

**ФИЛОСОФИЯ, СОЦИОЛОГИЯ, ПОЛИТОЛОГИЯ**

УДК 101.1:316

*Т.А. Булатова, Н.Б. Галашова, Н.А. Камарова***ЦЕННОСТИ УЧРЕЖДЕНИЙ КУЛЬТУРЫ: АНАЛИЗ ТОМСКИХ СМИ***Работа выполнена при финансовой поддержке РГНФ (грант № 11-13-70001а/Т), проект «Реалии и социокультурный потенциал инновационного развития Томской области»*

Рассматриваются доминирующие ценности, транслируемые учреждениями культуры посредством различных каналов СМИ. Были выделены две системы ценностей: патерналистская (традиционная) и активистская (современная). В результате примененного контент-анализа было выявлено, что по количеству единиц анализа, относящихся к каждой ценностной системе, преобладает активистская (современная) система ценностей. Транслирование этой системы ценностей свидетельствует о преобладании реформистского дискурса в СМИ по отношению к сфере институциональной культуры, в котором значимыми обозначаются следующие ценности: «работа / карьера», «творчество», «свобода / независимость», «лидерство», «инициативность», «инновация».

**Ключевые слова:** ценности региональных СМИ; патерналистская (традиционная) система ценностей; активистская (современная) система ценностей.

Одной из актуальных проблем философского, социологического, культурологического, политического дискурсов является вопрос модернизации современной России, который, несмотря на интенсивное изучение, не получает однозначного понимания. Причем процесс модернизации России рассматривается не только в контексте изменений внешнего плана: экономики, политической системы, социокультурной ситуации и т.д., но и как изменение внутреннее, связанное с общественным сознанием и сознанием отдельной личности.

Бесспорным является утверждение, что какие-либо изменения в обществе есть результат самосознания и самоосознания общества. Самосознание и самоосознание непосредственно обусловлены ценностной позицией человека. Причем ценности выступают не как статичное образование, а как актантное, действительное отношение человека к миру, другому и самому себе.

В работах философа Н.О. Лосского ценности рассматриваются как «возможные руководители нашего поведения», так как «ценности вступают в сознание не иначе как посредством чувств субъекта, интенционально направленных на них. В связи с чувством субъекта они становятся ценностями, *переживаемыми* им» [1. С. 308].

Глубина ценности определяется ее действенностью. «Ведь ценности всегда являют какие-то наши головные и сердечные устремления и предпочтения. Но каждый раз возникает вопрос: а есть ли у нас сила на них, деятельная сила? И есть ли у нас форма, чтобы реализовать их? Реализовать так, чтобы случилось событие; не хотеть добра, а участвовать в событии добра. Не хотеть быть гражданином, а быть: иметь силу или орган и способность на то, чтобы быть участником гражданского события. Это разные вещи» [2. С. 401]. Таким образом, можно говорить, что успех модернизации «определяется человеческими измерениями» [3. С. 3], а значит, теми ценностными ориентациями, которые устойчивы и значимы для большинства членов национального сообщества и активизируют деятельное отношение к действительности.

В формировании ценностной системы общества значимую роль играет культура. Причем особенностью русской культуры и искусства была не только эстетическая значимость, но и этическая, гражданская. Искусство формирует ценностные ориентации общества и выступает в качестве этического императива для него. Поэтому важным является изучение тех ценностей, которые транслируются культурными организациями посредством СМИ.

Ценностная система современного российского общества может быть рассмотрена как «пороговая», которая включает в себя ценности инверсионного и медиационного характера. «Инверсия – это не творческий, традиционный способ мышления, когда мысль не знает других смыслов, кроме тех исторически сложившихся, которые сконцентрированы на полюсах оппозиции, прилепляется то к одному из ее полюсов, то к другому. Инверсии как мышлению крайностями противостоят медиация (*media* – лат. середина), выход за рамки дуальности и поиск середины. Логика медиации ориентирует субъекта на критику смыслов полюсов оппозиции как абсолютов, на формирование новых, третьих, альтернативных смыслов в межполюсном пространстве, в условной середине, т.е. на модернизацию. Субъектом медиации является творческая личность, которая в момент появления в культуре всегда еретик, диссидент, самозванец. Формирование гражданского общества, демократизация его институтов – медиационный процесс, блокирующий инверсию и цикличность» [4. С. 26–27].

Поэтому важным является рассмотрение, какие ценности декларируются учреждениями культуры, занимают ли они топос традиционных ценностей или утверждают значимость поискового отношения человека к современной действительности.

Для выявления доминирующей парадигмы ценностей был использован контент-анализ томских СМИ. На основании проведенного анкетирования медиопредпочтений жителей г. Томска и Томской области были выявлены наиболее востребованные населением каналы СМИ. По результатам опроса (анкетный опрос

жителей г. Томска и Томской области проводился в рамках проекта РГНФ «Реалии и социокультурный потенциал инновационного развития Томской области»; сроки проведения июль – август 2011 г., выборка составила 750 человек) выявлено, что большая часть респондентов предпочитает региональные печатные СМИ – 30%, региональные и центральные – 28%, центральные периодические издания пользуются меньшим предпочтением – 9%. Также были выявлены наиболее востребованные телевизионные каналы. Население Томской области предпочитает смотреть передачи центрального телевидения – 27%, передачи региональных каналов ТВ являются приоритетными для 15% населения. Смотрят центральные и региональные передачи 49% населения. Полученные результаты опросов позволили определить перечень анализируемых каналов СМИ: газеты «Красное знамя», «Томские новости», а также телевизионный канал Томская Государственная телерадиокомпания (ТГТРК). Материалы газет и архив ТГТРК были проанализированы за период с августа 2010 по август 2011 г. В качестве объектов анализа выступили следующие учреждения культуры: музей, библиотека, театр, кинотеатр, учреждения спортивной культуры, другие учреждения культуры (сюда могут входить клуб по интересам, культурные центры и т.д.). Основной задачей стало выявление доминирующих ценностей, транслируемых учреждениями культуры г. Томска и Томской области.

В качестве таковых выступают две парадигмы ценностей: патерналистская (традиционная) и активистская

(современная). Выделение двух парадигм обусловлено стремлением определить вектор интенции ценностных ориентаций в обществе. С одной стороны, исконно русская культура и русская ментальность базируются на традиционной парадигме ценностей, ядром которой является коллективизм, общность, соборность. С другой стороны, в процессе глобализации / вестернизации происходит утверждение европейской модели ценностей, основным ядром которой является личность.

Патерналистская парадигма основывается на приоритете общего / авторитарного над частным / личным. Активистская – на приоритете частного / личного над общим / авторитарным. Обе парадигмы включают в себя по девять ценностей, которые являются кластерами, а также рассматриваются как своеобразные медиа-концепты, отражающие региональную картину ценностных приоритетов и регионального самосознания общества [5].

К первой системе ценностей относятся семья, коллективность, традиции, порядок, обычай, жертвенность, солидарность, благотворительность, властность, своеволие. К второй системе ценностей относятся жизнь человека, свобода / независимость, работа / карьера, инициативность, благополучие, лидерство, творчество, личностность, инновация.

В процессе контент-анализа было подсчитано количество упоминаний объектов анализа (учреждения культуры) каналами СМИ. Причем в качестве доминирующих трансляторов на каналах выступают различные учреждения культуры (табл. 1).

Т а б л и ц а 1

Количество упоминаний учреждений культуры в СМИ (единицы упоминания)

Учреждения культуры	Каналы СМИ			Итого
	«Томская неделя»	«Красное знамя»	ГТРК	
Театр	14	7	15	36
Музей	4	6	10	20
Библиотека	0	1	3	4
Кинотеатр	0	0	5	5
Учреждения спортивной культуры	26	8	17	51
Другие учреждения культуры	18	5	20	43

Выявленная количественная иерархия упоминания объектов анализа позволяет, с одной стороны, выделить в качестве доминирующих объектов анализа учреждения спортивной культуры и др. С другой стороны, данные учреждения представляют «миксовый» вариант объектов. Например, другие учреждения культуры включают в себя: центры культуры, относящиеся к различным организациям, развлекательные центры, клубы по интересам, дома творчества, зрелищные центры. Поэтому не менее значимым по количеству упоминания является театр. Незначительное упоминание кинотеатра и библиотеки также может быть объяснено. Упоминания о кинотеатре в основном связаны с рубрикой «афиша», где перечисляются кинофильмы и дается краткая аннотация к ним. Библиотека занимает периферийное место и в основном выступает как инициатор мероприятий, связанных с творчеством отдельного автора или направления в искусстве, культуре.

Также были выявлены доминирующие ценности, транслируемые различными учреждениями культуры г. Томска посредством СМИ (табл. 2).

Помимо подсчета количества упоминаний, были выявлены оценочные модусы (модальность) этих ценностей. Выделены три вида модусов: положительный (+), отрицательный (–), нейтральный (0). В итоге все ценности кроме «своеволие» в основном получили положительную оценку (табл. 3).

На основании проведенного анализа можно выделить в качестве доминирующей ценности, транслируемой различными учреждениями культуры, традицию. Традиция рассматривается как повторение значимых событий в жизни города: юбилеев, праздников, т.е. того, что стало частью истории региона и культуры в целом. Синонимическими маркерами «традиции» стали следующие семантические конструкты: «история», «прошлое».

Чаще всего ценность «традиция» пропагандируется музеями, театрами и библиотеками. «Все игрушки 1940–1980-х гг. отечественного производства и стран соцлагеря: куклы, машинки и т.д. Особое внимание занимают целлулоидные игрушки военного времени – хрупкие необычные экспонаты, чудом сохранившиеся

в частных коллекциях» (Томская неделя. 2011. 4 февраля); «В доме детства и юношества “Факел” состоя-

лось торжественное открытие “Белорусской избы”» (Красное знамя. 2011. 24 октября).

Таблица 2

Ценности, транслируемые различными учреждениями культуры г. Томска посредством СМИ (единицы упоминания)

Ценности	Каналы СМИ		
	«Томская неделя»	«Красное знамя»	ГТРК
Семья	2	1	1
Порядок	2	1	3
Жизнь человека	10	5	5
Традиции	12	11	27
Свобода / независимость	4	1	2
Работа / карьера	5	2	6
Инновации	9	4	16
Жертвенность	0	0	0
Благополучие	1	2	2
Властность	1	0	2
Своеволие	1	0	1
Лидерство	3	5	3
Творчество	8	3	4
Коллективность	5	1	2
Благотворительность	2	1	1
Личность	3	4	1
Солидарность	3	5	2
Инициативность	3	1	5

Таблица 3

Модальность ценностей, транслируемых различными учреждениями культуры г. Томска посредством СМИ (единицы упоминания)

Ценности	Каналы СМИ			Итоговая модальность ценностей
	«Томская неделя»	«Красное знамя»	ГТРК	
Семья	2+	1+	1+	4+
Порядок	2+	1+	3+	5+
Жизнь человека	10+	5+	5: 4+, 1/0	19+, 1/0
Традиции	12+	11+	27+	50+
Свобода / независимость	4+	1+	2+	7+
Работа / карьера	5+	2+	6: 4+, 2/0	11+, 2/0
Инновации	9+	5+	16: 13+, 3/0	27+, 3/0
Жертвенность	0	0	0	0
Благополучие	1+	2+	2+	5+
Властность	1/0	0	2: 1+, 1/0	1+, 2/0
Своеволие	1-	0	1-	2-
Лидерство	3+	3: 2+, 1/0	3+	8+, 1/0
Творчество	8: 6+, 2/0	1+	4+	11+, 2/0
Коллективность	5+	1+	2: 1+, 1/0	7+, 1/0
Благотворительность	2+	4+	1+	7+
Личность	3+	4+	1+	8+
Солидарность	3+	1+	2+	6+
Инициативность	3+	1+	5+	9+

Незначительная часть содержательных интенций связана с повторяющимися из года в год событиями отдельных личностей. «В областном художественном музее открылась выставка Николая Коробейникова, приуроченная к 50-летию юбилею художника» (Красное знамя. 2010. 22 декабря). К традиции можно отнести и установку мемориальных досок и памятников в г. Томске и Томской области, что является свидетельством восстановления утраченных страниц региональной истории. «Сегодня ее (мемориальную доску) открыли на здании ТЮЗа. Там размещался городской театр, где Эрдман год работал, отбывая в Томске ссылку. Сегодняшнее событие приурочили к 110-летию со дня рождения драматурга» (ГТРК. 2011. 31 марта); «Памятник Н. Клюеву поставят у филармонии... На улицах областного центра появится скульптура известного русского поэта Николая Клюева» (ГТРК. 2011. 10 августа). Также к восстановлению истории можно отнести «дни памяти», организован-

ные различными учреждениями культуры. «Музыка звучала накануне в сквере у Камня скорби в память жертв политических репрессий. Мемориальный музей «Следственная тюрьма НКВД», общество «Мемориал» и арт-проект «Чеховские пятницы» провели у Камня скорби концерт-реквием «По долгу памяти» (ГТРК. 2011. 17 июня).

Доминирование ценности «традиция» есть отражение одной из современных стратегий брендинга Томска как значимого с точки зрения исторической ценности города, что позволит сделать его культурно-историческим центром с развивающимся туристическим бизнесом. Трансляция ценности «традиция» каналами СМИ усилилась с сентября по ноябрь 2011 г. (период, не вошедший в анализируемый этап). Именно в этот период был запущен на ГТРК и ТВ2 цикл передач, повествующий об истории г. Томска, его исторических деятелях, архитектуре, исторической топографии. Правда, сами учреждения культуры почти не подни-

мают проблему сохранения старого Томска, этот вопрос в основном решается другими организациями.

Не менее значимой стала ценность «инновация». Под «инновацией» нами понимается «нововведение, новшество, новое, принципиально отличающееся от привычного, традиционного». Маркерами ценности «инновация» стали следующие семантические конструкты: «новое», «модернизация», «авангард», а также семантический конструкт «новое», представленный такими словами, как «непривычное», «изменился», «необычное» и т.д.

В СМИ данная ценность связывается либо с деятельностью отдельного человека, коллектива или организации, которые предпринимают что-то непривычное, не свойственное для их деятельности. «Корпоративный фестиваль “Газпрома” впервые прошедший в Томске, зажгет новые звезды» (Красное знамя. 2011. 16 февраля); «Выставку художественных и фоторабот в необычном месте провели молодые художники Томска. Выставочный зал они устроили в заброшенном здании гуманитарного лица на набережной Ушайки» (ГТРК. 2011. 10 октября). К инновации можно отнести использование новых жанровых форм в создании произведений искусства: «Интерактивный спектакль, в котором были задействованы персонажи сразу из нескольких постановок, завершил театральный сезон» (ГТРК. 2011. 4 июля); кардинальное изменение самого коллектива, создание принципиально нового коллектива: «В Томске появится театральная режиссерская лаборатория. С ее помощью два томских театра – ТЮЗ и драматический – надеются найти главных режиссеров» (ГТРК. 2011. 2 августа).

Особое место в СМИ как репрезентация ценности «инновация» занимает обсуждение X Областного театрального фестиваля «Маска» (15–20 мая 2011 г.). В рамках этого фестиваля был представлен спектакль молодого режиссера ТЮЗа Евгения Лавренчука. ТЮЗ оказался победителем фестиваля. Вокруг молодого режиссера и самого театра возникла дискуссия о возможности представления на томской сцене спектаклей, пропагандирующих нетрадиционные (гомосексуальные) отношения. С одной стороны, А. Кузичкин, начальник Департамента по культуре Томской области, рассматривал спектакли молодого режиссера как новое в томском театральном искусстве, которое «нуждается в модернизации». С другой стороны, постановка «Анна Каренина» вызвала недовольство Совета старейшин. Он обратился с заявлением к губернатору В. Крессу, где было сказано о «гомосексуальной ориентации» режиссера, «активно пропагандирующего, используя театральную сцену, нетрадиционные отношения», а сама постановка была названа «преступным прожектом». В результате Е. Лавренчук был отстранен от должности, а на место режиссера ТЮЗа был объявлен конкурс. В отношении самого А. Кузичкина появились отрицательные отзывы в СМИ.

Исходя из вышесказанного, ценность «инновация», декларируемая томскими учреждениями культуры, больше выступает как формальное (например, создание творческих лабораторий), в рамках культурного контекста «жанровое» обновление произведений, но принципиально не затрагивающее изменение культуры и общества в целом.

Было выделено ряд ценностей, которые концептуально связаны с семантическим центром «ценность человека». Сюда входят такие ценности, как собственно «жизнь человека» и инструментальные ценности, с помощью которых возможно достижение жизненных целей. Реализация этих целей придает ценность человеческой жизни. Условно ценности можно разделить на «работа / карьера», «творчество», воплощающие цель, ради чего необходимо жить, и на собственно инструменты достижения (с помощью чего, каких человеческих качеств достигается ценность жизни) – ценности «личность» и «инициативность». Объединение ценностей «работа» и «карьера» в одну обусловлено тем, что «работа» выступает в СМИ как указание профессионального занятия человека, а «карьера» – как качественное и положительное изменение профессиональной компетенции. Часто обе ценности выступают вместе в текстах СМИ, поэтому мы объединили их как одну ценность, выражающую профессиональную деятельность человека.

Максимально значимой из вышеуказанных ценностей является «жизнь человека». Содержательно эта ценность связана с выражением интереса к жизни отдельного человека (различного рода деятельность, биография, работа, творчество). Причем интерес был вызван как к выдающимся людям, внесшим значительный вклад в культуру и историю региона: «Бенефис заслуженной артистки России Марины Дюсьметовой проходит в театре куклы и актера “Скоморох”» (ГТРК. 2011. 9 ноября), так и к «обычному» человеку. Большой резонанс вызвала инициатива скульпторов создать памятник прапорщику ГАИ Н. Путинцеву, которого называют в народе «дядя Коля», известному тем, что никогда не брал взятки и проявлял доброжелательность к людям. «В конкурсе на лучшую идею памятника почетному гражданину Томска, прапорщику ГАИ Н. Путинцеву участвовало два автора. По итогам голосования победил А. Гнедых» (Красное знамя. 2011. 30 октября).

Способом достижения профессионального и творческого роста стали ценности «личность» и особенно «инициативность». «Личность» рассматривается как выражение индивидуального облика, отличительных черт, «инициативность» – как внутреннее побуждение к новым формам деятельности, предприимчивость. Чаще всего эти ценности связаны со спортивной культурой: «Героем стартового отрезка стал форвард хозяев Дзюба, который в отсутствие дисквалифицированного Корниленко отработывал впереди за двоих» (Томские новости. 2010. 5 августа), но встречаются и в описании культурных коллективов. «Молодежный фильм, снятый в Томске, томичами и при нулевом бюджете скоро выйдет на широкий экран одного из Томских кинотеатров. Рабочее название «Мечтатели» (ГТРК. 2011. 18 января). Причем результатом инициативности становится создание нового, инновационного, претворение нехарактерного, небывалого. «В Томске могут быть выставлены экспонаты западноевропейского искусства из Эрмитажа» (ГТРК. 2011. 25 марта).

Такая ценность, как «лидерство», не всегда связывается с отдельной личностью. Ценность «лидерство»

контекстно выражает идею лидирования региона, коллектива. Чаще всего она используется в описании спортивных мероприятий, в которых первенствуют отдельные личности или команды. «Достоинно выступили спортсмены Томской области. В общей сложности наша команда завоевала 24 призовых места» (Томские новости. 2011. 4 февраля). Но данная ценность присутствует и при рассказе о культурных событиях. «Фестиваль “Томская мозаика” можно назвать визитной карточкой области и уникальным явлением в ее культурной жизни. Творческие коллективы и мастера декоративно-прикладного и изобразительного искусства боролись за звание лучших из лучших» (Красное знамя. 2011. 9 марта).

Ценности «коллективность» и «солидарность» близки по семантике. Первая представляет то, что свойственно коллективу, основано на общности, вторая – деятельное сочувствие каким-нибудь мнениям или действиям, общность интересов, единодушие. Смысловое различие этих ценностей основано на том, что «коллективность» представляет констатацию наличия общего, а «солидарность» – устремленность к общему. В основном обе ценности описываются в СМИ как относящиеся к человеку. Примером репрезентации ценности «коллективность» является описание выступления самодельного коллектива, который участвовал в концерте, посвященном 16-летию СИБУРа: «На предприятии мне прежде всего интересны люди. Мы работаем вместе четыре года, и я вижу, что мы растем и действительно становимся командой. Только сообща можно добиться высоких результатов» (Томские новости. 2011. 24 июня).

Ценность «солидарность» представлена в рассказе о творческом вечере актрисы Елены Ильиной: «Встань на позицию другого человека, посмотри на ситуацию его глазами, уважай его мнение» (Томские новости. 2010. 18 ноября). Если рассматривать ценности «коллективность» и «солидарность» как близкие, то в сумме по количеству упоминания их больше, чем упоминаний ценности «свобода / независимость».

Кроме того, достаточно частое использование ценностей «коллективность» и «солидарность» в томских СМИ в определенной степени заменяет ценность «семья», которая практически не декларируется учреждениями культуры г. Томска. Коллективность становится своеобразным эвфемизмом семьи.

Ценность «благополучие» в томских СМИ также является незначительной. Она связана как с деятельностью отдельных организаций, так и с отдельным человеком. Более частой представлена ценность «благотворительность». «Благотворительный спектакль пройдет сегодня в театре Драмы. Акция организована вместе с

детским благотворительным фондом имени Алены Петровой. Все желающие смогут увидеть спектакль “Оскар и Розовая дама”, в фойе театра будет организована фотовыставка “Просто быть” и беспроигрышная лотерея» (ГТРК. 2011. 10 марта). Хотя ценность «благотворительность» встречается и в описании деятельности отдельной личности.

«Властность» не является значимой ценностью, она больше связана со статусностью, способностью и необходимостью по положению решать определенные социальные, экономические, управленческие и творческие вопросы. Она репрезентируется как положительная ценность. «Своевольность» же, наоборот, оценивается как негативная ценность, и ее фиксирование незначительно в СМИ. В основном это было связано с X Областным театральным фестивалем «Маска» (15–20 мая 2011 г.) и позицией А. Кузичкина, начальника Департамента по культуре Томской области.

Минимальную представленность ценности «порядок» можно объяснить следующим. Семантика ценности больше связана с социальной, общественной сферой, поэтому больше характеризует регион. Сама по себе ценность «порядок» транслируется как положительная, но количественная незначительность ее указывает на отсутствие каких-либо значительных проблем в регионе.

Подводя итог вышесказанному, можно сделать определенные выводы. Доминирующей ценностью в томских СМИ является «традиция», по количеству упоминаний она превалирует над другими. Поэтому для учреждений культуры важными становятся сохранность прошлого, ритуализированность обращения как неоднократного повторения мероприятий через определенные промежутки времени, восстановление традиции, истории через установку памятников, мемориальных досок.

Не менее значимой стала ценность «инновация». Транслирование этой ценности отражает во многом начальное изменение, затрагивающее больше формальное преобразование культуры и региона в целом. Несмотря на то что ценность «инновация» по количеству упоминаний уступает «традиции», она подкрепляется другими кластерами, которые входят в активистскую парадигму. Активистские ценности чаще патерналистских представлены в томских СМИ. В итоге активистская система ценностей является более значимой, чем патерналистская, что позволяет говорить о преобладании реформистского дискурса в СМИ по отношению к сфере институциональной культуры, в котором значимыми обозначаются следующие ценности: «работа / карьера», «творчество», «свобода / независимость», «лидерство», «инициативность», «инновация».

## ЛИТЕРАТУРА

1. Лосский Н.О. Ценность и бытие // Бог и мировое зло. М. : Республика, 1994. С. 250–315.
2. Мамардашвили М.К. Эстетика мышления. М. : Московская школа политических исследований, 2000.
3. Латин Н.И. Социокультурные факторы российской стагнации и модернизации // Социологические исследования. 2011. Вып. 9. С. 3–17.
4. Давыдов А.П. Инверсия как культурное основание цикличности в развитии (к вопросу об объекте деконструкции в русской культуре) // Философские науки. 2010. Вып. 1. С. 25–29.
5. Орлова О.В. Миромоделирующий потенциал регионально маркированного концепта: концепт «нефть» в томской медиасфере // Вестник Томского государственного университета. 2010. Вып. 4 (12). С. 33–41.

Статья представлена научной редакцией «Философия, социология, политология» 18 июня 2012 г.