Марина Александровна Бережная

Санкт-Петербургский государственный университет

m.a.berezhnaya@spbu.ru

**Эстетическая оценка аудиовизуального журналистского контента: кластер впечатления**

Определение релевантных эстетических критериев журналистского произведения в их связи с динамикой зрительских предпочтений становится актуальной исследовательской задачей. Такая задача является частью проекта «Эстетика аудиовизуальной журналистики: тенденции функциональных трансформаций», который реализуется на кафедре телерадиожурналистики СПбГУ.

Ключевые слова: эстетика журналистики, эстетические критерии, журналистское произведение.

Указывая на неизбежную и возрастающую роль эмоциональной составляющей в современной журналистике, Ч. Беккет и М. Дузе подчеркивают необходимость поддерживать этическую, социальную и экономическую ценность журналистики в новой эмоциональной среде [1]. М.В. Загидуллина полагает, что эстетические характеристики сообщения, в частности уникальность, глубина соответствия содержанию, яркая интеллектуализация, станут ключевыми в дальнейшем функционировании медиа и обеспечат преимущества в условиях конкуренции [4]. Поскольку в эстетическом восприятии происходит согласование культурного габитуса реципиента и художественного поля и они взаимно обусловливают друг друга [3], внимания требуют аспекты интерпретации эстетических посланий журналистских произведений. Таким образом, определение релевантных времени эстетических критериев журналистского произведения в их связи с динамикой зрительских предпочтений становится актуальной исследовательской задачей.

Такая задача является частью коллективного проекта «Эстетика аудиовизуальной журналистики: тенденции функциональных трансформаций», который реализуется на кафедре телерадиожурналистики СПбГУ. На предварительном этапе проекта были сформулированы исходные факторы эстетической оценки журналистского контента, включающие темпорально-стилистические, документально-художественные, функциональные характеристики, а также параметры массовости / индивидуальности, стандарта / уникальности, которые стали основой кластеров эстетических критериев: цельности выразительности, производства и впечатления [2].

Исследование носит фундаментальный характер, но включает в себя осмысление широкого спектра эмпирических практик и их восприятия в аудиториях, что предусматривает использование методов контент-анализа и фокус-группы, в частности, для выявления и описания модификаций аудиовизуальных компонентов журналистских публикаций и определения восприятия их смысловых интерпретаций. Кластер впечатления включает аспекты взаимодействия произведения с адресатом и включает критерии понимания, интерпретации, ассоциации, эмоциональной оценки.

В качестве эмпирического материала исследования в проекте представлен контент, отражающий события (информационный), проблемы (актуализацию угроз), феномены/процессы (познавательные публикации), человека (портрет). Предполагается предварительный контент-анализ публикаций, их экспертная оценка по эстетическим критериям и дальнейшее сопоставление полученных данных с восприятием аудиторий фокус-групп с использованием оценочной шкалы по короткому перечню основных показателей: интересно/неинтересно, позитивно/негативно; задевает/не задевает − общее эмоциональное впечатление; понятно/непонятно − интерпретация доступности смыслов; важно/неважно; запоминается/не запоминается − интерпретации значимости; вызывает доверие/не вызывает доверия − интерпретация достоверности. В дополнение к анкетной оценке планируется обсуждение просмотренного контента в фокус-группах с развернутыми аргументированными оценками в ходе дискуссии.

Предварительные результаты контент-анализа аудиовизуальных материалов позволяют сделать заключения о ситуативной эстетизации в новостном контенте. Отмечается упрощение, деградация визуальности при одной коммуникативной задаче и эстетизация визуального ряда для реализации смыслового воздействия. Наблюдается эстетизация в определенных типах контента: позитивная визуализация в демонстрации социальных проблем, имитация аутентичности в расследованиях, использование зрелищных технологий при демонстрации политических событий, а также активное технологическое насыщение познавательного контента.

Литература

1. Бережная М.А. Эстетическая оценка в профессиональных координатах журналистики // Вопросы журналистики. 2019. № 5. С. 47–61.

2. Загидуллина М. В. Медиаэстетика в аспекте эколингвистического подхода // Język rosyjski XXI wieku: Źródła i perspektywy = Русский язык ХХI века: Истоки и перспективы. Warszawa, 2017.

3. Beckett C. & Deuze M. On the Role of Emotion in the Future of Journalism // Social Media + Society. 2016. July-September. DOI: 10.1177/2056305116662395

4. Bourdieu P. Meditations pascaliennes. P.: Seuil. 1997.