

## Особенности освещения изобразительного искусства в российских СМИ.

Научный руководитель – Аникина Мария Евгеньевна

*Поклонская Алиса Валентиновна*

*Аспирант*

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет журналистики, Москва, Россия  
*E-mail: lisa-alisa\_93@mail.ru*

В условиях проникновения медиа во все сферы деятельности человека и стремительного научно-технического прогресса происходят изменения самой природы произведений искусства, способов их распространения и продвижения, а также трансформации публикой. На сегодняшний день мир находится в ситуации глобального переосмысления представлений об искусстве (как на научно-теоретическом уровне, так и на уровне художественной практики), особенностей восприятия его через медиа и необходимости понимания характера освещения искусства в современных СМИ.

Занимаясь исследованием процесса медиатизации искусства, мы остановили внимание на художественном музее как популярной форме массовой коммуникации и основном социальном пространстве, где непосредственно экспонируемое искусство наиболее доступно широкому зрителю.

С целью определения места, отводимого изобразительному искусству в современном медиапространстве, средств его репрезентации и статуса лиц, представляющих искусство в российских массмедиа, нами был проведен контент-анализ публикаций культурной тематики отечественных СМИ.

Схема анализа публикаций российских СМИ, посвященных художественным музеям включала 15 категорий, среди которых в контексте данной темы наибольший интерес представляют: предметная направленность публикации, жанр публикации, лексические особенности журналистских текстов, характеристики иллюстративного материала, отношение автора к предмету публикации.

Как показал контент-анализ 1759 публикаций неспециализированных отечественных СМИ, большинство материалов культурной тематики освещают традиционную музейную деятельность. В то же время стремящийся к привлечению широкой аудитории, музей XXI века воспринимается уже не как место «элитного сохранения культуры», но как центр свободного времяпровождения, массового общения и организации досуга. Вероятно, поэтому значительная часть публикаций носит развлекательный характер. Однако изобразительное искусство представляет собой сложное явление, требующее специализированных знаний. Для его восприятия и истолкования массовой аудитории требуется посредник. Главным посредником и «переводчиком» с языка искусства в современном мире становятся СМИ. Следствием демократизации музея является тенденция к упрощенному характеру репрезентации искусства: языковой простоте публикаций, отказу от специальной лексики, широкому употреблению иллюстративных материалов.

Вместе с тем, исследование показало, что ориентир журналистов на новостной поток, явное доминирование информационных жанров в публикациях культурной тематики приводят к нивелированию роли журналиста, его отказу от выражения собственного мнения. Оценивая результаты проведенного исследования в общекультурном контексте можно сформулировать предположение о том, что аналитическая и культурно-образовательная функции переходят от СМИ к самим музеям, осуществляющим образовательную, просветительскую и аналитическую деятельность на собственных сайтах и в социальных сетях.

