

теля, пенсионера, который всю жизнь пишет картины, — Сергея Шведова. Герой создал импровизированный «музей» в подъезде, в котором живет: *«Путь по многоэтажной «галерее» начинаем с девятого этажа. На стенах можно заметить натюрморты и сибирские пейзажи»* (Жуков И., Искусство на этажах // НБ, № 19, 20 мая 2022 г.).

2. Жанровый аспект материалов.

Журналисты региональных изданий работали в информационном и художественно-публицистическом жанрах.

Большинство публикаций в сфере изобразительного искусства представляют собой репортаж. В них авторы материалов описывают художественные выставки: как проходила церемония открытия, что представлено в экспозиции, сведения о художниках или создателях выставки, мнение кого-либо из участников события. Так, например, в следующем материале рассказывается об открытии выставки «Художники Донбасса — Белгородчине». Читая текст, мы будто сами оказываемся на месте событий.

Часто встречается заметка. Публикации, написанные в этом жанре, представляют собой описание какого-либо конкурса. Пример тому мы можем найти в публикации о конкурсе юных художников «Белгородская палитра — 2023». В тексте содержатся ответы на вопросы: что? где? когда?

К художественно-публицистическим жанрам, выделенным нами среди публикаций о событиях в сфере изобразительного искусства, относится портретный очерк. Центральным героем такого материала становится местный художник, мастер своего дела.

ЛИТЕРАТУРА

1. Масленников А.В. Арт-журналистика как объект современных медиаисследований / А.В. Масленников // Челябинский государственный университет. — 2020. № 10. С. 43–45.
2. Сидякина А.А. Арт-журналистика в поле досуговой журналистики [Электронный ресурс] / А.А. Сидякина // — 2019. — Режим доступа: https://jf.spbu.ru/upload/files/file_1331711145_7.doc (Дата обращения: 03. 10.2023).

Рудавская М.В.

*Белорусский государственный университет
(научный руководитель — к. фил. н., доц. А.А. Градюшко)*

МЕСТО И РОЛЬ ИГРОВОЙ ЖУРНАЛИСТИКИ В БЕЛОРУССКОМ МЕДИАПРОСТРАНСТВЕ

Цель данной работы — определить, есть ли в Беларуси игровая журналистика, как она развивается. В ряде работ современных ученых установлено, что игровая журналистика занимает все более видное место в современном медиапространстве. В частности, отмечается, что «игровая журналистика (англ. video game journalism) — это вид журналистики, нацеленной на описа-

ние и обсуждение видеоигр» [1, с. 168]. Игровая журналистика имеет свою аудиторию, называемую любителями видеоигр (геймерами). Она становится неотъемлемой частью индустрии видеоигр и киберспорта. Что же касается Республики Беларусь, в настоящее время изучено мало вопросов, связанных именно с игровой журналистикой.

Как отмечается в работах белорусских исследователей, «видеоигры перемещают пользователя / зрителя / читателя в виртуальную реальность — концептуально новое художественное пространство, которое выступает специфической сферой коммуникативной деятельности, возникающей в результате взаимодействия человека и программного продукта» [2, с. 225]. При анализе эмпирического материала обращает на себя внимание интервью с журналистом Вероникой Гамзюковой, занимающейся киберспортивной журналистикой в Беларуси [3]. В интервью она рассказывает о развитии киберспорта в стране и своем вхождении в эту сферу. Данное интервью может дать дополнительные источники информации и позволить узнать больше о состоянии игровой журналистики в стране.

Республика Беларусь является домом для множества талантливых разработчиков видеоигр. Одна из наиболее известных белорусских игр — «World of Tanks», разработанная компанией Wargaming. Эта игра стала одним из самых успешных проектов в мировой гейм-индустрии, привлекая миллионы игроков со всего мира. Она получила широкое освещение в мировых игровых медиа и признание критиков.

Таким образом, мы можем утверждать, что, несмотря на некоторую ограниченность доступных исследований на эту тему, имеющиеся публикации предлагают базовую информацию о состоянии и разнообразии игровой журналистики в Беларуси.

Хотя белорусская игровая журналистика пока находится в стадии развития, это не означает отсутствие перспектив. Современное медиапространство «стремительно трансформируется под влиянием ряда факторов, среди которых можно выделить в первую очередь технологический» [4, с. 76]. Развитие индустрии видеоигр в Беларуси способствует росту игровой журналистики. Множество талантливых игровых редакторов и журналистов стремятся обеспечить адекватное освещение белорусских игровых проектов и событий, что позволяет всем желающим быть в курсе последних новостей.

Тем не менее имеющиеся публикации предоставляют базовую информацию о текущем состоянии игровой журналистики в Беларуси. В них рассматриваются различные жанры игровой журналистики, включающие обзоры игр, интервью с разработчиками, аналитические исследования, а также статьи о тенденциях и событиях в мире игр. Кроме того, в этих публикациях обсуждаются проблемы и вызовы, с которыми сталкиваются игровые журналисты в Беларуси.

ЛИТЕРАТУРА

1. Баканов Р.П. Игровая журналистика в современном российском медиапространстве: проблематика и функциональное разнообразие Вестник Волжского университета им. В.Н. Татищева. — 2018. — Т. 2, № 2. — С. 166–176.
2. Шпаковский Ю.Ф., Данилюк М.Д. Особенности игровой журналистики // Медиапространство Беларуси: история и современность (к 100-летию газеты «Звезда» и 90-летию газеты «Советская Белоруссия»): материалы Междунар. научн.-практ. конф., г. Минск, 20 октября 2017 г. — Минск: Изд. центр БГУ, 2017. — С. 225–229.
3. Вероника Гамзюкова: О киберспорте в Беларуси и о том, как пришла в киберспортивную журналистику // СпортНавины. — Режим доступа: <https://sportnaviny.com/veronika-gamzyukova-o-kibersporte-v-belarusi-i-o-tom-kak-prishla-v-kibersportivnuyu-zhurnalistiku/> (дата обращения: 03.10.2023).
4. Градюшко А.А. Мобильный интернет как фактор трансформации медиасферы Беларуси // Журнал Белорусского государственного университета. Журналистика. Педагогика. — 2017. — № 1. — С. 71–77.

Рудая К.В.

*Белгородский государственный национальный
исследовательский университет*

(научный руководитель — к. фил. н., доц. А.В. Белоедова)

ОСОБЕННОСТИ ВОСПРИЯТИЯ АУДИТОРИЕЙ МАССМЕДИЙНОЙ ИНФОРМАЦИИ С ТОЧКИ ЗРЕНИЯ ЕЕ ДОСТОВЕРНОСТИ: СОЦИОЛОГИЧЕСКОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ

Сегодня потребитель массовой информации плотно окружен кольцом разнородных ее источников, это и СМИ разного толка и направленности, и новостные паблики в различных социальных сетях, и телеграм-каналы, контент которых сегодня практически никем и ничем не ограничивается, и отдельные ЛОМы (т.е. лидеры общественного мнения), которые публикуют разные по тематике топики и посты в личных блогах и персональных аккаунтах. Ко всему этому отряду публикаторов добавляются отдельные пользователи в социальных сетях, которые в определенные моменты времени становятся (а иногда и выдают себя за тех, кто становится) очевидцами важных событий с мобильным телефоном в руках, оснащенным инструментами фото- и видеосъемки. Таким образом актуализируется значение достоверности той информации, которую потребляет аудитория, с одной стороны, а с другой, — вопрос о том, насколько рефлексивно она ее воспринимает, почему доверяет тем или иным источникам, знает ли основы фактчекинга и применяет ли его в своем повседневном медиапотреблении.

Для проведения социологического исследования была разработана анкета, в которую вошли, помимо вопросов о привычках медиапотребления участников, достоверные и фейковые тексты новостей, взятые с информационных ресурсов РИА «Новости», ИА «Панорама» и сконструированные автором на основе критериев квалификации достоверной и фейковой