медиа превращают культурный код в актив? // Вопросы медиабизнеса. 2026. Т. 5. № 2. С. 115–124.