

КОНСТРУИРОВАНИЕ МЕДИАОБРАЗА СОВРЕМЕННОГО БЕЛОРУССКОГО ИСКУССТВА (на примере газеты «Звезда»)

Е. Ю. Костевич

*Белорусский государственный университет,
ул. Кальварийская, 9, 220004, г. Минск, Республика Беларусь,
katerina30061999@mail.ru*

*Научный руководитель – Е. В. Локтевич,
кандидат филологических наук, доцент*

В статье рассматривается специфика создания медиаобраза современного белорусского искусства в республиканской общественно-политической газете «Звезда». Осуществляется попытка осмысления понятия медиаобраза и его основных характеристик в связи с другими этимологически родственными специальными терминами (медиасобытие, медиатекст, медиа-сознание). Медиаобраз изучается в контексте жанрового диапазона издания.

Ключевые слова: медиаобраз; медиатекст; современное искусство; синтез; публицистические жанры.

CONSTRUCTION OF A MEDIA IMAGE OF CONTEMPORARY BELARUSIAN ART (on the example of the newspaper «Zvyazda»)

E. Y. Kostevich

*Belarusian State University,
9, Kalvariyskaya Str., 220004, Minsk, Republic of Belarus
Corresponding author: E. Y. Kostevich (katerina30061999@mail.ru)*

*Scientific adviser – E. V. Loktevich, , candidate of Philology,
associate professor*

The article deals with the specifics of creating a media image of modern Belarusian art in the republican socio-political newspaper «Zvyazda». An attempt is made to understand the concept of media image and its main characteristics in connection with other etymologically related special terms (media event, media text, media consciousness). The media image is studied in the context of the genre range of the publication.

Key words: media image; media text; contemporary art; synthesis; journalistic genres.

В процессе осмысления и трактовки медиасобытий СМИ создают образ, наделенный наиболее убедительными, показательными чертами субъекта или культурного явления. Реципиент на основе восприятия информации разных СМИ формирует образ-посредник, или медиаобраз. Так, развитие электронных и печатных СМИ формирует медиапространство, которое, в свою очередь, способствует активизации процессов образования медиаобразов [1]. В связи с этим появилась объективная необходимость в изучении сущности данного феномена в белорусских республиканских СМИ.

«Медиаобраз» стал рассматриваться в качестве объекта научного осмысления относительно недавно – в начале 2000-х гг. Исследователи по-разному подходят к пониманию этого феномена. Так, Л. В. Хочунская рассматривает современный медийный образ как архетип, «отраженное в журналистском тексте кодирование представления автора о действительности или ее фрагменте, детерминированное концепцией адресата и установкой на архетипическую ориентацию аудитории» [2]. Широкое толкование медиаобраза с точки зрения психологии предлагает Д. О. Смирнов: «Медиаобраз – сложное полисистемное психологическое образование, представляющее собой результат взаимодействия мира автора и мира реципиента посредством медиаобъекта» [3]. Е. Н. Богдан понимает медиаобраз как ««особый образ реальности, предъявляемый массовой аудитории медиаиндустрией» [4]». Семантически сходного мнения придерживается Т. Н. Галинская, выделяя медиаобраз как форму массового сознания в медиакommunikации, представляющую собой «совокупность рациональных и эмоциональных представлений, основанных на информации, получаемой из СМИ» [5]. При этом исследователь рассматривает данное понятие в узком и широком смысле: 1) совокупность фрагментов реальности, представленных в материалах исключительно профессиональных журналистов, что отражает их мировоззрение, ценностные ориентации и политические предпочтения; 2) образ реальности, конструируемый во всех текстах, созданных в медиапространстве (журналистами, блогерами, интернет-пользователями и т. д.).

Исходя из представленной дифференциации значений медиаобраза, Т. Н. Галинская выделяет три самостоятельные тенденции в изучении медийного образа:

- «моделирование медиаобраза на основании только материалов профессиональных журналистов;
- путем изучения разнородных источников: проведение фокус-групп, анкетирования, опросов, анализ информации в блогах и социальных сетях;

– опираясь только на материалы спонтанных речевых произведений интернет-пользователей, обсуждающих то или иное явление в социальных сетях, блогах, на сайтах медиаизданий [5].

Далее в нашей работе ориентиром будет исследованием медиаобраза путем анализа материалов профессиональных журналистов.

Итак, медийным образом исследователи определяют: 1) *публичных личностей*; 2) *актуальные* социальные, политические, экономические и *культурные проблемы* (специфика таких материалов характеризуется высокой степенью субъективности: создаются медиаобразы отдельных фрагментов действительности на основе мнения журналистов, так как в процессе подготовки публикации используются существующие медиатексты); 3) *социально значимые явления* (изучение разнородных источников информации – беседа с экспертами, научные труды, иные медиатексты, в результате чего создается «коллективный образ-представление, который усваивается в медиасознании общества, а значит повышается уровень объективности и достоверности полученных результатов») [6].

Для реконструкции сущностных первооснов медиаобраза необходимо выявить и охарактеризовать представления о конкретном объекте или субъекте, активно транслируемом массмедиа. Методологическими единицами анализа настоящей статьи являются *выбор жанра* и *содержательно-тематическое наполнение* в репрезентации формируемого образа в медийном пространстве, содержательными компонентами медиаобраза – *представления*, формируемые СМИ. Отметим, что данные представления могут нести как положительную, так и отрицательную оценку. Как правило, в материалах республиканской прессы и их электронных версиях читателю предлагается позитивная картина того или иного явления. Как пишут Т. С. Глушкова и О. А. Зайцева, такая позиция может быть вызвана «социальным или политическим заказом на формирование положительного имиджа данной территории» [1]. Мы считаем, что это обусловлено *редакционной политикой издания*, а также *степенью влияния учредителя* с целью положительного имиджа Республики Беларусь.

В нашем исследовании для систематизации выявленных представлений, формируемых СМИ, были использованы материалы общественно-политической газеты «Звезда» за 2020 г., в которой для каждого вида искусства актуализирована конкретная рубрика.

Медиаобраз в сфере *музыки* создается на фоне актуальных с точки зрения СМИ тем: музыкальные концерты, фестивали, интервью с выдающимися композиторами или музыкальными группами. Отдельной

традиционной колонкой в электронной версии издания выступают публикации национальных песен («Песню бярыце з сабою») [7].

Кино и театр представляют собой *синтез* искусств, однако материалы о национальном кино встречаются чаще: журналисты и критики акцентируют внимание на содержательном потенциале отечественных фильмов, используя разные жанры (интервью, репортаж, мини-рецензия, рецензия и юбилейная статья).

Интерпретационный формат *изобразительного искусства* не отличается широким жанровым диапазоном, несмотря на то что сегодня искусство как никогда ранее характеризуется многогранностью и *синтетичностью* (например, картина включает в себя элементы фотографии, скульптуры и прикладного искусства одновременно). Как правило, событием, вмещающим в себя подобные художественные работы, является фестиваль. Выбор жанра здесь очевиден: репортаж с динамикой повествования и полирецензия, если стоит задача охарактеризовать увиденное с критической точки зрения и дать оценку. Важно, что сами жанры в таком случае подвергаются *синтезу* (имеют черты других жанров, например, интервью).

Такой масштабный вид искусства, как *архитектура* сегодня наибольшую популярность приобретает на белорусском телевидении и в интернет-СМИ. Характер материалов в газетах преимущественно информационно-краеведческий, в связи с чем журналисты часто включают в текст элементы мистического: сомнительные комментарии жителей с целью разнообразить сухие факты легендами и преданиями, создающими особый образ описываемого места (репортажи о замках и усадьбах Беларуси).

В ходе исследования материалов «Звезды» мы выявили наиболее характерные для освещения современного белорусского искусства **жанры** и выделили специфику создания медиаобраза в зависимости от конкретного жанра. Так, материалы *интервью* создают медиаобраз через личность автора произведения, его качеств, вкусовых предпочтений, манеру поведения. *Репортаж*, отличающийся своей динамичностью повествования, создает медийный образ в контексте времени, той реальности, в которой находится автор и объект критики. Посредством *рецензии* (полирецензии, монорецензии, минирецензии) медиаобраз раскрывается в контексте философской эстетики, охватывает эмоциональную (психологическую) сторону воздействия художественного объекта или культурного явления на реципиента. *Эссе* – менее востребованный жанр в критике, он является свободной формой выражения авторской (критической) мысли. Поскольку ключевым понятием здесь выступает

свободная форма, материалы отличаются оригинальностью повествования и избытком стилистических приемов. *Критическая статья*, как показал анализ, обращена к смыслению художественного объекта или субъекта в контексте культуры, истории, социальных трансформаций, поэтому задача жанра – показать развитие художественного процесса или значимость вклада деятеля искусства в контексте художественного направления или эпохи. Лидирующим жанром в освещении инфоповодов в республиканском издании является *репортаж* (и его разновидности: актуальный, познавательно-тематический, событийный); часто задействованы *интервью* и *рецензия*. Стоит отметить, что интерес к таким видам искусства, как скульптура, живопись или архитектура, носит скорее информационный характер с элементами аналитического.

Изучив многочисленные материалы об искусстве и культуре, можно утверждать, что содержательно-тематическое наполнение республиканского издания строго соблюдает правила редакционной политики с целью создания положительного имиджа Республики Беларусь. Материалы об искусстве предлагаются читательской аудитории в различных жанрах и носят информационно-познавательный характер. На наш взгляд, будет продуктивным дальнейшее системное и последовательное переосмысление методологических подходов к освещению ряда культурных явлений. Совершенствование критических параметров оценки и аналитических установок в раскрытии темы способствует: 1) всестороннему освещению текущих художественных процессов и возникающих проблем внутри данного сегмента; 2) полноценному созданию медиаобраза современного белорусского искусства.

В заключении отметим, что медийный образ современного белорусского искусства существует в контексте общего художественного процесса посредством накопления представлений и критики СМИ. Ключевыми характеристиками этого медиаобраза выступают: 1) создание эстетической реальности и ее отражение (образ реальности); 2) выбор жанров с учетом *динамичности*, *фрагментарности* и *синтетичности* (что характерно для современного искусства); 3) повышенное внимание к *национальному* и *межкультурному* значению и назначению того или иного вида искусства.

Библиографические ссылки

1. Глушкова Т. С., Зайцева О. А. Медиаобраз как инструмент создания территориального имиджа: когнитивный аспект [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/mediaobraz-kak-instrument-sozdaniya-territorialnogo-imidzha-kognitivnyy-aspekt> (дата обращения: 03.01.2021).

2. *Хочунская Л. В.* Современный медийный образ как архетип [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennyu-mediynnyu-obraz-kak-arhetip-1> (дата обращения: 03.01.2021).
3. *Смирнов Д. О.* Человек и культура: диалог в медиапространстве. Опыт практической работы лаборатории медиапсихологии. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.myshared.ru/slide/100228/> (дата обращения: 03.01.2021).
4. *Богдан Е. Н.* Медиаобраз России как средство консолидации общества: структурно-функциональные характеристики [Электронный ресурс]. URL: <http://www.dissercat.com/content/mediaobraz-rossii-kak-sredstvo-konsolidatsii-obshchestva-structurno-funktsionalnye-kharacter> (дата обращения: 03.01.2021).
5. *Галинская Т. Н.* Познание медиаобраза и проблема его реконструкции в современной лингвистике. Вестник ОГУ. 2013, Т. 11. (160) [Электронный ресурс]. URL: http://vestnik.osu.ru/2013_11/16.pdf (дата обращения: 03.01.2021).
6. Медиаобраз и социообраз: соотношение понятий [Электронный ресурс]. URL: https://studwood.ru/2343049/prochie_distipliny/mediaobraz_sotsioobraz_sootnosheni ponyatiy (дата обращения: 03.01.2021).
7. *Ксяневич Я.* Песню бярэце з сабою [Электронны рэсурс]. URL: <https://zviyada.by/be/news/20201029/1603990577-pesnyu-byaryce-z-saboyu-z-listapadami> (дата звароту: 04.01.2021).