

5. Чумиков, А. Н., Бочаров, М. П. Связи с общественностью: теория и практика: учеб. пособие / А. Н. Чумиков, М. П. Бочаров. – Изд. 3-е доп. – М. : Дело, 2006. – 551 с.
6. Портал marketing.by [Электронный ресурс] / Рекламные кампании. – Режим доступа: <http://marketing.by/rubric/reklamnye-kampanii/> – Дата доступа: 10.05. 2017.

МЕДИАРЕПРЕЗЕТАЦИЯ БЕЛАРУСИ В ЗАРУБЕЖНЫХ СМИ

П. Д. Гончарук

Гродненский государственный университет имени Я. Купалы,
факультет истории, коммуникации и туризма,
Гродно, Республика Беларусь
ул. Октябрьская 5, 230023
e-mail: goncharukpolina@gmail.com

В статье рассматривается медиаобраз Беларуси в зарубежных СМИ на материале международного информационного агентства The Associated Press. Определяется количественная и качественная представленность белорусского социокультурного пространства в зарубежных СМИ.

Ключевые слова: медиaprостранство, медиарепрезентация, медиаобраз, СМИ, информационные материалы, Беларусь.

REPREZETATION OF BELARUS IN FOREIGN MEDIA

P. D. Goncharuk

Yanka Kupala State University of Grodno,
Department of History, Communication and Tourism,
Oktyabrskaya St. 5, 230023, Grodno, Republic of Belarus
e-mail: goncharukpolina@gmail.com

The article considers the media image of Belarus in foreign media on the material of the international news agency The Associated Press. The quantitative and qualitative representation of the Belarusian sociocultural space in foreign media is assessed.

Key words: media space, media representation, media image, media, information materials, Belarus.

Сегодня средства массовой информации играют огромную роль в имидже того или иного государства в Интернет-пространстве. СМИ формируют наши представления о той или иной культуре, тем са-

мым предписывая ей уже определенный образ или имидж. Именно они формируют стереотипы, на которых затем выстраивается массовое сознание. Зачастую оно может сформироваться за довольно короткий промежуток времени. Однако на самом деле формируемый стереотип может быть далек от действительности, в то время как его устойчивость — одна из главных его характеристик. В связи с этим создание конкретного медиаобраза страны становится одним из главных этапов в формировании отношения аудитории к данному государству, а его изучение получает высокую актуальность.

Само понятие «медиаобраз» вошло в научный обиход совсем недавно и все еще требует досконального изучения. Медиаобразы — это «фрагменты образа существующего мира, с разницей лишь в том, что существуют они в медиaprостранстве» [1, с. 91], т. е. «электронных условиях, в которых отдельные люди или их группы и другие сообщества могут действовать вместе, даже если они не находятся одновременно в одном и том же месте, не отражая реальность, а переосмысляя или представляя ее посредством определенной системы знаков и символов» [2, с. 98]. В этом заключается сущность медиаре-презентации социального пространства в медиaprостранстве [3, р. 5].

Медиаре-презентация Беларуси в зарубежных СМИ редко становилась предметом специальных исследований, что обуславливает научную новизну рассматриваемой проблемы и необходимость ее изучения. Подобное исследование уже проводилось белорусскими исследователями П. Л. Соловьевым и И. С. Гордиенко в работе «Оценка медиаобраза Беларуси в медиасфере Великобритании и США» [4]. В своей работе авторы отразили основные информационные поводы и темы в подаче информации о Беларуси публикаций в британских и американских СМИ («The Times», «The Sunday Times», «The Guardian», «The Independent», «USA Today», «The New York Times») в период с 2004 года по 2014 год.

Проанализировав архив новостей крупнейших онлайн-газет, авторы обнаружили, что политические новости составляют около 75 % от всех новостей, в то время как внимание также уделяется спорту, где охват новостей около 10 %, культуре — 5 %, другим темам — 10 %. Авторы отмечают, что доминирование материалов на политическую тематику свидетельствует о преобладании негативных тенденций в формировании медиаобраза Беларуси зарубежными СМИ, так как большинство материалов поданы отнюдь не нейтрально, а, напротив, достаточно политизированно.

В нашей статье в качестве материала исследования выступает новостной вебсайт «Ассошиэйтед Пресс» [5] как одно из крупнейших международных агентств информации и новостей. Некоммерческое международное агентство информации и новостей «The Associated Press» было учреждено в мае 1846 года в Нью-Йорке. Ассошиэйтед Пресс является известной глобальной службой новостей, которая имеет 52 Пулитцеровские премии как пример чистой и беспристрастной глобальной журналистики. The Associated Press возглавляет пятерку самых объективных и непредвзятых информационных агентств [6].

На 1 декабря 2017 года новостной вебсайт The Associated Press насчитывал всего 2427 информационных материалов с упоминаниями этнонимов «Belarus /Belarusian», независимо от того, появляются ли они в заголовке статьи или упоминаются в самой статье.

В данной статье мы охватываем новостной период с 01.01.2015 г. по 01.12.2017 г. в связи с уже приводившимся выше исследованием медиаобраза Беларуси П. Л. Соловьевым и И. С. Гордиенко за период с 2004 г. по 2014 г. За взятый нами период времени было обнаружено 689 статей с упоминаниями этнонимов «Belarus /Belarusian» в заголовках и текстах статей. В процентном соотношении это составляет 28,4 % от количества всех информационных материалов, посвященных Беларуси или упоминающих о ней, на вебсайте The Associated Press.

Подсчитав, сколько раз этнонимы «Belarus /Belarusian» появляются только в названиях статей, мы выявили, что количество статей с ключевыми словами в заголовках как индикаторами того, что данные новостные материалы посвящены непосредственно событиям в нашей стране, составляет 151 статью (22 % от всех материалов за контрольный период). Количество информационных материалов, в которых этнонимы «Belarus /Belarusian» появляются в контексте с новостями о других странах, составляет 536 статей (78 %).

По результатам контент-анализа информационных материалов было выявлено, что самыми актуальными темами за период с 01.01.2015 г. по 01.12.2017 г. стали следующие темы (в порядке убывания частотности материалов): политика, спорт, искусство и развлечения, происшествия, образ жизни, экономика и бизнес, общественные отношения, окружающая среда и экология, СМИ, технологии, здоровье, наука. В рамках каждой темы были выявлены основные тематические блоки и новостные поводы.

1. Политика. Так, в связи с различными аспектами внутренней и внешней политики Беларусь упоминается в 176 информационных материалах, что составляет 25,5 % от всей выборки новостных материалов за взятый период. В данных материалах освещаются такие события в Беларуси, как (в порядке убывания частотности материалов): выборы и инаугурация Президента Республики Беларусь; Минские переговоры по вопросу Украины; выступления Министра иностранных дел России Сергея Лаврова по вопросу международных отношений, касающихся, в основном, Украины; санкции в отношении России и Украины; белорусская оппозиция, совершавшая протесты на протяжении периода, взятого нами за рассмотрение; саммиты по Восточному партнерству и Европейскому союзу, проходившие в Бельгии и Латвии; совместное стратегическое учение (ССУ) Вооруженных сил Российской Федерации и Республики Беларусь «Запад-2017»;

— выборам президента Республики Беларусь, проходившим 11 октября 2015 года, посвящено 62 новостных материала (35,2 % от количества материалов по данной теме). В данных материалах освещаются темы досрочного голосования на выборах, процесс подготовки и проведения самих выборов, рассказывается про многочисленные избирательные участки на территории Беларуси, а также освещается сама церемония инаугурации президента Республики Беларусь;

— Минские переговоры по вопросу Украины 2015 г. представлены на сайте в количестве 52 новостных материалов (29,5 % от количества материалов по данной теме). Здесь упоминаются основные персоналии, решающие вопросы по определенным проблемам, Минск как постоянно действующая локация для их решения, освещаются результаты этих мирных переговоров;

— международным санкциям в отношении России и Украины посвящено 17 новостных материалов (9,6 % от количества материалов по данной теме). В данных материалах выступают зачастую такие локации, как Санкт-Петербург, Киев, Брюссель. Беларусь выступает здесь уже как одна из важных стран-экспортеров и площадка, через которую проходят торговые пути для Украины и России;

— деятельности белорусской оппозиции, совершавшей протесты на протяжении взятого нами периода, было посвящено 16 новостных материалов (9,1 % от количества материалов по данной теме). В данных материалах отображаются основные персоналии и их действия;

— саммиты по Восточному партнерству и Европейскому Союзу, проходившие в Бельгии и Латвии, освещаются в 14 новостных материалах (8 % от количества материалов по данной теме). В данных материалах отображаются прибытие основных персоналий и вопросы, отражающие суть данных саммитов;

— по совместному учению России и Беларуси «Запад-2017», проходившему осенью 2017, было найдено 13 новостных материалов (7,4 % от количества материалов по данной теме). В данных материалах отображаются основные моменты, связанные с учениями, прибытие различной военной техники и отмечается огромный масштаб и мощь этих учений;

— 2 новостных материала (1,2 % от количества материалов по данной теме) посвящены намерениям по усилению кооперации белорусской стороны в рамках проекта «Китайский пояс».

2. Спорт. Что касается спортивных новостных материалов, затрагивающих Беларусь, нами было выделено 123 информационных материала, что составляет 17,9 % от всей выборки новостных материалов за взятый период. В данных материалах большинство новостных материалов посвящены мужскому спорту (78 новостных материалов — 63,4 % от количества материалов по данной теме), а главными событиями внутри этих материалов стали FIFA World Cup (30 материалов — 24,4 % от выборки материалов по данной теме), женскому спорту (теннис) (8 материалов — 6,5 %), Олимпийские игры в Рио-де-Жанейро (5 материалов — 4,1 %), будущие Европейские игры в Беларуси (2 материала — 1,6 %).

3. Искусство и развлечения. Данной теме посвящены 113 информационных материалов, что составляет 16,4 % от всей выборки новостных материалов за взятый период. В данной категории основными событиями являются:

— премьеры фильмов и их прокаты, а также интервью с актерами, что составляет 99 новостных материалов (87,6 % от количества материалов по данной теме);

— новостные материалы в количестве 9 (8 % от количества материалов по данной теме) посвящены Нобелевской премии по литературе, которой удостоилась Светлана Алексиевич;

— 5 новостных материалов посвящено Евровидению 2016 (4,4 % от количества материалов по данной теме), которое проходило в Украине, при этом в 4 из них просто указывается, кто будет участвовать в конкурсе от Беларуси.

4. Происшествия. Нами было выделено 109 новостных материалов по данной теме, что составляет 15,8 % от всей выборки новостных материалов за взятый период. В эту категорию входят такие события, как, например, годовщина трагедии в Чернобыле, похороны Павла Шеремета — уроженца Беларуси, пожары в России, где Беларусь и город Могилев упоминаются лишь как локации.

5. Экономика и бизнес. В этой категории представлено 46 новостных материалов, что составляет 6,7 % от всей выборки новостных материалов за взятый период, из них:

— 26 статей (56,5 % от количества материалов по данной теме) посвящены взаимоотношениям Беларуси с другими странами по вопросам бизнеса и финансов;

— 20 статей (43,4 % от количества материалов по данной теме) посвящены различным отраслям белорусской промышленности и белорусским компаниям.

6. Образ жизни. В этой категории представлено 38 новостных материалов, что составляет 5,5 % от всей выборки новостных материалов за взятый период. Здесь мы можем выделить основные подкатегории, такие как: отдых и досуг — 26 новостных материалов (68,4 % от количества материалов по данной теме), связанных с фестивалями, музеями, выставками и парашютными прыжками, и путешествия — 12 новостных материалов (31,6 % от количества материалов по данной теме).

7. Общественные отношения. В этой категории представлено 27 новостных материалов, что составляет 4 % от всей выборки новостных материалов за взятый период, из них:

— 19 новостных материалов (70,4 % от количества материалов по данной теме) посвящены социальным вопросам;

— 6 статей (22,2 % от количества материалов по данной теме) посвящены религии. Главными персоналиями в этих новостных материалах выступают Патриарх Кирилл, Папа Римский Иоанн Павел II;

— 2 статьи (7,4 % от количества материалов по данной теме) посвящены движению ЛГБТ в России и Беларуси.

8. Наука и технологии. В этой категории представлено 25 информационных материалов, что составляет 3,6 % от всей выборки новостных материалов за взятый период, среди которых:

— 14 новостных материалов (56 % от количества материалов по данной теме) посвящены международным конференциям, про-

водимым в нашей стране, особенно по проблемам медицины и окружающей среды;

— 8 (32 % от количества материалов по данной теме) материалов касаются медицинских технологий, связанных с изобретением новых протезов для людей в России;

— 3 (12 % от количества материалов по данной теме) материала посвящены промышленным и информационным технологиям.

9. Окружающая среда и экология. В этой категории представлено 18 информационных материалов, что составляет 2,6 % от всей выборки материалов за взятый период, из них:

— 11 новостных материалов (61 % от количества материалов по данной теме) посвящены последствиям взрыва на Чернобыльской АС на территории Украины;

— 7 материалов (39 % от количества материалов по данной теме) посвящены погодным условиям в разных регионах, включая Беларусь.

10. СМИ. В этой категории представлено 14 новостных материалов, что составляет 2 % от всей выборки новостных материалов за взятый период, связанных в основном с массовым прибытием журналистов по поводу какого-либо значимого события.

Как видим, в связи с Беларусью основное внимание зарубежных СМИ привлекали новости политики, спорта, науки и культуры, а также международные мероприятия, проводимые на территории Беларуси. Таким образом, по сравнению с результатами исследования образа Беларуси за 2004—2014 гг. [4] на примере новостных материалов The Associated Press можно наблюдать определенное сохранение тематических тенденций в репрезентации образа Беларуси, однако в его оценке можно отметить значительные изменения. Отражение образа Беларуси в зарубежных СМИ за последние три года на примере The Associated Press носит достаточно объективный, более нейтральный и даже позитивный характер. Республика Беларусь предстает как страна, играющая в текущий момент активную роль на международной арене и имеющая значительные достижения в разных сферах своей внутренней и внешней деятельности.

Литература

1. Галинская, Т. Н. Понятие медиаобраза и проблема его реконструкции в современной лингвистике / Т. Н. Галинская // Вестник ОГУ. – Оренбург, 2013. – № 11(160). – С. 91–94.

2. Фёдоров, А. В. Медиаобразование: история, теория и методика / А. В. Фёдоров. – Ростов-н/Д., 2011. – 708 с.
3. Couldry, N. Mediaspace: Place, Scale and Culture in a Media / N. Couldry, A. McCarthy. – New York : Routledge. – 2004. – 320 p.
4. Соловьев, П. Л. Оценка медиаобраза Беларуси в медиасфере Великобритании и США / П. Л. Соловьев, И. С. Гордиенко [Электронный ресурс] // Медиасфера и медиаобразование: специфика взаимодействия в современном социокультурном пространстве: сборник статей / М-во внутр. дел Респ. Беларусь, учреждение образования «Могилевский высший колледж Министерства внутренних дел Республики Беларусь»; редкол.: С. В. Вендиктов (отв. ред.) [и др.]. – Могилев : Могилев. высш. колледж МВД Респ. Беларусь, 2014. – С. 113–120. – Режим доступа: <http://elib.bsu.by/handle/123456789/99118>. – Дата доступа: 11.11.2017.
5. The Associated Press [Electronic resource]. – 2017. – Mode of access: <https://www.apnews.com/> – Date of access: 28.11.2017.
6. Top 5 World News Websites Guaranteed Free From Censorship [Electronic resource] / Make use of. – 2017. – Mode of access: <http://www.makeuseof.com/tag/top-5-world-news-websites-guaranteed-free-censorship>. – Date of access: 14.11.2017.
7. Search results for: Belarus [Electronic resource] / The Associated Press. – 2017. – Mode of access: <https://www.apnews.com/search/Belarus/> – Date of access: 30.11.2017.

АРХИТЕКТОНИКА И КУЛЬТУРНАЯ СЕМАНТИКА ИТАЛЬЯНСКОГО ГАСТРОНОМИЧЕСКОГО ФЕСТИВАЛЯ

Е. А. Дичковская

Белорусский государственный университет,
факультет социокультурных коммуникаций,
ул. Курчатова 5, 220108,
Минск, Республика Беларусь
e-mail: katerinadi@yandex.ru

Статья посвящена проблеме выявления особенностей внутренней структуры и культурной семантики итальянского базисного концепта «сагра». Проанализированы значение и роль гастрономического фестиваля в сохранении идентичности местного сообщества. Дается ответ на вопрос, как гастрономический праздник отражает региональную гордость, способствует развитию и поддержке этнической идентичности.

Ключевые слова: архитектоника, культурная семантика, гастрономический фестиваль, сагра, концептуальный анализ.