

Лувр – крупнейший художественный музей в Париже и в то же время, самый посещаемый музей мирового искусства. Здание ведет свою историю с 1190 года, но в качестве музея Лувр открыл свои двери лишь 10 августа 1793 года. Масштаб музея настолько велик, что его невозможно полностью обойти за один день. Для этого понадобится, как минимум, неделя, при условии, что вы очень быстро просмотрите все его содержимое [19]. Конечно же, один из самых крупных музеев мира не может обойтись без официального сайта – <https://www.louvre.fr>. За 3 первых месяца тотального локдауна, количество онлайн-посещений музея дошло до 10,5 млн человек, что даже немного превышает годовое посещение Лувра в очном режиме в 2018 (10,2 млн) и 2019 (9,6 млн) годах [7].

Британский музей называют вторым ведущим музеем мира, после Лувра. Возведен в Лондоне в 1753 году и основывался на коллекции трех людей: Хэнса Слоуна, Роберта Харли и Роберта Коттона [11]. В настоящее время, Британский музей занимает 92 тысячи квадратных метров земли и все так же вызывает большой интерес у туристов и ценителей искусства. Имеет свой магазин, разные членства, клубы для обучения, множество видов экскурсий и туров. На официальном сайте Британского музея (<https://www.britishmuseum.org>) располагается вся информация о нем и около 4,5 миллионов виртуальных копий экспонатов, что дает возможность посещать музей в режиме онлайн. Виртуальный музей послужил альтернативой очного посещения и продвижения музея. Особенно в период локдауна 2020 года.

Проанализируем сайты указанных музеев, используя разработанные нами критерии.

1. Навигация сайта

В первом критерии оба сайта схожи, но портал Лувра удобнее тем, что вся информация блока вынесена на одну страницу, нет необходимости открывать множество вкладок. На сайте же Британского музея большое количество разных вкладок на одну тематику, либо очень схожую с ней. Сайту не хватает системности, чтобы одна тема была полностью раскрыта на одной странице, а не разбросана частичными тематиками по сайту.

2. Дизайн

В дизайне у обоих сайтов есть свои недочеты. У Британского музея – это лишь фон на двух страницах: там расположены изображения нескольких неизвестных людей на каком-то мероприятии, более обосновано было бы решение поставить на фон изображение своих экспонатов. На сайте Лувра противоречий правилам несколько больше. Среди них: многообразие используемых цветов и их не сочетаемость; слишком частая смена размера и выделения шрифта – это создает впечатление беспорядка, и некоторая информация просто теряется.

3. Качество контента

Сайт Британского музея превосходит портал Лувра в аспекте наполненности и работоспособности, на нем мы видим большое разнообразие контента. К достоинствам сайта Лувра можно отнести необычные идеи расположения переходных ссылок, грамотный выбор места для информации о цене билетов и правильное разграничение большого текста по микро-темам, благодаря которым, посетитель легко его прочитает и ничего не упустит. Но разработчикам сайта Лувра нужно разобраться с техническими неполадками работы портала, такие как присутствующие, но не работающие кнопки и дефицит информации.

4. Способ связи/контакты

По данному критерию оба сайта хорошо представляют информацию. Помимо обязательно информации, такой как адрес, телефон для связи, электронный адрес, на сайтах располагается и дополнительная информация, например варианты проезда на велосипеде, метро и т. п.

5. Конфиденциальность личных данных

Оба портала полностью раскрывают тему конфиденциальности данных и возможные случаи использования личной информации посетителей. Все решения разработчиков, касаемо этого критерия, нам кажутся правильными и обоснованными.

6. Мобильность

Функция перестройки сайта на разные устройства присутствует на обоих ресурсах. При этом стоит отметить, что сайт Лувра стал мобильным совсем недавно – в начале апреля 2021 г.

7. Упрощенный поиск информации

На официальном сайте Британского музея, точно так же, как и на официальном сайте Лувра, данная функция работает исправно. По ключевым словам, можно найти всю необходимую информацию всего за пару секунд.

8. Перевод

Перевод ресурса оказался слабой стороной для обоих сайтов. Так как это сайты международных музеев – на них должен быть перевод на основные языки мира. Сайт Лувра можно перевести на 4 языка: английский, французский, испанский и китайский, используя меню на главной странице. На сайте Британского музея выбора языков для перевода гораздо больше, но перевести можно лишь одну страницу с аудиогидом. Причем, чтобы найти как это сделать, необходимо сначала найти этот раздел внутри сайта, который в свою очередь, представлен только на английском языке.

9. Раздел для лиц с ограниченными возможностями

Ни тот, ни другой сайт не развил свои возможности в этом направлении. Нет ни аудио, ни видео, ни субтитров, не говоря уже об отдельной ссылке на этот же сайт, но разработанный специально «для лиц с ограниченными возможностями». Это является большим минусом для обоих ресурсов.

10. Раздел с отзывами посетителей

На первый взгляд кажется, что это не так важно, но возможность коммуникации бывших и будущих посетителей могла бы наполнить музей новыми людьми, которые ранее не могли посетить музей из-за неизвестности ожиданий. Но оба сайта снова обошли важный момент стороной. Однако, если разработчики официального сайта Британского музея совсем отказались или не подумали об этой функции, то разработчики официального сайта Лувра сделали этот раздел, но выгрузили на сайт пустую кнопку, после нажатия на которую посетителей перебрасывает на страницу с ошибкой.

11. Виртуальный музей

Основа официального сайта – это его цифровая копия. Это «второе лицо» музея. Ее наличие показывает, что перед нами действительно крупная и ответственная организация. Здесь же мы столкнулись с проблемами относительно этого критерия. Портал Британского музея имеет возможность посещения в онлайн формате, но в нем много недочетов, которые нужно дорабатывать и совершенствовать: это плохое качество изображений и отсутствие описаний экспонатов в самой цифровой копии. На официальном сайте Лувра мы вообще не видим перехода в онлайн коллекцию, хотя при поиске через браузер она есть.

Заключение

Лувр и Британский Музей по праву считаются ведущими мировыми музеями. Об этом свидетельствует их долгая история, масштабные коллекции с огромным количеством экспонатов и число очного и заочного посещения этих музеев в год.

Нами были разработаны критерии для анализа сайтов, которые включают в себя: навигацию по сайту, дизайн, качественный контент, способ связи/контакты, конфиденциальность личных данных, кроссплатформенность и кроссбраузерность, упрощенный поиск информации, перевод, возможность пользования сайтом лицам с ограниченными возможностями, раздел с отзывами посетителей и виртуальный музей.

На основе выделенных нами критериев мы провели полный анализ двух ресурсов: официального сайта Лувра и официального сайта Британского музея. Это позволило нам выявить их слабые и сильные стороны.

Проведенный анализ показал, что даже на официальных сайтах крупнейших музеев мира есть свои недоработки, которые нужно исправить, чтобы получить идеальный пользовательский ресурс. Авторы исследования считают, что разработчикам новых ресурсов будет полезно ознакомиться с нашим исследованием, чтобы в дальнейшем, создавать комфортные в использовании сайты.

Более того, авторы исследования считают, что выделенные критерии оценки сайтов могут служить не только для оценки сайтов учреждений культуры, но и сайтов другой тематической направленности.

Список литературы

1. Артамонова, Ю. С. Музейный сайт: опыт разработки и продвижение / Ю. С. Артамонова. – Текст : непосредственный // Вестник Алтайской государственной педагогической академии. – 2009. – № 9. – С. 25–29.

2. Гендин, Н. И. Создание официальных сайтов и задачи целевой подготовки в системе повышения квалификации руководящих кадров организаций культуры: новый этап реализации идей С. А. Сбитнева / Н. И. Гендин, Н. И. Колкова. – Текст : непосредственный // Вестник Кемеровского государственного университета культуры и искусств. – 2015. – № 42. – С. 20–29.

3. Головина, Е. С. Сайт музея: особенности оптимизации сайта / Е. С. Головина. – Текст : непосредственный // Студенческая наука и 21 век. – 2017. – № 2 (15). – С. 117–118.

4. Грибовская, Н. Н. Виртуальный музей как форма приобщения молодежи к историческому наследию и национальной культуре / Н. Н. Грибовская, О. А. Гуринович. – Текст: непосредственный // Большая Евразия: развитие, безопасность, сотрудничество. – 2020. – № 3-2. – С. 464–466.

5. Гутнова, А. К. Технологии разработки виртуального музея / А. К. Гутнова. – Текст : непосредственный // Сборник материалов региональной научно-практической конференции «Колмогоровские чтения – 2008». – Владикавказ : Южный математический институт Владикавказского научного центра Российской академии наук и Правительства Республики Северная Осетия-Алания, 2009. – С. 11–15.

6. Жирова, Л. И. Интернет-сайт как эффективная форма пропаганды деятельности музея / Л. И. Жирова. – Текст : непосредственный // Чувашский национальный музей: люди, события, факты. – 2015. – № 10. – С. 84–86.

7. За время карантина Лувр насчитал годовое количество визитов, но виртуальных. – Текст : электронный. // Европейская правда : [сайт]. – 2020. – URL: <https://www.eurointegration.com.ua/rus/news/2020/05/25/7110308/> (дата обращения: 18.09.2021).

8. Калатура, Ю. Ю. Современные тенденции развития виртуальной культуры на примере многоаспектного феномена – веб-сайт музея / Ю. Ю. Калатура. – Текст : непосредственный // Журнал наука и современность. – 2010. – № 5-1. – С. 183–189.

9. Кулева, О. В. Виртуальный музей: термин и характеристика / О. В. Кулева. – Текст : непосредственный // Международный научный конгресс «Книга: Сибирь – Евразия». – Новосибирск : Государственная публичная научно-техническая библиотека СО РАН, 2016. – С. 77–87.

10. Максимова, Т. Е. Виртуальные музеи vs традиционные музеи: преимущества виртуальных экспонатов / Т. Е. Максимова. – Текст : непосредственный // Исторические, философские политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. – 2013. – № 4-3 (30). – С. 109–111.

11. Малибаева, Н. М. История становления Британского музея / Н. М. Малибаева. – Текст : непосредственный // Актуальные проблемы современного гуманитарного знания : материалы II Всероссийской научно-практической конференции с международным участием. – Кемерово : Кемеровский государственный университет, 2019. – С. 74–76.
12. Медведева, А. Р. Медиаэстетические границы в интерфейсе культурно-просветительских проектов «Арзамас» и «Полка» / А. Р. Медведева // Знак: проблемное поле медиаобразования. – 2021. – № 3 (41). – С. 55–62.
13. Минькова, Е. В. Анализ официального сайта СМИ (на примере издания «Южноуральская панорама») / Е. В. Минькова. – Текст: непосредственный // Медиачтения СКФУ: взгляд молодых исследователей: сборник материалов Международной научно-практической конференции (Ставрополь, 20–21 мая 2021 г.) / О. А. Ганжара, И. А. Орден. – Ставрополь, 2021. – С. 236–238.
14. Перлова, А. Б. Сайт как средство продвижения музея (на примере Республиканского музея изобразительных искусств республики Марий Эл) / А. Б. Перлова. – Текст : непосредственный // Студенческая наука и 21 век. – 2017. – № 2 (15). – С. 157–159.
15. Рябов, Д. Г. Web-сайт музея гжель / Д. Г. Рябов, О. М. Цеханович. – Текст : непосредственный // Горный информационно-аналитический бюллетень (научно-технический журнал). – 2011. – № 10. – С. 377–379.
16. Самаковская, О. В. Технология проектирования структуры контента официального сайта учреждения культуры (на примере официального сайта музея) / О. В. Самаковская. – Текст : непосредственный // Человек. Культура. Образование. – 2018. – № 3 (29). – С. 116–123.
17. Скорик, Н. С. Сравнение и выбор оптимального инструмента оценки производительности сайта / Н. С. Скорик, В. К. Михайлов. – Текст : непосредственный // Научно-технический прогресс: актуальные и перспективные направления будущего. – Кемерово : Западно-Сибирский научный центр, 2018. – С. 87–90.
18. Топчий, И. В. Официальный сайт музея: критерии оценки сайта и их апробация на примере портала Челябинского государственного историко-культурного заповедника «Аркаим» / И. В. Топчий. – Текст : непосредственный // Знак: проблемное поле медиаобразования. – 2021. – № 3 (41). – С. 27–36.
19. Факты о Лувре. – Текст : электронный // Экскурсии в Лувр: [сайт]. – 2015. – URL: <http://mylouvre.ru/> (дата обращения: 9.04.2021).
20. Червонюк, К. А. Роль веб-сайта в деятельности музея / К. А. Червонюк. – Текст : непосредственный // Современная наука: идеи, которые изменят мир. – Брянск : Брянский государственный университет имени академика И. Г. Петровского, 2018. – С. 278–280.
21. Юдкина, Е. С. Просветительские возможности виртуальных музеев / Е. С. Юдкина. – Текст : непосредственный // Вестник научной ассоциации студентов и аспирантов исторического факультета Пермского государственного гуманитарно-педагогического университета. Серия: STADIA HISTORICA JENIUM. – 2020. – № 1 (16). – С. 222–230.
22. Яшина, А. А. Юзабилити интернет-СМИ: медиаобразовательный потенциал / А. А. Яшина, В. В. Антропова. – Текст : непосредственный // Медиасреда. – 2019. – № 15. – С. 188–192.

BRITISH MUSEUM AND THE LOUVRE: A COMPARATIVE ANALYSIS OF OFFICIAL SITES

E. V. Minkova, I. V. Topchii

Chelyabinsk State University, Chelyabinsk, mm-is@mail.ru

The topic of creating Internet portals in general, and for cultural institutions, in particular, has not lost its relevance for many years. Developers of new resources strive to make the site user-friendly and at the same time filled in terms of content. The authors of the article have developed a number of criteria that developers should take into account when creating official sites for museums: site navigation, design, quality content, communication method / contacts, confidentiality of personal data, cross-platform and cross-browser compatibility, simplified information search, translation, the ability to use the site for persons with disabilities. opportunities, a section with visitors' reviews and a virtual museum. The analysis of the world's largest museums, based on the developed criteria, showed that even the sites of the world's leading museums require revision.

Key words: comparative analysis, criteria, museum, museum site, Louvre, British Museum.

References

1. Artamonova, Yu. S. (2009). Muzeynyy sayt: opyt razrabotki i prodvizhenie [Museum site: development experience and promotion]. *Vestnik Altayskiy gosudarstvennyy pedagogicheskiy universitet (Barnaul)* [Bulletin of Altai State Pedagogical University (Barnaul)], 9, pp. 25–29 (in Russ.).
2. Gendin, N. I. & Kolkova, N. I. (2015). Sozдание ofitsial'nykh saytov i zadachi tselevoy podgotovki v sisteme povysheniya kvalifikatsii rukovodyashchikh kadrov organizatsiy kul'tury: novyy etap realizatsii idey S. A. Sbitneva [Creation of official sites and the tasks of targeted training in the system of advanced training of management personnel of cultural organizations: a new stage in the implementation of S. A. Sbitnev's ideas]. *Vestnik Kemerovskogo gosudarstvennogo universiteta kul'tury i iskusstv* [Bulletin of the Kemerovo State University of Culture and Arts], 42, pp. 20–29 (in Russ.).
3. Golovina, E. S. (2017). Sayt muzeya: osobennosti optimizatsii sayta [Site of the museum: features of site optimization]. *Studencheskaya nauka i 21 vek* [Student science and the 21st century], 15, pp. 117–118 (in Russ.).
4. Gribovskaya, N. N. & Gurinovich, O. A. (2020). Virtual'nyy muzey kak forma priobshcheniya molodezhi k istoricheskomu naslediyu i natsional'noy kul'ture [The virtual museum as a form of introducing young people to the historical heritage and national culture]. *Bol'shaya Evraziya: razvitie, bezopasnost', sotrudnichestvo* [Greater Eurasia: development, security, cooperation], 3-2, pp. 464–466 (in Russ.).
5. Gutnova, A. K. (2009). Tekhnologii razrabotki virtual'nogo muzeya [Technologies for the development of a virtual museum]. *Sbornik materialov regional'noy nauchno-prakticheskoy konferentsii «Kolmogorovskie chteniya – 2018»* [Collection of materials of the regional scientific and practical conference “Kolmogorov Readings - 2018”], pp. 11–15 (in Russ.).
6. Zhirova, L. I. (2015). Internet-sayt kak effektivnaya forma propagandy deyatel'nosti muzeya [Internet site as an effective form of propaganda of the museum]. *Chuvashskiy natsional'nyy muzey: lyudi, sobytiya, fakty* [Chuvash National Museum: people, events, facts], 10, pp. 84–86 (in Russ.).
7. Za vremya karantina Luvr naschital godovoe kolichestvo vizitov, no virtual'nykh (2020). [During the quarantine, the Louvre counted the annual number of visits, but virtual].

Evropeyskaya pravda [European Truth], available at: <https://www.eurointegration.com.ua/rus/news/2020/05/25/7110308/> (accessed: 18.09.2021) (in Russ.).

8. Kalatura, Yu. Yu. (2010). *Sovremennyye tendentsii razvitiya virtual'noy kul'tury na primere mnogoaspektного феномена – veb-sayt muzeya* [Modern trends in the development of virtual culture on the example of a multidimensional phenomenon - museum website]. *Zhurnal nauka i sovremennost'* [Journal of Science and Modernity], 5-1, pp. 183–189 (in Russ.).

9. Kuleva, O. V. (2016). *Virtual'nyy muzey: termin i kharakteristika* [Virtual museum: term and characteristics]. *Mezhdunarodnyy nauchnyy kongress «Kniga: Sibir' – Evraziya»* [International Scientific Congress “Book: Siberia - Eurasia”], pp. 77–87 (in Russ.).

10. Maksimova, T. E. (2013). *Virtual'nye muzei vs traditsionnye muzei: preimushchestva virtual'nykh eksponatov* [Virtual museums vs traditional museums: advantages of virtual exhibits]. *Istoricheskie, filosofskie politicheskie i yuridicheskie nauki, kul'turologiya i iskusstvovedenie. Voprosy teorii i praktiki* [Historical, philosophical political and legal sciences, cultural studies and art history. Questions of theory and practice], 4-3 (30), pp. 109–111 (in Russ.).

11. Malibaeva, N. M. (2019). *Istoriya stanovleniya Britanskogo muzeya* [History of the formation of the British Museum]. *Aktual'nye problemy sovremennogo gumanitarnogo znaniya* [Actual problems of modern humanitarian knowledge], pp. 74–76 (in Russ.).

12. Medvedeva, A. R. (2021). *Mediaesteticheskie granitsy v interfeyse kul'turno-prosvetitel'skikh proektov «Arzamas» i «Polka»* [Media aesthetic boundaries in the interface of cultural and educational projects “Arzamas” and “Regiment”]. *Znak: problemnoe pole mediaobrazovaniya* [Sign: problematic field of mediaeducation], 3 (41), pp. 55–62, DOI: 10.47475/2070-0695-2021-10306 (in Russ.).

13. Min'kova, E. V. (2021). *Analiz ofitsial'nogo sayta SMI (na primere izdaniya «Yuzhnoural'skaya panorama»)* [Analysis of the official website of the media (on the example of the publication “South Ural Panorama”)]. *Mediachteniya SKFU: vzglyad molodykh issledovateley: sbornik materialov Mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy konferentsii (Stavropol', 20–21 maya 2021 g.) / O. A. Ganzhara, I. A. Orden* [Media readings of NCFU: the view of young researchers: collection of materials of the International Scientific and Practical Conference (Stavropol, May 20–21, 2021) / O. Ganzhara, I. A. Orden], pp. 236–238 (in Russ.).

14. Perlova, A. B. (2017). *Sayt kak sredstvo prodvizheniya muzeya (na primere Respublikanskogo muzeya izobrazitel'nykh iskusstv respubliki Mariy El)* [Site as a means of promoting the museum (on the example of the Republican Museum of Fine Arts of the Republic of Mari El)]. *Studencheskaya nauka i 21 vek* [Student science and the 21st century], 15, pp. 157–159 (in Russ.).

15. Ryabov, D. G. & Tsekhanovich, O. M. (2011). *Web-sayt muzeya gzhel'* [Web-site of the Gzhel Museum]. *Gornyy informatsionno-analiticheskiy byulleten' (nauchno-tekhnicheskii zhurnal)* [Mining information and analytical bulletin (scientific and technical journal)], 10, pp. 377–379 (in Russ.).

16. Samakovskaya, O. V. (2018). *Tekhnologiya proektirovaniya struktury kontenta ofitsial'nogo sayta uchrezhdeniya kul'tury (na primere ofitsial'nogo sayta muzeya)* [Technology of designing the structure of the content of the official website of a cultural institution (on the example of the official website of the museum)]. *Chelovek. Kul'tura. Obrazovanie* [Human. Culture. Education], 3 (29), pp. 116–123 (in Russ.).

17. Skorik, N. S. & Mikhaylov, V. K. (2018). *Sravnenie i vybor optimal'nogo instrumenta otsenki proizvoditel'nosti sayta* [Comparison and selection of the optimal tool for assessing the performance of a site]. *Nauchno-tekhnicheskii progress: aktual'nye i perspektivnye napravleniya budushchego* [Scientific and technical progress: actual and promising directions of the future], pp. 87–90 (in Russ.).

18. Topchii, I. V. (2021). *Ofitsial'nyy sayt muzeya: kriterii otsenki sayta i ikh aprobatsiya na primere portala Chelyabinskogo gosudarstvennogo istoriko-kul'turnogo zapovednika*

«Arkaim» [The official website of the museum: criteria for evaluating the site and their testing on the example of the portal of the Chelyabinsk State Historical and Cultural Reserve “Arkaim”]. *Znak: problemnoe pole mediaobrazovaniya* [Sign: problematic field of mediaeducation], 3 (41), pp. 27–36, DOI: 10.47475/2070-0695-2021-10303 (in Russ.).

19. Fakty o Luvre (2015). [Facts about the Louvre]. *Ekskursii v Luvr* [Excursions to the Louvre], available at: <http://mylouvre.ru/> (accessed: 09.09.2021) (in French).

20. Chervonyuk, K. A. (2018). Rol' veb-sayta v deyatelnosti muzeya [The role of the website in the activities of the museum]. *Sovremennaya nauka: idei, kotorye izmenyat mir* [Modern science: ideas that will change the world], pp. 278–280 (in Russ.).

21. Yudkina, E. S. (2020). Prosvetitel'skie vozmozhnosti virtual'nykh muzeev [Educational opportunities of virtual museums]. *Vestnik nauchnoy assotsiatsii studentov i aspirantov istoricheskogo fakul'teta Permskogo gosudarstvennogo gumanitarno-pedagogicheskogo universiteta. Seriya: STADIA HISTORICA JENIUM* [Bulletin of the Scientific Association of Students and Postgraduates of the Faculty of History of the Perm State Humanitarian and Pedagogical University. Series: STADIA HISTORICA JENIUM], 1 (16), pp. 222–230 (in Russ.).

22. Yashina, A. A. & Antropova, V. V. (2019). Yuzabillity internet-SMI: mediaobrazovatel'nyy potentsial [Usability of Internet media: media educational potential]. *Mediasreda* [Media environment], 15, pp. 188–192 (in Russ.).

Минькова Елизавета Вадимовна – студентка факультета журналистики, Челябинский государственный университет.

Топчий Ирина Владимировна – и. о. директора Института повышения квалификации и переподготовки кадров, старший преподаватель кафедры журналистики и массовых коммуникаций факультета журналистики, Челябинский государственный университет.

ORCID: 0000-0001-8601-9041

mm-is@mail.ru

УДК 070

DOI: 10.47475/1999-5407-2021-10306

СОВРЕМЕННЫЙ ОБРАЗ РОК-МУЗЫКАНТА В СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫХ ИНТЕРНЕТ-ИЗДАНИЯХ О РОК-МУЗЫКЕ

Н. С. Уварова, А. А. Морозова

Челябинский государственный университет, Челябинск

Статья посвящена изучению образа современного рок-музыканта посредством публикаций в специализированных интернет-изданиях о рок-музыке. Материалом исследования стали публикации интернет-сайтов SadWave, InRock, Rockweek (N=100). Публикации были проанализированы по следующим критериям: выбор героя, визуальное сопровождение публикации, жанровая направленность, используемая лексика, наличие авторского мнения, спектр освещаемых тем. Авторы приходят к выводу, что в современных интернет-публикациях рок-музыкант представлен как личность со своей гражданской позицией и видением мира, при этом процесс мифологизации идет на спад.

Ключевые слова: специализированное издание, интернет-СМИ, рок-музыкант, образ, жанр, рок-музыка.

Введение

В прошлом веке отсутствие объективной оценки рок-культуры со стороны общественности привело к образованию стереотипов, и средства массовой информации сыграли в этом процессе далеко не последнюю роль. Так, в различных публикациях можно было найти материалы о негативном влиянии рок-музыки на аудиторию. В связи с этим образ рок-исполнителя начал обрастать различными мифами и стереотипами. Рок-музыка изначально развивалась как контркультура, что предполагает противопоставление массовости и потребностям широких слоев населения и также наложило свой отпечаток на формирование имиджа рок-музыкантов. *Актуальность данной работы* состоит в том, что рок-музыка с течением времени перестала быть ярко выраженной контркультурой, что повлияло на трансформацию образа рок-исполнителя в средствах массовой информации.

Отметим несколько ключевых моментов по теме исследования, важных для понимания рок-музыки как культуры и ее позиционирования в СМИ.

Для самих рокеров рок-культура – это, прежде всего, свобода выбора своего жизненного пути, открытое выражение своего несогласия с государственными устоями через протест. Эти настроения смогли прорваться через железный занавес и среду андерграунда [1]. Ряд исследователей рассматривают рок-культуру с позиций идеи маргинальности, поскольку она базируется на чуждых и враждебных государству принципах, что также находит отражение в рок-культуре [5].

Рок-музыка стала мировоззренческим и духовным стержнем для творческой прогрессивной молодежи того времени, поскольку именно они были наиболее подвержены кризисам и изменениям во всех сферах жизни: социальная сфера, быт, культура, идеология и т. д. [2].

Рок-культура соответствует всем признакам, присущим субкультуре, а именно: существование уникальных принципов и норм; чувство «группового духа»; особая лексика, присущая конкретно этой группе людей; особый стиль, манера поведения. Сюда же относятся внешний вид, жесты, одежда – все то, из чего и складывается образ музыканта [3].

Через приобщенность к рок-культуре реализуются потребности в общении, самоидентификации, которые люди по тем или иным причинам не могут удовлетворить в социуме [4].

Что касается современного состояния, то рок-музыка позиционирует себя как сложное образование, состоящее из субкультур, выделенных на основе общности культурных характеристик своих носителей интересов, ценностей, мотивов деятельности, образцов поведения и т. д. [1].

Для рок-культуры и рок-музыканта в частности характерен процесс мифологизации, поскольку с самого истока возникновения жанра исполнитель предстал перед аудиторией в роли романтика, бунтаря. А значит, что сам рокер стал частью культуры, которой он себя противопоставляет [2].

Музыковеды говорят о том, что рок-музыка может влиять на изменение сознания слушателей, так как содержит в себе определенные музыкальные символы и вызывает мистификацию авторов и самих произведений [6].

Образовавшийся пробел в системе профессиональной подготовки музыковедов не мог не сказаться на контактах со СМИ и в итоге на их содержательной направленности, которые свернули музыкально-просветительскую деятельность и переключили свое внимание на шоу-индустрию [7].

Несмотря на это, сегодня до сих пор функционируют специализированные музыкальные издания, рассчитанные на узконаправленную аудиторию, и в том числе, посвященные жанру рок-музыки.

Специализированное средство информации – это средство массовой информации, уставной целью которого является публикация материалов на определенную узкую специальную тематику, как правило, для определенного контингента зрителей, слушателей или читателей. Специализированное средство массовой информации по своему назначению не ориентировано на публикацию материалов универсального общественно-политического характера [9].

На современном этапе развития музыкальной журналистики, когда происходит ее четкая дифференциация на специализированную и массовую, наблюдаются процессы сосуществования всех типов образов автора, черты которых часто переплетаются друг с другом. Однако в современной музыкальной журналистике России преобладает образ журналиста-информатора, деятельность которого лишена оценочного характера, что, в свою очередь, определяет процесс обезличивания текстов и шаблонность их создания [8].

Исследователь М. Г. Чурсинова в своем исследовании отмечает, что для массовой прессы (не обязательно специализированной на музыке) характерен иной подход: публикация должна пробудить у аудитории интерес к музыкальному искусству и дать ключ к пониманию его языка. Музыкальная критика является формой самопознания и самооценки творчества композиторов и исполнителей [10].

В нашей работе издания о рок-музыке мы будем понимать как специализированную прессу, поскольку они рассчитаны на достаточно узкий круг аудитории – только тех людей, кто интересуется рок-музыкой.

Материал исследования – публикации в специализированных музыкальных интернет-изданиях о рок-музыке: SadWave, InRock, Rockweek (N=100). Поскольку мы рассматриваем современный образ рок-исполнителя, то были отобраны такие издания, которые продолжают функционировать до сих пор или прекратили свою работу в течение последних пяти лет. Выбор материалов производился по дате их публикаций на сайте: все они опубликованы в период с 2016 по 2021 год. Также нами было учтено фактическое существование того или иного коллектива или активность коллектива/ исполнителя в музыкальном плане, так как встречались публикации, выложенные в последние пять лет,