

"Отражение современного искусства общественно-деловым изданием"

Научный руководитель – Оноприенко Алеся Васильевна

Асриян Нелли Самвеловна

Студент (бакалавр)

Северо-Кавказский федеральный университет, Ставрополь, Россия

E-mail: asriyan.nelly30@icloud.com

Внимание к теме современного искусства во всем мире в целом и на территории России в частности значительно возросло. Заинтересованность в современном искусстве перестает быть свойственной только узкоспециализированной аудитории и становится доступным способом расширения миропонимания для любого человека.

Искусство является отражением той эпохи и культуры, в которой существует. В данном исследовании под понятием «современное искусство» мы подразумеваем художественные практики, сформировавшиеся и закрепившиеся во второй половине XX века, в расцвет модерна, постмодерна и еще более сотни новых течений и направлений. На этом этапе в искусстве начинают находить свою острую интерпретацию социальные, исторические и политические явления. Набирает силу поиск новых форм и материалов, арт-процесс выходит на новый уровень благодаря развитию технологий. Все вышеперечисленное в сумме образует массовость современного искусства. Это дает людям возможность прочувствовать неисчислимое количество нового опыта от созерцания и осмысления произведений, будь то картина, инсталляция или перформанс.

Проникновение данной темы в СМИ под видом досуговой журналистики произошло в прошлом веке, а свое должное развитие она получила в специализированных изданиях (Цветова, 2012). Сегодня же, во времена масс-медиа, СМИ все более укрепляют за собой право формировать общественные взгляды на современное искусство и его деятелей. Поэтому важно рассмотреть, как строится медиаотражение темы современного искусства в СМИ на нынешнем этапе, чтобы определить, как оно воспринимается аудиторией, какой окончательный образ формируется в глазах аудитории.

Тема многогранна и масштабна, затрагивает многие аспекты жизнедеятельности современного общества, что не позволяет игнорировать ее даже СМИ с деловой направленностью. Исходя из этого утверждения для исследования методом сплошной выборки было отобрано 215 публикаций на тему современного искусства в общественно-деловом интернет-издании Kommersant.ru, опубликованных с марта 2017 года по март 2020 года. Отобранные тексты классифицировались по следующим признакам: место и время публикации в издании, жанр, содержание.

Начать стоит с того, что из общего количества публикации за три года (23506), теме современного искусства посвящены 215, что составляет 1%. Ограничивая временной промежуток с трех лет до одного 2019 года, мы представили, как на его протяжении менялся интерес к теме и с чем он был связан. За 2019 год было опубликовано в общем 74 материала о современном искусстве. Максимальное количество публикаций за месяц, а именно 11, наблюдается под конец года, в ноябре и декабре. Минимальное же количество, т.е. 1 публикация - в августе. Интерес к выбранной для исследования теме довольно непостоянное явление и зависит от инфоповодов в данной сфере. Высокое внимание проявляется в апреле и в сентябре, обычно именно в это время проходят крупные арт-мероприятия. Большое внимание же к современному искусству в ноябре и декабре обуславливается проходящим в это время судебным разбирательством по делу Кирилла Серебрянникова. В остальное

же время уровень интереса остается либо низким, либо средним. Таким образом, тема современного искусства для интернет-издания *Kommersant.ru* не является первостепенной, а скорее носит досуговый и заполняющий характер, что обуславливается типом самого издания.

Говоря о жанрах (Тертычный, 2000), доминирующей стала информационная группа, в нее входят такие жанры как заметка, информационная корреспонденция, репортаж и некролог, общее количество составляет 179 публикаций. Аналитические же жанры представлены в меньшинстве, это аналитическое интервью, статья и рецензия, их сумма равна 41 публикации. Из этого следует, что современный арт в издании представляется скорее как предмет информирования, а не аналитики. Формирование медиаобраза не является первостепенной задачей интернет-издания.

Далее, разбив материалы на 8 тематических линий, получилось, что 70 публикаций посвящены выставкам и различным арт-мероприятиям, 48 публикаций рассказывают о судах и разбирательствах в данной сфере, 33 публикации причастны непосредственно к произведениям современного искусства. Были выявлены 22 публикации, раскрывающие подтему арт-рынка, 19 публикаций, посвященных медиа-личностям и деятелям искусства. Так же выявлены 13 публикаций о грантах и премиях и по 5 публикаций о музеях и о медиа-личностях, рассказывающих об искусстве.

В целом в материалах издания все еще присутствует не ярко выраженное разделение аудиторной направленности текстов на общественную массу и на специалистов в данной сфере. Отличие между ними заметно лишь в использовании терминологии, свойственной более углубленному погружению в современное искусство. Масштабные публикации не лишены художественности. Они привлекают внимание не только размером и остроумными заголовками, но и качеством самого текста. Именно в больших материалах наиболее подробно и положительно формируется образ современного искусства, как чего-то злободневного, актуального, как основы множества коммуникаций и связующего звена. Читателям представляют не только отечественное современное искусство, но и зарубежное, хоть и в меньшем количестве, представлены разные направления, от живописи до перформанса. Кроме того интересно, что медиаобраз современного искусства раскрывается и с денежной стороны. Аудитории предлагается взглянуть на искусство как на товар, как на перспективную инвестицию. Первостепенно медиаобраз современного арта преподносится с разных сторон, характеризуется многопланово, начиная эстетической составляющей, как самостоятельное, набирающее популярность явление. Где-то медиаобраз складывается напрямую со слов, представленных в тексте и принадлежащих той или иной медиа-личности, связанной с современным искусством. Так же образ формируется для аудитории на фоне поддержки данной области разнообразными социальными и политическими организациями, утверждающими те же гранты, что свидетельствует о важности развития арт-мира. Есть материалы, в которых медиаобраз современного искусства формируется с помощью описания непосредственно мест его представления: музеев и арт-пространств. В некоторых материалах образ строится через призму взглядов и оценок медиа-личностей из разных сфер деятельности. Не все взгляды положительно отражают современное искусство, но большинство все же профессиональны либо компетентны в данной сфере.

Подводя итог, наблюдаем, что окончательный медиаобраз современного искусства преподносится с большого количества сторон, а не однобоко. Затрагиваются эстетический, денежный и человеческий аспект. Создается положительный образ современного искусства как явления все более актуального и интересного для исследования.

Источники и литература

- 1) Тертычный А.А. Жанры периодической печати. – М., 2000.
- 2) Цветова Н.Г. Дискурс искусства в современной российской журналистике // Вестник СПбГУ. – 2012. – №1. – С. 231-237.
- 3) Juste C. Art, médium, media // L'Harmattan. – Paris, 2018. – 333 p.