

Мир науки. Социология, филология, культурология <https://sfk-mn.ru>

World of Science. Series: Sociology, Philology, Cultural Studies

2020, №4, Том 11 / 2020, No 4, Vol 11 <https://sfk-mn.ru/issue-4-2020.html>

URL статьи: <https://sfk-mn.ru/PDF/52FLSK420.pdf>

Ссылка для цитирования этой статьи:

Сорокина Т.Е. Арт-журналистика в современных массмедиа: событие и дискурсивные практики // Мир науки. Социология, филология, культурология, 2020 №4, <https://sfk-mn.ru/PDF/52FLSK420.pdf> (доступ свободный).
Загл. с экрана. Яз. рус., англ.

For citation:

Sorokina T.E. (2020). Art journalism in modern mass media: event and discursive practices. *World of Science. Series: Sociology, Philology, Cultural Studies*, [online] 4(11). Available at: <https://sfk-mn.ru/PDF/52FLSK420.pdf> (in Russian)

УДК 316.77

ББК 76.01

Сорокина Татьяна Евгеньевна

ФГОУ ВО «Московский государственный институт культуры», Химки, Россия
Профессор кафедры «Журналистики», факультет «Медиакоммуникаций и аудиовизуальных искусств»
Доктор филологических наук, доцент
E-mail: Tasor74@yandex.ru
РИНЦ: https://elibrary.ru/author_profile.asp?id=857102

**Арт-журналистика в современных
массмедиа: событие и дискурсивные практики**

Аннотация. Статья посвящена рассмотрению специфики развития арт-журналистики в коммуникативном пространстве современных массмедиа, определены факторы, обуславливающие интерес к данной сфере журналистики. Обоснована одна из самых важных социальных функций арт-журналистики – создание основ конструктивного диалога, прежде всего, для поддержания социокультурного равновесия. Полижанровость арт-журналистики детерминирована как разнообразием событий культурной жизни, так и особенностями разных сфер культуры и видов искусства. В рамках изучения арт-журналистики обнаруживаются и корреляции жанров, и информационных поводов (событий), что, в свою очередь, обуславливает и конкретные дискурсивные практики в этом виде коммуникации, доминантными средствами которых выступают имена собственные, цитирование, экфрасис. Дискурсивные практики арт-журналистики призваны поддерживать и развивать высокую культуру, делая ее доступной для широкой аудитории, что, в конечном счете, позволяет противостоять процессу маргинализации культуры и общей установки массмедиа на развлекательность.

Ключевые слова: арт-журналистика; массмедиа; информационный повод; дискурс; целевая аудитория; событие

Введение

Современный мир развивается в эпоху «цивилизационного сдвига», что обуславливает значительные трансформации в жизни социума, становление так называемого информационного общества, что, в свою очередь, способствует осуществлению практически безграничной власти массмедиа. Сама парадигма восприятия действительности претерпевает кардинальные изменения, что ведет, в конечном счете, к пересмотру всех стабильных до

настоящего времени мировоззренческих позиций, отношения к традициям, историческому и культурному наследию.

Социокультурному контексту современности в России свойственно тотальное разобщение поколений как в сфере ценностей и идеалов, так и в уровне образования, самом типе культуры, а развитие медиатехнологий усиливает динамику этого процесса [1]. Нельзя не согласиться с Е. Прониной в том, что «современная массовая коммуникация сыграла роль гигантского ускорителя и резонатора всех позитивных и негативных, разрушительных и созидательных, микро- (индивидуальных) и макро- (глобальных), интра- (внутриличностных) и интерпсихических (межличностных, коммуникационных) процессов» [2]. Поэтому зачастую все более востребованной становится «журналистика факта», являющаяся реализацией заказа государственных властных структур либо бизнес-сообщества. Ориентированность на прагматику коммуникации, на ее функциональные аспекты фактически нивелирует личностное начало в журналистике, что закономерно влечет за собой ее кризис. Журналистика все более отчуждается от человека, который в социокультурном пространстве эпохи постмодерна становится не более чем совокупностью знаков. Однако в идеале журналист всегда должен иметь активную жизненную позицию, быть социально ответственным, который должен ориентировать не на бизнес и не на власть, а на общество.

Одной из развивающихся сфер массмедиа является сейчас арт-журналистика, в которой общественное мнение формируется на основании репрезентации проблем культуры и искусства, что позволяет, в конечном счете, удовлетворять информационные потребности массовой аудитории. Влияние массмедиа на функционирование культуры все более возрастает, и прямо пропорционально этому процессу усиливается маргинализация культурной тематики в СМИ [3]. Кроме того, необходимо учитывать и экономические факторы: оптимизации и закрытию первыми подвергаются отделы культуры в периодических изданиях, а также узкопрофильные культурологические издания; культура рассматривается как вторичная, «надстроечная» составляющая жизни общества, фундаментом для которой выступает экономика, что, безусловно, справедливо, но не целесообразно для поддержания нормального функционирования социума.

Методика исследования обуславливается сложным многоуровневым характером изучаемого феномена и представляет собой комплекс междисциплинарных методов, среди которых приоритет принадлежит методам наблюдения и описания, индуктивно-дедуктивному методу, дискурс-анализу.

Основная часть

В настоящее время актуальной представляется необходимость разграничения культурной журналистики, журналистики в сфере культуры и арт-журналистики. Культурная журналистика и журналистика в сфере культуры воздействуют на массовую аудиторию, а целью сообщений в этой сфере становится транслирование информации о явлениях, процессах и событиях в сфере культуры [4–6]. Тексты в сфере арт-журналистики создаются искусствоведами, а целевой группой становится узкий круг ценителей искусства и профессионалов. для узкого круга профессионалов и ценителей искусства. Культурная журналистика направлена на «перевод» сложных культурных кодов на язык массовой аудитории, арт-журналистика – феномен элитарный, адресованный компетентному читателю, способному к самостоятельной интерпретации сложных по своему содержанию текстов. Правомерна дефиниция арт-журналистики, предложенная Н.И. Клушиной: это «медиа-версия культуры, представляющая собой интерпретацию культурных феноменов в СМИ, а именно новости о событиях культуры, рецензии на кино, театральные постановки, книги, комментарии

ведущих специалистов в области культуры, интервью с ними и т. д.» [7, с. 39]. Это определение сложного феномена арт-журналистики позволяет точно параметризовать свойства арт-журналистики в современном коммуникативном пространстве массмедиа.

Самостоятельный статус арт-журналистики, который она обретает лишь в XXI в., все более упрочивается за счет ее функционирования в профессионально ориентированных изданиях. Однако арт-журналистика способна и к осуществлению диалога общества в целом и локальных профессиональных сообществ, транслируя основополагающие культурологические смыслы в освещении событий в сфере культуры, тем самым формируя такой сложный процесс коммуникации в сфере культуры.

Арт-журналистика реализует одну из самых важных социальных функций – она продуцирует основы конструктивного диалога в коммуникативном пространстве массмедиа, участвуя таким образом в процессах поддержания социокультурного равновесия. Основной формой общения в этой сфере остается диалог, который осуществляется между адресантом и адресатом сообщения в событийных коммуникациях, к которым принадлежит и арт-журналистика.

Несомненно, жизнь культуры в XXI веке не может быть адекватно представлена вне электронных массмедиа, а главным преимуществом репрезентации того или иного события (информационного повода) может быть качественное изображение, являющееся основой телерепортажа или онлайн-трансляции в интернет-сети. Тем не менее все так же востребованы классические жанры отечественной журналистики XIX–XX вв.: литературные, музыкальные, театральные обзоры, публикуемые, в том числе, и на интернет-сайтах периодических изданий, критические статьи, посвященные тому или иному явлению культуры, все так же популярны у читателя и вносят свой вклад в повышение и поддержание рейтинга издания. Арт-журналистика – парадоксальная сфера коммуникативного пространства массмедиа, т. к. ее объект не теряет своей актуальности, поэтому сообщения об объектах культуры востребованы всегда.

Так, например, арт-журналистика, фокусирующаяся на выставочно-музейной деятельности, практически целиком строится на отдельных информационных поводах. Под информационным поводом традиционно понимают такой элемент структуры коммуникативного процесса, с помощью которого могут быть обнаружены и осознаны информационные запросы аудитории. Применительно к «музейной» арт-журналистике такие информационные поводы могут быть следующими: появление вследствие дарения, успешного поиска или обмена между музеями в музейных фондах редких и уникальных экспонатов; реализаций новых выставочных проектов; появление на выставках и фестивалях селебрити; тематические абонементы или специальные лекции, экскурсии, занятия; акции, флеш-мобы, необычные, неформатные мероприятия.

Информационные поводы могут быть классифицированы в соответствии с критериями: интерес аудитории к тому или иному событию; актуальность информации о данном поводе для целевой и массовой аудитории; масштабность информационного повода – события, которому придано районное, региональное или федеральное значение, международный статус; негативная, нейтральная или позитивная оценка подачи информационного повода; участие в событии селебрити – ньюсмейкеров (ученые, политики, директора крупных музеев и галерей страны и мира).

В соответствии с данными критериями применительно к «музейной» арт-журналистике целесообразно представить типологию информационных поводов:

- Выставки, на интерес к которым влияет их статус (международные, всемирные, редких экспонатов), а также их тематика и участие селебрити в данном

выставочном проекте. В рамках данного информационного повода возможно дополнительно введение следующего событийного ряда: подготовка выставки, доставка и монтаж экспонатов; интервью с организаторами выставки и ее кураторами, а также репортаж о партнерах выставочного проекта и его спонсорах; освещение форс-мажорных ситуаций.

- Музейные пресс-конференции и брифинги, проводимые специально для массмедиа с целью освещения социально значимой новости либо возможного представления позиции известной личности, причастной к информационному поводу.
- Специальное интервью, репрезентированное в данном информационном поле в двух видах – интервью-сообщение и интервью-мнение. Интервью чаще дают известные деятели культуры, ученые, кураторы выставок о предстоящих выставках либо сразу после их открытия, а также о событиях жизни специалистов, занятых в музейной сфере (например, передача экспонатов коллекционером в дар музею).
- Проведение фестивалей, концертов, поэтических вечеров, других «неформатных» для музея мероприятий.
- Конференции, форумы и другие мероприятия, осуществляемые музеем в сотрудничестве с другими организациями.

Поскольку социокультурное пространство характеризуется событиями самого разного рода и направленности, арт-журналистика характеризуется полижанровостью. Множественность жанров в этой сфере обуславливается также наличием различных видов искусства, оперирующих различными видами метаязыка (литература, театр, живопись и скульптура, архитектура, кинематограф, музейно-выставочная деятельность). Специфика арт-журналистики заключается, прежде всего, в том, что специалист, работающий в данной сфере, обязан не только владеть профессиональными компетенциями журналиста, но и иметь сформированное культурологическое мышление, глубоко знать предмет своей деятельности, разбираться в тонкостях того или иного вида искусства, хорошо ориентироваться в историческом процессе его становления и функционирования и в развитии того или иного жанра, направления, отдельного феномена. Кроме того, такому специалисту необходимо четкое представление о целевой группе его арт-сообщений, но не исключать при этом и более массовую аудиторию, всегда балансируя между узко специальными, глубокими знаниями того или иного культурного явления и запросами массмедиа. Безусловна и неоспоримость влияния массмедиа на современную культуру, причем здесь также ощутимо и обратное воздействие пространства культуры на СМИ: медиа формируют общественное мнение о культурных ценностях, а культура в целом, в свою очередь, сообщает этому процессу динамику и фиксирует культурные ценности в конкретных объектах того или иного вида искусства.

Современная арт-журналистика – это набор различных жанров и соответствующих им дискурсивных практик, в который уже традиционно входят репортаж с выставки, рецензия фильма или театрального спектакля, интервью с писателем, художником, режиссером, архитектором, академическое эссе, критическая статья или обзор за определенный период (театральный сезон, календарный год и пр.). Кроме того, в связи с динамичным развитием форматов существования СМИ, прежде всего, в электронном виде, возникают и абсолютно новые виды дискурсивных практик арт-журналистики («карточки» различного рода, таймлайны, онлайн-трансляции, интерактивные карты, инфографика, лекции об искусстве, литературе и архитектуре на электронных платформах и пр.). В сферу арт-журналистики закономерно можно включить и такие жанры, которые изначально были отнесены к дискурсу

PR и рекламы (аннотации для сайта музея, статьи для выставочного каталога и т. п.). Набор жанров и форматов постоянно расширяется вследствие включения в коммуникативное пространство массмедиа не только текстов, но и фото, видео, музыкального сопровождения. Современные культурные платформы, например, «Синхронизация»¹, «Level One»², «Арт-Портал»³, создают циклы лекций, сопровождая их музыкой, видео, различными графиками и изображениями. Набор форматов также расширяется за счет возможности погружения пользователя интернет-ресурса в атмосферу выставки, создания мультимедийных историй, единых коллажных конструкций.

Арт-журналистика представляет собой своего рода искусство об искусстве, т. к. журналист, работающий в этой сфере, утверждает своими дискурсивными практиками культурные ценности, опираясь на классические традиции и одновременно выдвигая новаторские идеи в соответствии с каждым новым информационным поводом. Основной характеристикой арт-журналистики следует считать, на наш взгляд, направленность на эмпатию, которая должна возникнуть вследствие восприятия конкретного текста или сообщения о событии культуры: адресат должен захотеть посетить выставку, спектакль, концерт. Кроме того, сама арт-рецензия зачастую приобретает самостоятельную эстетическую ценность, иногда превышающую ту, которой обладает сам художественный объект. Важную роль в осуществлении дискурсивных практик арт-журналистики играют имена собственные, которые могут быть основанием для введения в сообщение новой информации, например: «Дягилев был магнитом с идеальным чутьем на все новое и многообещающее. Пока другие обсуждали, что надо было бы изменить, он менял. Пока другие почивали на добытых им лаврах, он оставлял старые победы в прошлом»⁴.

Также они представляют собой когнитивно-семантические доминанты реализации стратегии апеллирования к авторитету: «К тому же она актриса, и одним из самых ярких моментов в ее монологе становится тот, в котором она иронизирует насчет своей профессиональной ситуации: «Мой возраст опять входит в моду... Зритель любит мою палитру... Так сказать, вечная красота... Смесь безумия и меланхолии». Говорит ли это Суинтон или ее героиня в телефон своему любовнику-призраку, или, возможно, она репетирует новую роль?»⁵. В приведенном фрагменте рассматривается новая роль знаменитой британской актрисы Тильды Суинтон в новом фильме Педро Альмодовара «Человеческий голос», что, разумеется, акцентирует внимание адресата на высказывании.

Мы не можем также не упомянуть в этой связи и частотность употребления цитат в координатах арт-журналистики, что также создает у адресата ощущение сопричастности культурному явлению и/или сообщает новую информацию от имени известного в мире искусства и культуры лица: «Ирина Александровна <Антонова> не скрывала достаточно консервативных взглядов на современное искусство, и это тоже не у всех встречало понимание. На вечере в консерватории она говорила: «Не все, что создается в огромных масштабах, является искусством. Говорю это без уничижения. Пришло время придумать таким творческим объектам другое название. Что отличает настоящее искусство? На мой взгляд, оно определяется двумя вещами. Во-первых, наличием этического начала. Во-вторых, важен эстетический момент, то есть красота. Конечно, понятия со временем меняются, они не константы. Но очень

¹ Синхронизация. URL: <https://online.synchronize.ru/>.

² Level One. URL: <https://levelvan.ru/>.

³ Арт-портал. URL: <https://art.biblioclub.ru/index.php>.

⁴ Коммерсантъ № 210 от 17.11.2020, с. 11. Культура. URL: <https://www.kommersant.ru/rubric/8>.

⁵ Коммерсантъ № 222 от 03.12.2020, с. 11. Культура. URL: <https://www.kommersant.ru/rubric/8>.

часто сегодняшняя продукция совершенно лишена подобных качеств – добра и красоты. Следовательно, нужно определить, каково ее назначение, где ее показывать и как»⁶. Поскольку высказывание принадлежит всемирно известному искусствоведу, директору и президенту Государственного музея изобразительных искусств им А.С. Пушкина Ирине Александровне Антоновой, скончавшейся 30-го ноября 2020 года, цитата приобретает в данном фрагменте дополнительный глубокий смысл, становится классической, отсылающей к великой личности.

Еще одним важным признаком дискурсивных практик арт-журналистики следует признать экфрасис, т. к. без описания произведений искусства невозможно создать не только достойную во всех отношениях рецензию, но даже простое сообщение об информационном поводе, например: «На выставке можно увидеть два пасхальных яйца Фаберже, преподнесенных Николаем II супруге Александре Федоровне. Одно из них, подаренное на Пасху 1900 года, украшено гравировальным изображением карты России с Транссибирской магистралью. Внутри яйца был спрятан необычный сюрприз: миниатюрный поезд из золота и платины. У крошечного паровоза – алмазные фары и рубиновые фонари, золотые вагоны украшены надписями – «Для дам», «Для курящих» и «Для некурящих». Замыкает состав вагон-церковь с крестом и колокольней»⁷.

Заключение

Дискурсивные практики арт-журналистики имеют одну общую цель: поддерживать и развивать высокую культуру, делать ее доступной для широкой аудитории, что, в конечном счете, позволяет противостоять экспансии установки на развлекательность в коммуникативном пространстве массмедиа [8]. Все крупные периодические издания в настоящее время имеют полосы, посвященные событиям культуры, включающие авторские материалы, созданные профессионалами арт-журналистики. Мы согласны с Т. Курышовой в том, что несправедливо утверждение об утрате традиции художественной журналистики [9]. Но между тем на ТВ эта традиция продолжает развиваться только на ТК «Культура». Важно помнить в этой связи и закономерность, которую выявляет Э. Ноэль-Нойман: то, о чем не сообщат, – не существует, и шансы несообщаемого стать частью действительности, воспринимаемой современниками, минимальны [10].

Арт-журналистика заметно изменяется со временем: оказываются не столь широко востребованными рецензии, теперь журналист должен предложить своей аудитории новость, раскрыть информационный повод, создать информационное поле, осветив выставки, проекты, спектакли, фестивали, осуществляя, в итоге, функцию PR-продвижения продукта. Разумеется, в этом процессе постепенно утрачивается сам механизм воздействия арт-критики на формирование вкуса адресата, реакция которого на художественное произведение или событие в сфере культуры становится все менее предсказуемой.

Выводы

Современная арт-журналистика – востребованная социумом сфера коммуникации, задача которой состоит в повышении уровня художественного образования и общей культуры граждан. Однако такая задача может быть с успехом реализована только при условии возрождения просветительской роли ТВ, а в коммуникативном пространстве современных массмедиа – и при активном включении в информационное поле сети Интернет, что позволит

⁶ Газета Культура 01.12.2020. URL: <https://portal-kultura.ru/>.

⁷ Газета Культура 13.10.2020. URL: <https://portal-kultura.ru/>.

перейти на новый уровень просвещения в сфере культуры, для чего, разумеется, необходима и ощутимая государственная поддержка, а также разработка и внедрение национальной программы просвещения населения России. В этой связи особую актуальность приобретает учет интересов целевой и массовой аудиторий при восприятии текстов, созданных в координатах арт-журналистики, а также создание новых медиа-платформ для ее динамичного и плодотворного развития.

ЛИТЕРАТУРА

1. Сергеева Т.С. Арт-журналистика и современная российская культура: ценностно-смысловые доминанты и проблема сохранения человека // Вестник ЧелГУ. 2013. №22 (313). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/art-zhurnalistsika-i-sovremennaya-rossiyskaya-kultura-tsennostno-smyslovye-dominanty-i-problema-sohraneniya-cheloveka> (Дата обращения: 20.11.2020).
2. Пронина Е. Антиномии массовой коммуникации, или «Правило Матфея» [Электронный ресурс]. URL: http://mediascope.ru/files/MediaTrends_%2016.pdf.
3. Новикова А.А. Арт-журналистика и иммерсивны медиапрактики: эстетические и этические аспекты // В сборнике: АРТ-журналистика в цифровую эпоху: реалии и прогнозы. сборник научных статей. Москва, 2019. С. 41–47.
4. Цветова Н.С. Современный российский арт-медиадискурс: коммуникативный статус // Научные исследования и разработки. Современная коммуникативистика. 2020. Т. 9. № 1. С. 62–69.
5. Блохин И.Н., Воскресенская М.А., Гришанина А.Н., Дускаева Л.Р., Сидоров В.А., Хубецова З.Ф., Цветова Н.С. Журналистика и культура общества // Санкт-Петербург, 2019.
6. Абдуллина М.Р., Гончаренко М.В., Кармалова Е.Ю., Кривоносов А.Д. Теория и практика массмедиа // Санкт-Петербург, 2019.
7. Клушина Н.И. Культура в медиaprостранстве: структура и эффекты / Н.И. Клушина и др. // Масс-медиа и массовые коммуникации: статус научных и учебных дисциплин: Первый международный научный colloквиум, 26–27 сентября, 2013 г. Белгород. 139 с.
8. Туманов Д. Журналистика завтрашнего дня [Электронный ресурс]. URL: <http://www.dmtumanov.narod.ru/science/articles/ist1.html>.
9. Курышова Т. Интервью [Электронный ресурс]. URL: <http://www.stinfa.ru/?id=59264>.
10. Ноэль-Нойман, Э. Стереотип как средство распространения общественного мнения [Электронный ресурс]. URL: <http://psyfactor.org/lib/stereotype3.htm>.

Sorokina Tat'yana Evgen'evna

Moscow state institute of culture, Khimki, Russia

E-mail: Tasor74@yandex.ru

РИНЦ: https://elibrary.ru/author_profile.asp?id=857102

Art journalism in modern mass media: event and discursive practices

Abstract. The article is devoted to the consideration of the specifics of the development of art journalism in the communicative space of modern mass media, the factors that determine the interest in this area of journalism are determined. One of the most important social functions of art journalism is substantiated – the creation of the foundations of a constructive dialogue, first of all, to maintain socio-cultural balance. The polygenre nature of art journalism is determined both by the variety of events in cultural life and by the characteristics of different spheres of culture and types of art. Within the framework of the study of art journalism, correlations of genres and news stories (events) are also found, which, in turn, determines specific discursive practices in this type of communication, the dominant means of which are proper names, citation, ekphrasis. Discursive practices of art journalism are designed to maintain and develop high culture, making it accessible to a wide audience, which, ultimately, allows us to resist the process of cultural marginalization and the general attitude of the mass media to entertainment.

Keywords: art journalism; mass media; news occasion; discourse; target group; event