

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

2023, Том 14, № 4 / 2023, Vol. 14, Iss. 4 <https://sfk-mn.ru/issue-4-2023.html>

URL статьи: <https://sfk-mn.ru/PDF/84FLSK423.pdf>

DOI: 10.15862/84FLSK423 (<https://doi.org/10.15862/84FLSK423>)

5.4.6. Социология культуры (социологические науки)

Ссылка для цитирования этой статьи:

Сорокина, Т. Е. Арт-журналистика: формирование эстетического вкуса или удовлетворение потребительского спроса? / Т. Е. Сорокина // Мир науки. Социология, филология, культурология. — 2023. — Т. 14. — № 4. — URL: <https://sfk-mn.ru/PDF/84FLSK423.pdf> DOI: 10.15862/84FLSK423

For citation:

Sorokina T.E. Art journalism: formation of aesthetic taste or satisfying consumer demand? *World of Science. Series: Sociology, Philology, Cultural Studies*. 2023; 14(4): 84FLSK423. Available at: <https://sfk-mn.ru/PDF/84FLSK423.pdf>. (In Russ., abstract in Eng.) DOI: 10.15862/84FLSK423

УДК 316.77

Сорокина Татьяна Евгеньевна

ФГБУ ВО «Московский государственный институт культуры», Химки, Россия

Профессор кафедры «Журналистика»

Доктор филологических наук

E-mail: tasor74@yandex.ru

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

Арт-журналистика: формирование эстетического вкуса или удовлетворение потребительского спроса?

Аннотация. Статья посвящена рассмотрению двойственной природы арт-журналистики, манифестируемой в траекториях ее развития и соответствующих им функциях в современном медийном пространстве — культурно-просветительской и информационно-рекламной. Автор статьи трактует арт-журналистику как такую сферу профессиональной деятельности, цель которой — формирование эстетического вкуса целевой аудитории и передача комплекса ценностей, имеющих общечеловеческую и национальную значимость. Арт-журналистика все более ориентируется на более широкую аудиторию, о чем свидетельствуют тенденции к намеренному упрощению текста и усиливающейся развлекательности. При этом цели арт-журналистики — сохранение культурных и национальных ценностей, всестороннее развитие человека, его воспитание на образцах мировой культуры — воплощаются в осуществлении культурно-просветительской функции арт-журналистики и, как следствие, в развитии эстетического вкуса ее инструментами и средствами. Стремясь удовлетворить потребности целевой аудитории в информации о фактах и событиях культуры, о произведениях различных видов искусства, арт-журналистика реализует и информационно-рекламную функцию. Интенциональность арт-журналистики характерна для обеих траекторий ее развития в современном медиaprостранстве: формирование представлений, позиций, мнений закономерно обуславливает возникновение у адресата предполагаемых эмоциональных состояний. В статье доказано, что информационно-рекламная траектория арт-журналистики органично дополняет культурно-просветительскую: в любом из исследуемых направлений адресат способен расширить свой когнитивный и эмоциональный опыт в культурном пространстве, обладая творческим потенциалом. Культурно-просветительская траектория развития арт-журналистики не может быть осуществлена вне информационно-развлекательной: расширение предполагаемой целевой аудитории за счет привлечения внимания к событиям культуры и искусства

способствует репрезентации новостного повода с позиций организации досуга, углублению знаний о том или ином произведении искусства или деятеле культуры и, как следствие, обеспечению и поддержанию культурного равновесия в обществе.

Ключевые слова: арт-журналистика; целевая аудитория; культурная ценность; искусство; культурное равновесие; медийное пространство; интенциональность

Введение

Арт-журналистика — одна из новых сфер в развитии журналистики, специфика которой обусловлена тем, что ее объект не утрачивает актуальности, а результаты творческой деятельности арт-журналиста (статьи, рецензии, обзоры) могут сохранить популярность и спустя годы после их первой публикации. Так происходит потому, что искусство в его разных видах остается востребованным информационным поводом, достойным самого пристального внимания и всестороннего обсуждения, особенно, когда речь идет о произведениях искусства, в которых угадывается возможность стать классическим образцом того или иного течения, направления, отразить приметы исторического времени.

И классическое, и современное искусство популярны во всем мире как в профессиональном сообществе деятелей культуры, так и у широкой аудитории. Репрезентация произведений искусства, их обсуждение с общественно-политических и философских позиций были востребованы и в XIX в.: наибольшим влиянием на адресата пользовались литературные обзоры, аналитические и критические статьи, рецензии и пр. В современном медиапространстве формирование общественного мнения и удовлетворение потребностей в информации о фактах и событиях культуры осуществляется арт-журналистикой [1].

Арт-журналистика представляет собой весьма разноплановое явление, что закономерно обуславливает и отсутствие единого понимания ее природы и структуры: например, разграничивают арт-журналистику и арт-критику [2], выделяют арт-журналистику, журналистику в сфере культуры и культурную журналистику.¹ Арт-журналистика трактуется и как более широкая сфера, чем только профессиональная новостная культура, а среди ее представителей необходимо выделять арт-критиков, репортеров и арт-редакторов [3]. Очевидно, что учет разнообразных функций и коммуникативных инструментов арт-журналистики позволяет рассматривать ее как сферу профессиональной деятельности, которая формирует эстетические вкусы целевой аудитории и транслирует культурные и национальные ценности, традиционные и новые, задавая вектор их квалифицированного обсуждения.

Методы исследования включают метод наблюдения, индуктивно-дедуктивный метод, метод анализа и синтеза, интерпретативный метод.

Результаты

Арт-журналистика как довольно новое направление современной журналистики характеризуется как сфера профессиональной деятельности, целью которой является формирование эстетического вкуса целевой аудитории и трансляция социально значимого комплекса ценностей. Тенденции в развитии арт-журналистики — намеренное упрощение текста и усиливающаяся развлекательность — свидетельствуют о ее ориентации на возможно более широкую аудиторию. Предполагая сохранение культурных и национальных ценностей,

¹ Журналистика и культура общества. Учебное пособие / под ред. М.А. Воскресенской. / Авторы: И.Н. Блохин, М.А. Воскресенская, А.Н. Гришанина, Л.Р. Дускаева, В.А. Сидоров, З.Ф. Хубецова Н.С. Цветова. СПб.: Изд-во ВВМ, 2019. 168 с.

всестороннее развитие человека, его воспитание на образцах мировой культуры, арт-журналистика способствует развитию эстетического вкуса и осуществляет культурно-просветительскую функцию, при этом она стремится удовлетворить потребности аудитории в информации о фактах и событиях культуры, о произведениях различных видов искусства. Арт-журналистика интенциональна: она формирует представления, мнения, позиции, провоцируя, тем самым, прогнозируемые эмоциональные состояния. Востребованными остаются обе траектории развития современной арт-журналистики: так ее тексты обретают более широкую аудиторию, что, в свою очередь, способствует осуществлению ее главной миссии — обеспечению и поддержанию культурного равновесия в обществе.

Обсуждение

Современная российская арт-журналистика возникает в начале 1990-х годов в русле «новой газетной критики»², характеризующейся сложной стилистикой и основанной на идее перехода «актуального художественного и, в первую очередь, литературного процесса в область масс-медиа» [4, с. 391]. Исследователи указывают также и на то, что арт-журналистика, в сущности, заменяет литературно-художественную критику [5, с. 90] либо видят в ней компонент культурной журналистики [6, с. 153]. По мнению Н.И. Клушиной, арт-журналистика представляет собой медиа-версию культуры, интерпретирующую культурные феномены в СМИ — «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].

Одной из явных современных примет в развитии арт-журналистики следует признать намеренное упрощение текста: арт-журналист ориентируется при его создании на возможно более широкую аудиторию, что во многом трансформирует традиционные для арт-журналистики жанры. Например, сокращается объем рецензий, терминологический аппарат искусствоведения и эстетики практически не применяется, происходит неравноценная замена терминов и методологически выверенных понятий и игру слов и «лирические отступления», описывающие восприятие произведения искусства самим журналистом. Часто издания публикуют рецензии рекомендательного характера, имеющих редуцированный вид и нацеленных на презентацию нового продукта на рынке развлечений. Можно с уверенностью говорить о том, что арт-журналистика обнаруживает здесь явную ориентацию на потребителя, на получение коммерческой выгоды, лишь информируя адресата о событиях в сфере культуры и определенным образом направляя его в сложном процессе выбора подходящего «культурного продукта».

Основной проблемой в развитии арт-журналистики следует признать нарастающую тенденцию к развлекательности: «Из современного медиапространства исчезло даже упоминание о некоторых видах искусства. Интерес к классической живописи поддерживается преимущественно серийными изданиями для массового читателя. О прикладном искусстве, особенно о национальном прикладном искусстве, рассказывают только каталожные издания, рекламные буклеты крупнейших российских музеев или каталоги аукционов, адресованные коллекционерам нового поколения. Театральная жизнь освещается бегло в изданиях новостного типа, прежде всего и чаще всего, с использованием речевых стратегий анонсирования (например, см. петербургские «Невское время» или «Вечерний Петербург»)» [8]. Действительно, искусство в современных периодических изданиях зачастую бывает

² Сидякина А.А. Художественно-просветительские периодические издания (арт-журналистика) // Журналистика сферы досуга: учеб. пособие / под общ. ред. Л.Р. Дускаевой, Н.С. Цветовой. СПб.: Высш. школа журн. и мас. коммуникаций, 2012. С. 126–127.

лишено подробного освещения, а просветительская и воспитательная функции арт-журналистики оказываются невостребованными.

Миссия журналистики состоит в обогащении внутреннего мира человека, в формировании целостной личности, которая имела бы собственную позицию по различным вопросам и была способна самостоятельно мыслить и рассуждать, выражать собственное мнение. Поэтому и арт-журналистика фокусируется на проблемах развития и сохранения культуры и искусства, внося свой вклад в формирование общественного сознания. При этом ее цель оказывается двойственной: с одной стороны, арт-журналистика способствует развитию эстетического вкуса, с другой, — удовлетворяет потребности целевой аудитории в информации о фактах культуры и событиях в сфере различных видов искусства.

Арт-журналистика оказывает влияние на кристаллизацию ценностей, т. к. СМИ напрямую воздействует на адресата, имея возможность постоянного воздействия на него. В своем фундаментальном труде «Реальность массмедиа» Н. Луман подчеркивает, что массмедиа оказывают влияние на сам выбор транслируемой и, как следствие, воспринимаемой адресатом информации. Основу такой селекции составляет связь конденсации, подтверждения, генерализации и схематизации; сами процедуры селекции подтверждают то, что только массмедиа придают фактам значение [9].

Арт-журналистика не является только некоей «медиа-версией» культуры: напротив, в настоящее время она сконцентрирована на тех феноменах, которых и составляют сами понятия культуры и искусства, т. к. арт-журналистика обращается как к новостным событиям в сфере культуры и искусства, так и способствует выработке общественного мнения о конкретных культурных и идеологических событиях и ценностях. В современном мире событие, не освещенное в СМИ или в социальных сетях, не является событием, его как бы и не существует для широкой аудитории. Сама по себе разнообразная направленность арт-журналистики диктует и широкий репертуар ее жанров, а также локализацию, что позволяет говорить о литературной, музейной, театральной, музыкальной, кино- и телекритики. Актуальность деятельности современной арт-журналистики несомненна: в изданиях широкой тематики практически всегда представлен раздел, который освещает проблематику культуры и искусства, важных для общественной жизни и всегда востребованных самыми разными целевыми аудиториями [10]. В современном медиaprостранстве культура и искусство репрезентированы в политопической системе текстов, при этом российские СМИ, фиксируемые разными сегментами локализации арт-журналистики, зачастую имеют давние традиции — таковы журналы «Театр» (издается с 1937 г.) и «Искусство кино» (издается с 1931 г.), телепередача «Белая студия» (выходит на телеканале «Культура» с 2012 г.) и в целом федеральный канал «Культура» (функционирует с 1997 г.) и многие другие.

Арт-журналистика развивается в настоящее время по двум траекториям — культурно-просветительской и информационно-рекламной. Цель культурно-просветительской траектории — наследование традиций русской журналистики, заложенной в XVIII в.; эта цель воплощается через печатные издания, теле- и радиотексты. Таковы, например, публикации «Российской музыкальной газеты» («информационного издания для любителей музыки»), петербургского журнала о кино «Сеанс», «Художественного Совета» («журнала об изобразительном искусстве, его представителях, материалах и технологиях в России»), «Балета» («всероссийского иллюстрированного журнала об истории балета, премьерах, зарубежных гастролях, фестивалях и концертах»), издания «Русская галерея — XXI век» (предназначено для художников-профессионалов и любителей живописи, графики, скульптуры), интернет-журнала «ПроЧтение», интернет-портала «Культура. РФ. Портал культурного наследия России», в большинстве своем таковы сайты крупнейших национальных музеев; газеты «Культура», «Литературная Россия», «Литературная газета» с приложениями. К

формированию дискурсивного пространства культурно-просветительской направленности с середины 1990-х годов причастны также авторские коллективы православных печатных изданий («Покров», «Фома», «Православный паломник», «Встреча») и радиостанции (радио «Радонеж»), телепередачи (теледиалоги «Слово пастыря»). Очевидно, что такова же и принадлежность части публикаций из соответствующих разделов газет «Коммерсантъ», «Новая газета», новых и выходящих давно провинциальных изданий, выполняющих просветительскую функцию (например, газета «Город N» или интернет-портал и журнал «Кто главный» в Ростове-на-Дону) и т. д.

Безусловно, культурно-просветительская траектория развития арт-журналистики направлена на пропаганду и распространение в обществе высоких культурных ценностей, воспитание членов общества на образцах мировой культуры, что способствует всестороннему развитию человека. Так было и в советской журналистской традиции, о необходимости возрождения которой говорит в одном из интервью В. Мединский, министр культуры РФ в 2012–2020 гг.: «Мы живем в мире, где часто происходит подмена понятий, в мире ценностных фальсификаций и сублимаций <...> Поэтому приходится снова объяснять простые и вечные истины, подталкивать интерес к истории отцов и прадедов, литературе, культурным ценностям». ³ В этих словах емко обозначена миссия арт-журналистики в ее культурно-просветительском аспекте.

Все более активно развивается и другая траектория арт-журналистики, для которой характерны информационно-рекламные цели. Это направление арт-журналистики отражает новости о событиях, темах, тенденциях в развитии современного искусства в его формах и жанрах для активизации потребительского интереса к фактам и объектам культуры и искусства как к таким феноменам, которые характеризуются определенной материальной ценностью или способны провоцировать релаксацию, организуя досуг. В современном медиaprостранстве к такому направлению арт-журналистики примыкают PR-издания либо издания с рекламными целями, а также имитирующий качественную журналистику, но развлекательный в своей интенциональности «глянец», основной целью которого является создание медиаобразов селебрити мира культуры и искусства (журнал «Караван историй»). Эта траектория вполне качественно создает имидж коммерческого объекта (частный музей, выставочная галерея, глянцево издание и т. п.) либо публичной персоны, а также способна участвовать в формировании образа государства или города: такова, например, ежемесячная иллюстрированная газета «The Art Newspaper Russia», посвященная мировым художественным новостям. Информационно-рекламная траектория арт-журналистики прослеживается и в изданиях типа журнала «Эстет», нацеленного на то, чтобы «помочь своему читателю обрести комфортное место — своеобразное экваториальное пространство между журналистикой снобов и журналистикой тотального гламура», как сказано в редакционном предуведомлении, или в солидном «Мире искусств» — «Вестник Международного института антиквариата».

Обе траектории развития современной арт-журналистики характеризуются нацеленностью на формирование определенных представлений, мнений, которые способны спровоцировать ожидаемые эмоциональные состояния. В координатах культурно-просветительской траектории отдано предпочтение текстам аналитического типа, и здесь закономерен жанровый репертуар — проблемные статьи, рецензии, интервью. Культурно-просветительская арт-журналистика стремится решить несколько задач, среди которых наиболее важными являются интерпретация значимых художественных произведений, созданных как в прошлые эпохи, так и в последние годы, что, несомненно, формирует у целевой аудитории эстетический вкус. Кроме того, в этом же интенциональном поле находится и репрезентация системы

³ Владимир Мединский: Любовь к Родине как идеология есть в любой стране // Российская газета. 31.10.2013. <https://rg.ru/2013/11/01/medinsky.html?ysclid=loxbj44520893037840> (дата обращения 5.11.2023).

ценностей, свойственных конкретному историческому периоду, а также всестороннее рассмотрение особенностей художественной образности как основы различных видов искусства в познании мира и человека. Информационно-рекламная траектория в развитии арт-журналистики дополняет культурно-просветительскую: каждый человек, обладая творческим потенциалом, расширяет свой познавательный и эмоциональный опыт в культурном пространстве. Понятно, что в рамках арт-журналистики существуют и успешно развиваются дискурсы разных целеполаганий, и неправомерно говорить о том, что арт-журналистика должна быть направлена исключительно на развитие эстетического вкуса широких масс или должна быть адресована только узким специалистам, ценителям высокого искусства. В медиaprостранстве арт-журналистики необходимы и тексты с возможно более широкой атрибуцией, возможно, и связанные с коммерческой направленностью, что, в конечном счете, позволяет арт-журналистике осуществлять ее главную миссию — обеспечивать и поддерживать культурное равновесие в обществе.

ЛИТЕРАТУРА

1. Суворова А.Ю. Арт-журналистика в России: особенности типологизации и жанровотематическое своеобразие // Массовая коммуникация в современном мире: вызовы и перспективы: материалы Междунар. науч.-практ. конф. студентов, магистрантов и аспирантов / Юго-Западный гос. ун-т; отв. ред. Лагутина О.В. Курск, 2014 — С. 149–150.
2. Черепова Т.Н. Проблемы подготовки журналистов, освещающих вопросы культуры и искусства в СМИ // Журналистский ежегодник. М., 2016 — С. 45–47.
3. Harries, G. and Wahl-Jorgensen, K. The culture of arts journalists: Elitists, saviors or manic depressives? // Journalism, 2007 — Т. 8(6) — С. 619–639.
4. Морев Г. После глянца. Медиа 90-х: историко-юбилейные заметки // Нов. лит. обозр. 2001. № 4(50) — URL: <http://www.litkarta.ru/russia/moscow/persons/morev-g/posle-gl/>.
5. Саенкова Л.П. Литературно-художественная критика и журналистика: историко-культурный контекст // Вестник БДУ. 2009 — Сер. 4 — № 1 — С. 87–91.
6. Сергеева Т.С. Арт-журналистика и современная российская культура: ценностно-смысловые доминанты и проблемы сохранения человека // Вестник Челябинского государственного университета, 2013 — № 22(313) — С. 152–156.
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, Белгород, 2013 — 139 с.
8. Цветова Н.С. Дискурс искусства в современной российской журналистике // Вестник СПбГУ. 2012 — Серия 9 — Вып. 1 — С. 231–238.
9. Луман Н. Реальность массмедиа / Пер. с нем. А.Ю. Антоновского. М.: Практис, 2005. 256 с. (Серия «Образ общества»).
10. Сорокина, Т.Е. Арт-журналистика в современных массмедиа: событие и дискурсивные практики / Т.Е. Сорокина // Мир науки. Социология, филология, культурология. — 2020. — Т 11. — № 4. — URL: <https://sfk-mn.ru/PDF/52FLSK420.pdf> (дата обращения: 26.11.2023).

Sorokina Tat'yana Evgen'evna

Moscow State Institute of Culture, Khimki, Russia

E-mail: tasor74@yandex.ru

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

Art journalism: formation of aesthetic taste or satisfying consumer demand?

Abstract. The article is devoted to the consideration of the dual nature of art journalism, manifested in the trajectories of its development and the corresponding functions in the modern media space — cultural-educational and information-advertising. The author of the article interprets art journalism as a sphere of professional activity, the purpose of which is to form the aesthetic taste of the target audience and convey a set of values that have universal and national significance. Arts journalism is increasingly targeting a wider audience, as evidenced by trends towards deliberate simplification of text and increasing entertainment value. At the same time, the goals of art journalism — the preservation of cultural and national values, the comprehensive development of man, his education based on examples of world culture — are embodied in the implementation of the cultural and educational function of art journalism and, as a consequence, in the development of aesthetic taste using its tools and means. In an effort to satisfy the needs of the target audience for information about facts and cultural events, about works of various types of art, art journalism also implements an information and advertising function. The intentionality of art journalism is characteristic of both trajectories of its development in the modern media space: the formation of ideas, positions, and opinions naturally determines the emergence of expected emotional states in the addressee. The article proves that the information and advertising trajectory of art journalism organically complements the cultural and educational one: in any of the areas studied, the addressee is able to expand his cognitive and emotional experience in the cultural space, possessing creative potential. The cultural and educational trajectory of the development of art journalism cannot be implemented outside of information and entertainment: expanding the intended target audience by attracting attention to cultural and artistic events contributes to the representation of the news occasion from the perspective of organizing leisure time, deepening knowledge about a particular work of art or cultural figure and, as a result, ensuring and maintaining cultural balance in society.

Keywords: art journalism; target audience; cultural value; art; cultural balance; media space; intentionality