

О.А.Рыжкова

МУЗЕЙ В МЕДИАПРОСТРАНСТВЕ РЕГИОНА: ЖАНРЫ, ИНФОПОВОДЫ И КОММЕНТАРИИ

В статье исследуется положение арт-журналистики в региональных общественно-политических медиа. Музей, как научный институт, сохраняющий историческое наследие, приобретает новый статус. Заинтересованность учреждений культуры в привлечении аудитории порождает включение СМИ в деятельность музея. В этом взаимодействии формируются информационные запросы и жанровая система, идет поиск актуальных форм подачи материала.

Ключевые слова: музей, информационный повод, жанр, резонанс

Современные публикации на тему культуры выросли из очерков советской прессы на экспозиционные темы и научных статей, посвященных, например, археологическим изысканиям. Таким образом, сложились стереотипы, представляющие музейную деятельность как предмет для написания «рассказа», а новости музея — как события в региональном информационном поле.

Однако сегодня музеи перестают быть только хранилищем, они берут на себя развивающую и образовательную функцию, претендуя на живой диалог с аудиторией. Музей под воздействием социокультурных преобразований начинает разворачиваться к посетителям, не просто показывать некие выставочные объекты, а ещё и рассказывать про них историю. М.Маклюэн относил музеи к коммуникационным средствам, подчеркивая необходимость изменения характера их деятельности, ее нацеливания на оптимизацию обратной связи, что необходимо для работы музея как канала культурной коммуникации [1].

Наряду с сохранением культурного достояния, музеи развивают инновационные методики его интерпретации: акции и перформансы, празднества, творческие встречи, рождественские и весенние балы, тематические лекции и мастер-классы. Какое отражение эти преобразования находят в современных СМИ? Сколь важны они для контакта с посетителем, мониторинга обратной связи и существования музея в целом?

Согласно утверждению «медиа — это не просто средство для передачи информации, это целая среда» [2], поэтому любое культурное событие, попадающее в сферу внимания СМИ, приобретает особую значимость для потенциальной публики, что очень важно в музейном мире. Как коммуникационное средство музей должен быть полноценной частью медиасреды, которая фиксирует реальность. Та субъективная реальность, которую воспринимает аудитория, во многом создается не тем, что человек видит своими глазами, а тем, как ему об этом рассказали, как интерпретировали, как эмоционально окрасили. Становится понятным, что в современном медиапространстве событие из выставочного зала станет заметным для широкой публики только в непосредственной взаимосвязи с PR-составляющей.

Обычно самые распространенные темы для общественно-политических региональных СМИ — политика, экономика, здравоохранение и образование. Однако в связи с культурно-исторической спецификой Великого Новгорода прочное место в СМИ новгородского региона занимают новости культуры. Важную роль здесь играет брендинг территории, представляющее Великий Новгород как родину России и системообразующая деятельность Новгородского музея-заповедника (далее — НГОМЗ), регулярно осуществляющего выставочные проекты и входящего в десятку лучших музеев России. Справедливой представляется такая оценка ситуации: «имеет место сочетание условий, способствующее особому потенциалу территории — историко-культурная уникальность, природно-ландшафтная уникальность, архитектурная уникальность» [1].

В целом в России за время существования арт-журналистики как в профильных, так и непрофильных изданиях сложилась определённая система жанров:

1) «Горячая» новость — сжатый краткий материал, оперативно информирующий о событии, которое уже произошло или должно произойти. Поводом чаще всего служат культурные события федерального масштаба, посещение региона знаменитостями, международные конференции.

2) Статья-справка — это материал справочного характера с образовательно-просветительской функцией и ослабленным новостным элементом. Это может быть вкрапление в основной материал, например, биографии художника или исторического контекста. С данным жанром тесно связаны врезки — это краткие статьи, факты, мнения, которые оживляют восприятие, являются дополнительной иллюстрацией к мыслям в статье, выделяются внутри текста в отдельный текст.

3) Аналитическая статья — рассматривает проблему или событие в контексте её взаимосвязи с другими событиями и общими тенденциями. Достаточно редкий жанр для арт-журналистики.

4) Интервью с экспертом. Интервью попадает на страницы новостных порталов в случае, когда сам интервьюируемый является предметом интереса публики, либо пост-фактум какого-либо события или арт-проекта, помогая посмотреть на произошедшее под другим углом.

5) Репортаж — описание происходящего непосредственно с места события с целью создать у читателя эффект присутствия, наиболее полное представление о происходящем. Этот жанр — один из самых распространённых, сопровождающий открытия выставок и другие музейные акции.

6) Обзор — описание ряда событий и явлений, имеющих какой-либо общий признак. Часто является своеобразным подведением итогов продолжительных проектов с образовательной составляющей, научно-практических конференций и пр.

7) Рецензия — обоснованная, развёрнутая точка зрения на какой-либо творческий продукт. Основной задачей здесь будут оценка произведения, его достоинств и недостатков.

8) Очерк (эссе) сочетает в себе авторское видение с элементами рассуждения и анализа, художественность и документальность.

Как мы видим, обращение к тем или иным жанрам непосредственно связано с неким событием или персоной. Важнейшей составляющей деятельности любого музея, определяющей его статус и занимаемую нишу, являются специально организуемые музейные события, которые можно отнести к нескольким группам:

— Открытия выставок, как правило, представленные анонсами на региональных сайтах и в электронных версиях изданий. Характер подобных материалов безоценочный, информативный.

— Проведение праздников, фестивалей, перфомансов, таких как «Ночь музеев». Сообщения, посвященные этим проектам, обычно вызывают больший отклик и положительно окрашены.

— Презентации на площадке музея изданий, каталогов и другой подобной продукции.

— Проведение научно-практических мероприятий. Материалы о конференциях носят чисто информационный характер, но работают на укрепление статуса музея как крупнейшего культурно-научного центра региона.

— Встречи с художниками, тематические лекции и т.д.

К сожалению, объём статьи не даёт возможности сосредоточиться на всех информационных источниках. В настоящее время Интернет всё больше и больше завоёвывает область традиционных СМИ, газеты и телеканалы стараются освоить виртуальное пространство, поэтому мы сузим область источников до наиболее цитируемых региональных медиаресурсов: Novgorod.ru, 53news.ru, сетевого ИА «Великий Новгород» и газеты «Новгородские ведомости» (интернет-версия). Автор статьи исследовал контент, касающийся музейной деятельности за период 2018—2019 гг. Количество рассмотренных за указанный период публикаций на обозначенную тему таково: ресурс Novgorod.ru — 610, 53news.ru — 240, ИА Великий Новгород — 110, газета «Новгородские Ведомости» — 55 (включая фоторепортажи без текста).

Лидирующий по числу публикаций ресурс Novgorod.ru, освещающий местные новости, имеют колонку *Культура*. Представленные в рубрике материалы чаще всего анонсируют грядущие выставки и другие культурные события. Присутствуют и сведения рекламно-туристического плана — «Великий Новгород на выходных: что посмотреть?» Публикуются тексты, импортированные с сайта Департамента культуры и туризма, носящие, в основном, характер пресс-релизов. Например, материал про выставку Никаса Сафронова «Лето впечатлений» отвечает на основные вопросы — где? (Десятинный монастырь), когда? (12 июля — 12 августа 2018г), касается уникальности авторского направления и количества выставленных работ, предоставляя возможность полотнам Н.Сафронова говорить за себя самим. К международному Дню музеев приурочена обзорная статья про НГОМЗ, готовящихся там выставках, исследовательской работе и пр. Традиционно широко представлен анонс Ночи музеев, с подробным описанием работы площадок. Редкие комментарии к теме касались, в основном, истории возникновения акции, а также негативного отзыва на цены билетов. Некоторые статьи добиваются большего резонанса. Например, к статье от 16.01.19 *В Москве в Музее победы откроется выставка «Новгород: хроники освобождения»* прикреплен опрос — пойдете ли вы в выходные смотреть реконструкцию боёв за освобождение Новгорода (количество ответивших респондентов — 1018 человек). Более развернутые сообщения касаются таких полномасштабных музейных проектов, как открытие Музея Великого моста, включающие научно-просветительский контент и пояснения научных сотрудников музея. Закономерно, что и комментарии здесь положительные: *Новость хорошая, добрая*. Касается ресурс и меркантильной стороны дела — финансирования отдельных культурных проектов (реставрация Юрьева монастыря, фестиваль «Сарафан») или отсутствия такового — *У властей нет денег на восстановление усадьбы Онег*. Последняя новость собрала рекордное количество негативных комментариев — *Есть только деньги на строительство усадеб неизвестным министрам, где позднее можно открыть Музеи коррупции, клептомании и психопатическому стяжательству*. Несомненным достоинством портала является его просветительская составляющая — раздел *История и культура* знакомит всех желающих с многообразием этих аспектов Новгородской земли.

53news.ru с работающими ссылками *музей, культура, Великий Новгород, история* так же предлагает своим читателям в основном, материалы ознакомительного характера. Статья о Дне музея знакомит с распределением музейных экспонатов на душу населения, и, несмотря на врезку о создании Музея древностей, не претендует на полномасштабное изложение. Зато Ночь музеев кроме анонса описана в итоговой статье, где приобрела оценку — «На наш взгляд постоянных участников, получилась достаточно компактной и более научной (по сравнению, например, с разгульной и веселой «революционной» ночью), и не столько развлекательной, сколько познавательной». Приблизительно такое же количество просмотров (около 800) у материала про Центр музыкальных древностей и прошедший в нем вечер памяти В.И.Поветкина.

Отличительная черта многих репортажей — большое количество фотографий (автор — А.Кочевник), прекрасно иллюстрирующих текст. Статьи о выставках, уже произошедших, зачастую включают интервью с её создателями. Например, беседа с художником Андреем Романюковым, автором выставки о Великой войне и Великой смуте (материал от 23.02.19). Инфоповодом служат не только выставки, например, статья от 12.02.19 рассказывает о перемещении полотна Виллевалде «Открытие памятника Тысячелетия России» в реставрационные мастерские. Несмотря на достаточно полное изложение и иллюстративный материал, статьи за исчерпывающей информацией отсылают на сайт первоисточника — таково, например, сообщение про выставку «О монастыре Иверском на Святом озере» от 02.11.18. К обзору могла бы относиться статья о сентябрьской выставочной волне КЦ «Диалог», но она, опять же, отсылает читателя к первоисточнику — сайту центра. Как видим, новости портала 53news.ru преимущественно знакомят аудиторию с ожидаемыми выставками. Вопреки достаточному числу просмотров, обратная связь представлена, как максимум, одним-двумя комментариями. Это явно не дотягивает до общественного резонанса, вызванного пропажей картины из Третьяковской галереи, что, может быть, и к лучшему.

В информационном агентстве *Великий Новгород.ru* новости культуры в соответствующей рубрике соседствуют с новостями о науке и образовании, а также вводными данными о различных конкурсах. Статьи в основном краткого содержания, ознакомительного характера — например, программа торжеств, посвященных Дням славянской письменности и культуры. Встречаются и материалы, в которых присутствует научная составляющая, а в основу положено экспертное мнение. Таковы статьи, посвященные выставкам «Сбережённый мир» — с историческим экскурсом, охватывающим 420 лет существования церкви Успения Богородицы — и «Средневековая рукописная книга: инструкции по выживанию».

«Новгородские ведомости» отличаются от рассмотренных источников — под тегами *Культура* и *Актуальное интервью* — беседы с новгородскими деятелями культуры, реставраторами, художниками. Заведущая музеем «Витославицы» Олеся Гаврилова, искусствовед Сергей Пухачев, иллюстратор Новгородских сказок Карина Соловьёва, фотограф Марк Назаров, художник Александр Олигер — вот лишь немногие, кто делится с читателями своим взглядом на грядущие проекты и творчество. Присутствует и рубрика, иллюстрирующая события непосредственно — *Фоторепортаж*. Ночь музеев, Пасха в Витославицах, Покровский бал в Дворянском собрании, октябрьская выставочная волна в Диалоге представлены в десятках репортажных фотографий.

По результатам изучения самых востребованных информационных источников можно прийти к некоторым заключениям. Новости культуры находят актуальное отражение в новгородских СМИ, периодичность появления — два-три раза в неделю. Сообщения имеют одиночный характер, подкрепляются иллюстративными фотоматериалами. Жанровое разнообразие невелико — это информационные заметки, статьи и обзоры, предваряющие выставочные проекты. Практически не встречаются рецензии и аналитика — возможно, не хватает экспертов в данной области, либо времени на детальное освещение событий у журналистского состава из-за загруженности. Традиция брать интервью сохранилась преимущественно у газеты «Новгородские ведомости». Экспертные мнения и научные экскурсии обычно сопровождают наиболее масштабные проекты. Характер материалов безоценочный или положительный, так же, как и немногочисленные комментарии. Возможно, «функцию обсуждения материалов коллег выполняют форумы, переписки, ссылки на источник» [4].

Современная социо-культурная ситуация обязывает музей совершенствовать систему работы с аудиторией. На это реагируют местные СМИ, пытаясь выйти за предлагаемые рамки узкопрофессиональных тем и привлечь к освещаемым событиям любительскую аудиторию. В данном случае важен сам процесс формирования аудитории, испытывающей регулярную потребность и в культурно-просветительской деятельности медиа, и в посещении выставок. Музей становится источником информации и партнёром в совместных медиа-проектах, все большее количество людей вовлекается в информационный поток, создаваемый музеем.

Интернет освещает самую актуальную информацию, даже традиционные СМИ пытаются удержаться в рейтингах, создавая свои сайты и используя социальные медиа в качестве инструмента продвижения. Можно сказать, что информационные источники и аудитория обоюдно сменяют друг друга. Ведь пользователи не открывают какой-либо один сайт, не смотрят исключительно телевизор или не покупают какую-то одну определенную газету. Одно и то же культурное событие можно воспринимать трансмедийно, из разных источников: статей в рубрике, мессенджеров, обсуждений в социальных сетях, репортажей. Интерпретация культурных событий имеет большие перспективы. Несмотря на отсутствие аналитического медиаконтента, даже короткие упоминания о выставках, презентациях, фестивалях привлекают аудиторию и увеличивают её культурный уровень, тем самым реализуя просветительскую задачу СМИ.

1. Маклюэн Г.М. Понимание Медиа: Внешние расширения человека. / Пер. с англ. В.Г.Николаева. М., 2003 [Электр. ресурс]. URL: <https://gtmarket.ru/laboratory/basis/3528> (дата обращения: 01.05.2019).
2. Кириллова Н.Б. «Media studies» в контексте теоретических исследований прикладной культурологии // Человек в мире культуры. 2012. № 4. С. 35-42 [Электр. ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/media-studies-v-kontekste-teoreticheskikh-issledovaniy-prikladnoy-kulturologii> (дата обращения: 01.05.2019).

3. Каминская Т.Л. Арт-дискурс в региональных интернет-медиа // Вестник НовГУ. Серия: Гуманитарные науки. 2015. № 4(87). Ч. 1. С. 14.
4. Белоус Ю.М. Музыкальное событие как инфоповод в современном медиапространстве: особенности привлечения внимания аудитории [Электр. ресурс] // Арт-журналистика в современном медиапространстве: Сборник научных статей. Казань, 2016. С. 96-104. URL: https://dspace.kpfu.ru/xmlui/bitstream/handle/net/110719/ajsm2016_96_104.pdf?sequence=-1 (дата обращения: 01.05.2019).

References

1. McLuhan Herbert Marshall. Ponimanie Media: Vneshnie rasshireniya cheloveka. Moscow, 2003 (Orig.: McLuhan Herbert Marshall. Understanding Media: The Extensions Of Man. 1st Ed.: McGraw Hill, 1964). Available at: <https://gtmarket.ru/laboratory/basis/3528> (accessed: 01.05.2019) (In Russ.).
2. Kirillova N.B. "Media studies" v kontekste teoreticheskikh issledovaniy prikladnoy kul'turologi ["Media studies" in the context of theoretical studies of applied cultural science]. Chelovek v mire kul'tury, 2012, no. 4, pp. 35-42. Available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/media-syudies-v-kontekste-teoreticheskikh-issledovaniy-prikladnoy-kulturologii> (accessed: 01.05.2019).
3. Kaminskaya T.L. Art-diskurs v regional'nykh internet-media [Art discourse in regional Internet media]. Vestnik of NovSU, Gumanitarnye nauki Series, 2015, no. 4(87), part 1, p. 14.
4. Belous Yu.M. Muzykal'noe sobytie kak infopovod v sovremennom mediaprostranstve: osobennosti privlecheniya vnimaniya auditorii [Musical event as an information channel in modern media space: features of attracting the attention of the audience]. Coll. of papers "Art-zhurnalistika v sovremennom mediaprostranstve". Kazan', 2016, pp. 96-104. Available at: https://dspace.kpfu.ru/xmlui/bitstream/handle/net/110719/ajsm2016_96_104.pdf?sequence=-1 (accessed: 01.05.2019).

Ryzhkova O.A. Museum in the region media space: genres, newsbreaks and comments. The article examines the position of art journalism in modern socio-political media. The museum, as a scientific institution that preserves its historical heritage, acquires a new status. The interest of cultural institutions in attracting new audiences creates the inclusion of the media in the museum. In this interaction, information requests and the genre system are formed, the search for relevant forms of presentation of the material is undertaken.

Keywords: museum, newsbreaks, genre, resonance.

Сведения об авторе. Ольга Александровна Рыжкова — сотрудник научно-фондовой службы НГОМЗ, соискатель кафедры журналистики НовГУ (научный руководитель Т.Л.Каминская); utjhubq2006@yandex.ru.

Статья публикуется впервые. Поступила в редакцию 15.05.2019. Принята к публикации 30.05.2019.