

PR-БИОГРАФИЯ СОВРЕМЕННОГО РОК-ПОЭТА В МЕДИАСРЕДЕ

Е. В. Локтевич

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

Цель статьи – осмысление жанра PR-биографии в фокусе задач медиарилейшнз и дискурсных возможностей интернет-среды. Выявляются пути трансформации коммуникативного запроса разных реципиентных групп, приемы организации созидательного процесса между новыми медиа, креативной медиаличностью, субъектами маркетинговой сферы и целевой аудиторией рок-творчества. Определяются жанровые и медиакультурные маркеры PR-биографии современного рок-поэта.

Ключевые слова: PR-биография; биография; рок-поэт; PR-дискурс; медиаличность; медиарилейшнз; медиасреда.

PR BIOGRAPHY OF A MODERN ROCK POET IN THE MEDIA ENVIRONMENT

E. V. Loktevich

*Belarusian State University,
9, Kalvariyskaya Str., 220004, Minsk, Republic of Belarus
Corresponding author: E. V. Loktevich (lichorad.kat@mail.ru)*

The purpose of the article is to understand the genre of PR biography in the focus of media relations tasks and the discursive capabilities of the Internet environment. Ways of transforming the communicative request of different recipient groups, methods of organizing the creative process between new media, creative media personality, subjects of the marketing sphere and the target audience of rock creativity are identified. Genre and media cultural markers of the PR biography of a modern rock poet are determined.

Key words: PR biography; biography; rock poet; PR discourse; media personality; media relations; media environment.

Медиапространство – это «социально конструируемое понимание мира», оно имеет физическую и «виртуальную» географию [1, с. 246], которая, однако, может синтезироваться благодаря коммуникационной мобильности, конвергенции и интерактивности. Медийное и масс-медийное пространства в совокупности воздействуют на создание и реализацию биографического факта, осмысленного в свете имиджевого стратегирования и художественно-образного претворения. Интерпретировать биографические сведения о современном рок-поэте, представленные в медиасреде, необходимо в междисциплинарном ракурсе. Это позволит выявить комплекс направлений, способствующих постижению композиционных особенностей PR-биографии, ее философской, культурной, художественной, маркетинговой завершенности.

Так как медиареальность, «создавая медийную среду обитания индивида, своеобразную квазиреальность» [1, с. 265], способна заменить социальное бытие для всех участников рок-события / рок-поэта, рок-группы, поклонников, друзей, случайных лиц, иного окружения), то и биография рок-поэта уже не может оставаться только в зоне информационно-филологической – она переходит в зону виртуально-(нейро) маркетинговую, где определены свои правила функционирования.

Современная рок-поэзия находится в контексте медиакультуры, а ее автор создает не только рок-текст, но и включается в коммуникацию об этом тексте. Это делает необходимым выработку авторской стратегии взаимодействия с аудиторией и рождает «новую форму публицистики – самопрезентация личности и творчества художника» [2, с. 227], которая, очевидно, связана с PR-технологиями и жанром PR-(авто)биографии.

Трансформация коммуникативных потребностей человека привела к «изменениям характера представленной информации в Интернете» [3, с. 17]. Сформировалась новая коммуникационная среда, к признакам которой исследователи относят «интерактивность в отношении с аудиторией», «новый язык медиа (мультимедиа)», «новую грамматику в виде гипертекста с перекрестными ссылками на интернет-ресурсы», «широкий спектр возможностей для новых медиа» [4, с. 137]. Такие преобразования не могли не сказаться на содержательно-формальных особенностях биографических материалов о творческой личности, представленных в медийной среде, включающей не только традиционные формы СМИ, но и новые медиа, интернет-ресурсы. Компьютер, пишет Н. Б. Кириллова, не только стал важной составляющей глобального полилога, но и «новым динамизированным способом существо-

вания самой медиакультуры» [5, с. 111]. Биографические данные о современных русских рок-поэтах необходимо создавать и распространять с учетом нового запроса целевой аудитории и всех участников возможного диалога с биографируемым.

Главный интенциональный ориентир PR-дискурса – «донесение до массового сознания и закрепление в нем благоприятного представления о конкретном социальном институте» [6, с. 213–214] – ярче всего проявляется в текстах медиарилейшнз. К жанровым формам дискурса медиарилейшнз ученые относят жанровый дискурс специальных мероприятий для СМИ (пресс-конференция, брифинг, пресс-тур) и жанры документального медиадискурса (факт-лист, письмо в редакцию, пресс-кит, пресс-релиз, бэкграундер, программа пресс-конференции, коммюнике и др.) [6, с. 214]. В рамках большинства этих жанров осуществляются создание, реализация и обработка жизнеописательных материалов, включенных в комплекс PR-биографии рок-поэта, которая сегодня должна пониматься как гипертекст, ориентированный на разные целевые аудитории. Системное функционирование множества жанровых структур медиарилейшнз в PR-биографии современного рок-поэта требует разработки определенной медиастратегии продвижения творческо-биографическо-медийной «карты» биографируемого.

Медиастратегией в сфере реализации поэтического творчества можно называть как одно мероприятие, так и комплекс ивентов «из сектора креативного арт-пиара», осуществляемых для достижения конкретной коммуникативной цели (например, привлечение новых читателей-подписчиков) [7, с. 223]. PR в Интернете имеет множество преимуществ по сравнению с другими PR-технологиями, ведь Интернет как средство продвижения PR-сообщения в Сети оказывает мультиэффект на целевую аудиторию [8, с. 281].

Медийно оформленные биографические данные о творческой личности, которые попадут в пресс-релиз, пресс-кит, лид, резюме, заметки и другие «короткие» жанры, могут включать следующую информацию о рок-поэте: ФИО и / или творческий псевдоним; дата и место рождения; образование и профессиональная подготовка; карьерный путь и достижения в рок-сфере, в других сферах; участие в культурных мероприятиях и творческих проектах; работа в смежных отраслях; награды и признание в рок-индустрии; отношения с другими медийными личностями, коллегами, представителями культурной среды; фрагменты

публичных выступлений, интервью или публикаций разного стиля и типа речи; личная жизнь и дружеское окружение.

Обозначенный перечень био-маркеров становится доступным благодаря разным источникам, например, официальным (авто)биографиям, рекламным и иным маркетинговым материалам, интервью, статьям в СМИ, сведениям в интернет-среде (профили в социальных сетях, блоги в мессенджерах, авторские тексты на сайтах рок-поэтов, другие медийные материалы). Системное изучение создания, реализации и интерпретации сведений о биографируемом в медиасреде будет способствовать выявлению специфики оформления коммуникативных связей между всеми участниками биографического события.

Библиографические ссылки

1. *Байчик А. В.* Массмедийное пространство ценностного конфликта: дисс. ... доктора политических наук: 5.9.9. СПб.: Санкт-Петербургский гос. ун-т. 2022. 1058 с.
2. *Малинина Н. Л.* Художественная культура и медиасреда синтеза художественного образа и публицистики // Контекст и рефлексия: философия о мире и человеке. 2017. Т. 6. № 6А. С. 227–234.
3. *Сидорова И. Г.* Коммуникативно-прагматические характеристики жанров персонального интернет-дискурса (сайт, блог, социальная сеть, коммуитарий): дисс. ... канд. филол. наук: 10.02.19. Волгоград: Волгоградский гос. ун-т. 2014. 249 с.
4. *Бирюкова Ю. В., Новгородова Э. А., Кичкина Е. Г.* Новые медиа как современная коммуникационная среда для взаимодействия СМИ и аудитории // Международный научно-исследовательский журнал. 2021. № 2 (104). Ч. 2. С. 137–140.
5. *Кириллова Н. Б.* Медиасреда российской модернизации: монография. М.: Академ. Проект. 2005. 400 с.
6. *Русакова О. Ф., Русаков В. М.* PR-Дискурс: теоретико-методологический анализ. Екатеринбург: Ин-т филос. и права УрО РАН; Ин-т междунар. связей. 2008. 282 с.
7. *Данилова С. А., Бильченко Е. В.* Феномен креатива в медиастратегиях поэтов XXI века // Полилингвильность и транскультурные практики. 2020. Т. 17. № 2. С. 221–230.
8. *Синяева И. М., Маслова В. М., Синяев В. В.* Сфера PR в маркетинге: учеб. пособие. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2007. 383 с.