

**АКТУАЛИЗАЦИЯ КУЛЬТУРОТВОРЧЕСКОГО  
ПОТЕНЦИАЛА СРЕДСТВАМИ МЕДИА**

**Волков В. А.**

Учреждение образования «Белорусский государственный университет  
культуры и искусств», Минск

В статье осуществлен культурологический анализ феномена культуротворчества в аспекте образовательного измерения современного медиапространства. Определено, что доминантным вектором культуротворческого потенциала является производство информационных артефактов, как результат медиатворчества – способ освоения медиакультуры. Охарактеризованы основные формы актуализации культуротворческого потенциала. На основе моделей медиаобразования Беларуси рассмотрено проявление культуротворчества. Установлено, что атрибутивными характеристиками медиакультуры выступают медиаграмотность и медиаобразование, культурологическое наполнение которых есть и практика, и условие адекватной рецепции аксиосферы медиапространства. Описаны возможности культуротворчества в контексте медиакультуры, которая является одним из феноменов медиапространства, приобретая новые эстетические ценности, преобразуясь в новый вид искусства. Изучена роль троллинга как нового культурного понятия в сетевом медиапространстве. Автор обращает внимание на то, что культуротворчество в настоящее время зависит от технических возможностей медиапространства.

Ключевые слова: культуротворческий потенциал, медиатворчество, медиапространство, медиакультура, троллинг.

**ACTUALIZATION OF CULTURE CREATIVITY POTENTIAL BY MEDIA MEANS**

**Volkov V. A.**

*Belarusian State University of Culture and Arts, Minsk*

The article presents the analysis of the cultural phenomenon of culture creativity in the aspect of educational measurement of contemporary media space. It was determined that the dominant vector of the culture creative potential is production of information artifacts that are the result of media creativity – of the method of the development of media culture. The main forms of actualization of culture creative potential are characterized. On the basis of models of media education in Belarus the manifestation of culture creativity is considered. It was revealed that the attributive characteristics of media culture are media literacy and media education, the cultural content of which is both the practice and the condition of adequate reception of the axiosphere of media space. Possibilities of culture creativity in the context of media culture are described, which is one of the media space phenomena, acquiring new aesthetic values, becoming a new kind of art. The role of trolling as a new cultural phenomenon in the media network is described. The author draws attention to the fact that culture creativity is now dependent on the technical possibilities of the media space.

Key words: culture creativity potential, media arts, media space, media culture, trolling.