

Мир науки. Социология, филология, культурология <https://sfk-mn.ru>  
World of Science. Series: Sociology, Philology, Cultural Studies

2021, №4, Том 12 / 2021, No 4, Vol 12 <https://sfk-mn.ru/issue-4-2021.html>

URL статьи: <https://sfk-mn.ru/PDF/54FLSK421.pdf>

DOI: 10.15862/54FLSK421 (<https://doi.org/10.15862/54FLSK421>)

**Ссылка для цитирования этой статьи:**

Сорокина, Т. Е. Антропоцентричность арт-журналистики в условиях современного социума / Т. Е. Сорокина // Мир науки. Социология, филология, культурология. — 2021. — Т. 12. — № 4. — URL: <https://sfk-mn.ru/PDF/54FLSK421.pdf> DOI: 10.15862/54FLSK421

**For citation:**

Sorokina T.E. Anthropocentricity of art journalism in the conditions of modern society. *World of Science. Series: Sociology, Philology, Cultural Studies*, 4(12): 54FLSK421. Available at: <https://sfk-mn.ru/PDF/54FLSK421.pdf>. (In Russ., abstract in Eng.). DOI: 10.15862/54FLSK421

УДК 316.77

**Сорокина Татьяна Евгеньевна**

ФГОУ ВО «Московский государственный институт культуры», Химки, России  
Профессор кафедры «Журналистики»  
Доктор филологических наук, доцент  
E-mail: [Tasor74@yandex.ru](mailto:Tasor74@yandex.ru)

## **Антропоцентричность арт-журналистики в условиях современного социума**

**Аннотация.** В статье рассматриваются основные характеристики современной арт-журналистики, которые позволяют утверждать ее антропоцентричность. Доказано, что субъект творчества, который создает художественные образы, а также само произведение как отражение ценностной картины мира художника, его мировосприятие и идеологическая концепция составляют предмет рецепции и анализа арт-журналистики. Очевидна антропоцентричность арт-журналистики в целом потому, что антропоцентрично само искусство. Однако в современных условиях глобализации и развития постмодернистского мировосприятия антропоцентричность арт-журналистики претерпевает определенные трансформации. Специфика арт-дискурса заключается, прежде всего, в ярко выраженной оценочности и авторской модальности, а сама репрезентация произведения искусства в медиатексте детерминирована уровнем профессионализма и степенью таланта его продуцента, а также социальным признанием художника и самим статусом произведения искусства, определяемым интересом к нему публики, новаторством художника, востребованностью того или иного жанра в арт-индустрии. В текстово-дискурсивном пространстве массовой арт-журналистики можно обнаружить наиболее показательные случаи взаимодействия институционального, профессионального и бытового дискурсов, что, с одной стороны, значительно характеризует современную арт-журналистику с позиций ее антропоцентричности, с другой — позволяет оценить динамические трансформации, свойственные ей в условиях постмодерна. Постмодернистское миропонимание лишает арт-дискурс каких-либо устойчивых координат в плане терминологии или наличия у арт-журналиста профессиональных искусствоведческих компетенций. Позитивная оценка в дискурсе арт-журналистики направлена на отражение успешности, преобладание наилучших качеств в интерпретируемом объекте, что дополнительно усиливается применением искусствоведческого терминологического аппарата, однако в текстово-дискурсивном пространстве представлены также и тексты с неоднозначной оценочностью и авторской модальностью.

**Ключевые слова:** арт-журналистика; арт-дискурс; адресат; ценностная картина мира; антропоцентричность

### Введение

Представляя собой творческое воспроизведение действительности, искусство характеризуется комплексом функций, среди которых ведущими являются информационная, когнитивная, коммуникативная и гедонистическая. Цель искусства реализуется в его дискурсивном пространстве диалектически: с позиций художника произведение является формой самовыражения, с позиций адресата (читателя, слушателя, зрителя) — это восприятие прекрасного, наслаждение красотой. Манифестируя синтез пребывания человека в личностном и социальном измерениях, искусство представляет собой важный объект изучения не только в научной парадигме эстетики, социологии и культурологии, философии и филологии, но и является полем приложения исследовательских усилий в области журналистики, прежде всего, в плане практического применения результатов изысканий в медиапространстве. Важную роль в интерпретации произведений искусства, актуализации их значимости для человека играет искусствоведческий дискурс, компоненты которого значимы и для арт-журналистики, обнаруживающей в настоящее время стремительную динамику в своем развитии [1; 2].

Дискурс арт-журналистики определяется комплексом экстралингвистических факторов, которые оказывают влияние на процесс создания медиатекстов этой сферы. Так, свойственные российскому обществу аномия, хаотизация, мультиморальность, дезориентированность, когда страна оказалась на пороге глобализации, формируют, в том числе, не только проникновение, но зачастую и преобладание в сфере культуры и искусства рыночных принципов, которые способны дезориентировать адресата текстов арт-журналистики и повлиять на устойчивые эстетико-этические критерии оценки произведения искусства. Эпоха постмодерна также накладывает заметный отпечаток на восприятие фактов культуры ввиду декларируемого отказа от ценностей прошлых эпох и эстетических канонов, следствием чего становится подмена симулякрами сущностных смыслов, постепенная трансформация института авторства вследствие коммерциализации литературы. Все эти аспекты определяют цель настоящего исследования — выявить признаки антропоцентричности современной арт-журналистики, описав ее ценностную парадигму в условиях трансформаций в русле социокультурного процесса современности.

**Методы** исследования представляют собой единый комплекс, примененный к объекту исследования, приоритетными среди них являются дедуктивно-индуктивный метод, интерпретативный метод, а также метод анализа и синтеза.

### Результаты

Проведенный анализ позволил прийти к выводам о приоритетном антропоцентрическом характере современной арт-журналистики в условиях релевантных ей трансформаций:

- из парадигмы арт-дискурса последовательно вытесняется уважительное отношение к адресату, культурному феномену и его автору-художнику как персоне, которой и посвящается текст как репрезентант арт-дискурса; такое вытеснение осуществляется посредством стратегий доминирования, которые деформируют диалогичность самой арт-журналистики;
- анализ культурных феноменов, который должен проводиться на основании профессиональной компетентности адресанта арт-дискурса, подменяется оценочными высказываниями, часто содержащими иронический подтекст,

опирающимися на личные предпочтения самого автора медиатекста при отсутствии сколько-нибудь убедительной аргументации;

- современная арт-журналистика становится все более коммерциализированной, что влияет на реализацию ею рекламных задач и PR-целей, продиктованных рынком в условиях глобализации.

### Обсуждение

Арт-журналистика руководствуется в своем развитии постулатом об общедоступности текстов об искусстве, которые должны осуществлять просветительскую функцию. Современное медиапространство характеризуется поэтому не только реализацией компонентов социально-политических идей, но и транслированием культурных достижений в массы. Основная функция СМИ — функция социальной коммуникации, что обуславливает трансформацию произведений культуры, которые репрезентированы адресату в предварительно интерпретированном продуцентом виде. Арт-журналистика использует новый формат медиатекста, отражающий мировосприятие автора, его духовный и жизненный опыт. Поэтому тот образ произведения искусства, который возникает в медиатексте, является непосредственным носителем авторской оценки и аксиологии, а сам арт-дискурс неразрывно связан с восприятием продуцентом концептуальной картины мира [3].

Деятельностные параметры арт-журналистики определяются регулярным освещением в СМИ событий в сфере искусства, а также значимых явлений культуры и художественной жизни (театральной, литературной, музыкальной, кинематографической и т. д.). Использование арт-журналистикой любых жанров и форм транслирования информации выдвигает на первый план и ее основной релевантный признак — наличие оценочности и компетентных критических суждений в медиатекстах [4].

Задачи арт-журналистики включают интерпретации отдельных произведений, информацию о событиях в сфере культуры и искусства, однако в современном обществе важное значение приобретает и установление закономерностей общекультурного процесса, и прогнозирование развития сфер культуры. Разумеется, сколько-нибудь доказательное движение в данном направлении возможно только при наличии у арт-журналиста искусствоведческих и культурологических компетенций и знаний, составляющих фундамент художественно-критической идеологии. В этой связи необходимо особо подчеркнуть, что в условиях развития постмодернистского миропонимания такой фундамент оказывается весьма размытым, лишенным каких-либо устойчивых доминант.

В текстово-дискурсивном пространстве арт-журналистики различимы феномены так называемой массовой журналистики и собственно критики, причем именно последней принадлежит приоритет в представлении нового произведения искусства, его первичной искусствоведческой оценки и субъективной интерпретации. Такие критические публикации осуществляются обычно в специализированных СМИ, адресованных профессионалам и экспертному сообществу. В свою очередь, массовая арт-журналистика представляет произведения широкой публике, также частично опираясь в аналитико-интерпретативной деятельности на искусствоведческие знания, однако авторская оценочность и модальность выходят в данном случае на первый план, зачастую оттесняя собственно факты, определяющие действительную ценность произведения искусства.

Эстетическая коммуникация в обоих видах арт-журналистики осуществляется посредством текстов об искусстве, понятийные доминанты которых — термины эстетики — часто имеют весьма лабильные границы. Можно с уверенностью утверждать, что динамика самого арт-текста, его оценочность связана и с подтекстом, и с интерпретативными

практиками, осуществляемыми арт-журналистикой. Арт-дискурс в парадигме журналистики характеризуется нарративностью, которая направлена на раскрытие основных тем авторского повествования. Представляется, что такие основные темы манифестированы в ключевых словах, отражающих идею текста. Нарратив арт-журналистики характеризуется наличием структурно-смысловых компонентов, которые стабильно манифестированы в ее дискурсивно-текстовом пространстве: (1) описание произведения искусства; (2) оценка произведения искусства; (3) фрагменты биографии создателя [5].

Наш исследовательский интерес определяется, прежде всего, теми ценностными и лингвостилистическими аспектами, которыми характеризуется массовая арт-журналистика. Интенциональность арт-журналистики характеризуется не только стремлением к освещению событий культурной жизни, но и значимым когнитивным потенциалом, т. к. направлена на реализацию синтеза двух этапов деятельности продуцента арт-дискурса — рецепцию и оценку. Медиапространство арт-журналистики активно привлекает когнитивные ресурсы искусствоведения, когда медиатекст включает научные термины этой сферы в самых разных жанрах и индивидуально-авторских модификациях. Лексикон арт-журналистики восприимчив к динамике языковых явлений разноуровневой принадлежности, что в целом свидетельствует о ее интересе к самым разным областям культуры и ее роли в жизни общества. Так, для медиатекстов арт-журналистики свойственны использование в одном контексте неформальной лексики и специализированной, тенденция к разговорности и отражению спонтанной речи, создающей правдоподобную иллюзию диалога с адресатом, а также продуцирование новых лексических единиц. Таков, например, макроконтекст, представленный в рецензии С. Ходнева о выставке скульптур, собранных семьей Торлония: «Это тоже отдельный сюжет — Геркулес, собранный как пазл из разнокалиберных и разнородных мраморных фрагментов, и лежащий козел, голову которого изваял взамен утраченной сам Бернини, напоминают об эстетической жадности, хотевшей видеть античные статуи (уж в каком бы фрагментарном виде их ни извлекли на свет римские землекопы) непременно целыми и всесовершенными» [6].

Медиапространство арт-журналистики включает тексты преимущественно позитивной оценочности, однако зачастую можно наблюдать гетерогенность авторских интенций и включение в текст как положительных, так и негативных коннотаций, причем, по всей видимости, сам автор не всегда отчетливо понимает, какова же цель его интенциональности. Так, в рецензии оперы «Орлеанская дева», постановка которой была осуществлена Мариинским театром, автор допускает и критические оценки, например: «Новая «Орлеанская дева» — это чрезвычайно прямолинейная постановка в большом позднесоветском стиле. В ней много падают на колени и разводят руками, хор стоит забором, неоготическая декорация имеет вид прибалтийского сувенира, исторические костюмы из темного бархата блистают люрексом и стразами. Рука небес напоминает о себе сполохами очень яркого света, белого или красного. Все ждешь, что на сцену выйдет лошадь, но ее так и не выводят» [7]. Это неудивительно, т. к. даже в отношении наследия П.И. Чайковского продуцент арт-дискурса не определился: «Четыре акта, исторический сюжет, грандиозные хоровые сцены, сценические эффекты и непременный балет в середине. За эту громоздкую форму Чайковский взялся, чтобы воплотить историю своей любимой героини: в детстве он писал стихи о деве-воительнице, взрослым рыдал, читая очередной роман о ней. Либретто, основанное на драме Шиллера в переводе Жуковского, композитор, как и в случае «Онегина», сделал сам. Опера писалась на большом подъеме и быстро» [7]. Ирония, угадываемая внимательным читателем, никак не может быть интерпретирована: скорее всего, это дань моде постмодерна на ироническое отношение ко всему и вся, но не к опере как таковой.

Современное состояние арт-журналистики характеризуется равной степенью интереса как к культурным феноменам, которые уже имеют устойчивую положительную репутацию, так и к явлениям новым, пока еще спорным в аналитике искусствоведов и арт-журналистов. Так, в

рецензии о постановке «Орлеанской девы» находим и пример положительной оценки: «Труппа Валерия Гергиева подошла к этой работе в отличной форме. Хор являет точность, мощь и красоту, оркестр сияет самыми чистыми красками, все вместе дают почувствовать, какая это для мариинских умельцев изъясняться по-вагнеровски, по-штраусовски или по-стравински отрада — говорить на родном «чайковском» языке» [7]. Отметим, тем не менее, что включение в контекст лексемы *умельцы* снижает эту заданную автором позитивную оценочность, вновь придавая рецензию неоднозначность.

В современном мире социокультурные ценности во многом формируются под влиянием массмедиа. В этой связи правомерно утверждение И.В. Анненковой о том, что, «интерпретируя текущую действительность, или прецедентные феномены, или топосы культуры, журналистика тем самым вольно или невольно повышает ценность этих интерпретативов и формирует их ценностные характеристики в сознании адресата» [8]. Этот процесс диалектичен, поскольку и массмедиа подвержены влиянию социума, прежде всего, в плане содержания и стиля текстов медиа. И.В. Анненкова также отмечает, что «именно язык представляет собой сущностную характеристику в деятельности СМИ по формированию медиакартины мира в сознании массового адресата» [8], а «используя имеющийся арсенал культуры и интерпретируя его с помощью различных дискурсивных стратегий, они формируют (конструируют) собственный мир, отличный от мира реального, и предлагают его в качестве единственно возможного массовому адресату» [8].

Антропоцентричность современной арт-журналистики также обуславливается самой сущностью художественного сознания, которое отражает эстетическое отношение человека к миру в координатах эстетических категорий, и онтологические для сознания человека оппозиции прекрасное — безобразное, возвышенное — низменное, трагическое — комическое детерминируют саму направленность арт-дискурса и специфику медиапространства, в частности. Понятно, что художественное сознание характеризуется исторической динамикой, т. к. на него оказывают свое влияние условия жизни социума, особенности конкретной национальной культуры и требования конкретных художественных направлений. Н.С. Пичко подчеркивает: «Художественное сознание выступает как системное ценностное представление в сложившейся социокультурной ситуации понимания и отражения в эстетических категориях мира, общества, человека» [9].

Формы репрезентации арт-дискурса в современной журналистике претерпели принципиальные изменения, которые становятся наиболее заметными в XXI в. Среди наиболее важных отметим исключительный динамизм арт-журналистики, доминирование рекламной и развлекательной функций в медиатекстах при явном оттеснении на второй план просветительской, активное использование как аналитических и информационных жанров, так и жанровых образований, свойственных сфере PR, эффективное использование достижений журналистики гражданской, корпоративной, а также публицистики; направленность арт-журналистики на формирование определенного имиджа конкретного культурного объекта или персоны [10].

Направленность на адресата, попытка жестко установить параметры общественного мнения о культурном феномене или ощутимо повлиять на него, сотрудничество арт- и поп-рынков с массмедиа — все эти очевидные тенденции позволяют утверждать, что арт-журналистика активизирует пропаганду искусства и формирует ценностную картину мира современного социума. Все это, конечно, не исключает проблем, свойственных современной арт-журналистике. Например, одна из таких проблемных сфер — отсутствие событийной составляющей в появлении того или иного произведения искусства и литературы, поскольку современный арт-рынок перенасыщен новыми явлениями. Поэтому литературная и



искусствоведческая критика в традиционном их понимании теперь постепенно поглощается PR, а на первый план выходит коммерческая выгода от продаж.

Современной арт-журналистике свойственно совершенно особое влияние на культурный процесс, которое сопряжено с теми возможностями, которые открывают перед ней массмедиа. Прагматика арт-дискурса теперь такова, что в традиционный жанр рецензии помещается совершенно не свойственная ему семантика: такие рецензии нужны не для репрезентации критической интерпретации произведения, а для привлечения внимания к определенному культурному феномену или персоне. Данный аспект развития арт-журналистики не может не повлиять на стиль и речевой строй продуктов арт-дискурса, в которых со всей очевидностью преобладают оценочные суждения, например: «Думается, Мариинский театр завел себе блокбастер, который будет очень нравиться публике, как, собственно, и хотел композитор» [7].

Представление об адресанте арт-дискурса в медиaprостранстве также трансформировалось: теперь профессионализм уже не является ключевой характеристикой автора медиатекста, как и его осведомленность в сфере культуры и искусствоведения. Негативным явлением, связанным, тем не менее, с антропоцентричностью современной арт-журналистики, является и отсутствие уважения не только к мнению других, но и к результатам труда художника, а также небрежное отношение к первичному тексту в самом широком смысле этого слова, например: «Все ждешь, что на сцену выйдет лошадь, но ее так и не выводят <...> Словом, вполне продуманный и устойчиво стоящий на ногах спектакль, даже и с мощным образом в финале: платформа, на которой сложен костер, превращается в растущий на глазах столп, возносящий Иоанну прямоком в небеса. А полуголые селянки из Домреми в первом действии или труп военачальника, который утаскивают за кулисы, как падаль, во втором — это мелочи» [7].

Безусловно, различные аспекты развития современной арт-журналистики требуют не только пристального внимания, но и глубокого научного анализа. Приоритетность сферы искусства в данном случае очевидна: явные признаки деградации арт-дискурса в медиaprостранстве могут повлечь за собой гораздо более разрушительные последствия, влияющие как на духовное состояние общества, так и на ценностную картину мира отдельной личности, что в конечном счете скажется и на самой медийной сфере. Задача гуманитарной научной парадигмы видится в данном случае в объективном осмыслении процессов, свойственных развитию арт-дискурса, в том числе и в сфере массмедиа, а также в осознании журналистским сообществом ответственности за возможно более корректный и непротиворечивый анализ сложных феноменов, характеризующих современную культуру.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Дмитриевский В.Н. «Основы социологии театра. История, теория, практика: Учебное пособие. СПб.: Издательство «Лань»; Издательство «Планета музыки», 2015. 224 с.
2. Рейтблат А.И. Писать поперек: Статьи по биографике, социологии и истории литературы. М.: Новое литературное обозрение, 2014. 400 с.
3. Клушина Н.И. Культура в современном медиапространстве // Медиа. Демократия. Рынок. Часть 2. Функционирование средств массовой информации в сфере досуга: Материалы Международной научно-практической конференции // Под ред. Л.Р. Дускаевой. СПб., 2010. С. 33–40.
4. Трёмаскина О.А. Кризисный медиатекст как коммуникативное событие (на материале английского языка). Огарёв-онлайн. 2016; 17. URL: [http://journal.mrsu.ru/wp-content/uploads/2016/10/tremaskina\\_o\\_a.pdf/](http://journal.mrsu.ru/wp-content/uploads/2016/10/tremaskina_o_a.pdf/).
5. Ямбулатова Л.В. Специфика искусствоведческого текста как средство формирования коммуникативной культуры личности // Сибирский педагогический журнал. № 11. 2008. С. 178–184.
6. Ходнев С. Бегите к Торлония // Журнал «Коммерсантъ Weekend» № 18 от 04.06.2021. URL: <https://www.kommersant.ru/weekend/133776>.
7. Немировская К. Не за страж, а за совесть. «Орлеанская дева» в Мариинском театре // Газета «Коммерсантъ» №93 от 02.06.2021. С. 11. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/4837782>.
8. Анненкова И.В. Медиадикурс XXI века. Лингвофилософский аспект языка СМИ. М.: Изд-во МГУ, 2011. 391 с.
9. Пичко Н.С. Художественное сознание как универсум // Ярославский педагогический вестник. 2015. № 1. Т. 1 (Культурология). С. 56–60.
10. Кастельс М. Информационная эпоха: Экономика, общество и культура / Пер. с англ.; под науч. ред. О.И. Шкаратана. М.: Гос. ун-т. Высш. шк. экономики, 2000. 606 с.

**Sorokina Tat'yana Evgen'evna**  
Moscow State Institute of Culture, Khimki, Russia  
E-mail: Tasor74@yandex.ru

## **Anthropocentricity of art journalism in the conditions of modern society**

**Abstract.** The article discusses the main characteristics of modern art journalism, which allow us to assert its anthropocentricity. It is proved that the subject of creativity, which creates artistic images, as well as the work itself as a reflection of the value picture of the artist's world, his worldview and ideological concept are the subject of reception and analysis of art journalism. The anthropocentricity of art journalism as a whole is obvious because art itself is anthropocentric. However, in modern conditions of globalization and the development of postmodern worldview, the anthropocentricity of art journalism is undergoing certain transformations. The specificity of art discourse lies, first of all, in a pronounced appraisal and authorial modality, and the very representation of a work of art in a media text is determined by the level of professionalism and the degree of talent of its producer, as well as the social recognition of the artist and the very status of the work of art, determined by the interest of the public in it, the artist's innovation, the demand for a particular genre in the art industry. In the text-discursive space of mass art journalism, one can find the most revealing cases of interaction between institutional, professional and everyday discourses, which, on the one hand, significantly characterizes modern art journalism from the standpoint of its anthropocentricity, and on the other hand, allows us to evaluate the dynamic transformations inherent in it in postmodern conditions. The postmodern worldview deprives the art discourse of any stable coordinates in terms of terminology or the presence of professional art criticism competencies in an art journalist. A positive assessment in the discourse of art journalism is aimed at reflecting success, the predominance of the best qualities in the interpreted object, which is further enhanced by the use of art criticism terminological apparatus, however, texts with ambiguous evaluation and authorial modality are also presented in the text-discursive space.

**Keywords:** art journalism; art discourse; destination; valuable picture of the world; anthropocentricity

### **REFERENCES**

1. Dmitrievsky V.N. "Fundamentals of the Sociology of Theater. History, theory, practice: Textbook. SPb.: Publishing house "Lan"; Publisher "Planet of Music", 2015. 224 p.
2. Reitblat A.I. Writing across: Articles on biography, sociology and literary history. Moscow: New Literary Review, 2014. 400 p.
3. Klushina N.I. Culture in modern media space // Media. Democracy. Market. Part 2. The functioning of the mass media in the field of leisure: Materials of the International Scientific and Practical Conference // Ed. L.R. Duskaeva. SPb., 2010. P. 33–40.
4. Tremaskina O.A. Crisis media text as a communicative event (based on the material of the English language). Ogarev-online. 2016; 17. URL: [http://journal.mrsu.ru/wp-content/uploads/2016/10/tremaskina\\_o\\_a.pdf/](http://journal.mrsu.ru/wp-content/uploads/2016/10/tremaskina_o_a.pdf/).
5. Yanbulatova L.V. Specificity of art history text as a means of forming the communicative culture of the individual // Siberian pedagogical journal. No. 11. 2008. P. 178–184.



6. Khodnev S. Run to Torlonia // Magazine "Kommersant Weekend" № 18 from 04.06.2021. URL: <https://www.kommersant.ru/weekend/133776>.
7. Nemirovskaya K. Not for rhinestones, but for conscience. "The Maid of Orleans" at the Mariinsky Theater // Newspaper "Kommersant" № 93 dated 02.06.2021. P. 11. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/4837782>.
8. Annenkova I.V. Media course of the XXI century. Linguo-philosophical aspect of the language of the media. Moscow: Moscow State University Publishing House, 2011. 391 p.
9. Pichko N.S. Artistic consciousness as a universe // Yaroslavl Pedagogical Bulletin. 2015. No. 1. T. 1 (Culturology). P. 56–60.
10. Castells M. Information Age: Economy, Society and Culture / Per. from English; under scientific. ed. O. I. Shkaratana. M.: State. un-t. Higher school of Economics, 2000. 606 p.