

Научная статья
УДК 316.77
DOI: 10.17213/2075-2067-2022-6-76-82

АРТ-ЖУРНАЛИСТИКА В АСПЕКТЕ МЕДИАТИЗАЦИИ КУЛЬТУРЫ: ПРОБЛЕМНАЯ ПАРАДИГМА

Татьяна Евгеньевна Сорокина

*Московский государственный институт культуры, Химки, Россия
tasor74@yandex.ru, AuthorID РИНЦ: 857102, SPIN-код: 9703-3376*

Аннотация. В статье рассматриваются проблемы развития арт-журналистики в условиях медиатизации современного общества.

Цель статьи — определить основные функции арт-журналистики и ее роль в медиатизации искусства и коммуникативных процессов, продуцируемых массмедиа.

Методологическую базу исследования представляет собой комплекс методов: метод наблюдения, индуктивно-дедуктивный метод, метод анализа и синтеза, метод моделирования.

Результаты исследования. В процессе исследования установлены те факторы, которые обуславливают развитие искусства в аспекте медиатизации: массовое тиражирование репродукций, лишаящее вещи, окружающие человека, уникальности; изменение дистанции, отделяющей зрителя от арт-объекта, что связано с доступностью информация через интернет; совершенствование технических характеристик медиасредств. Очевидно, что эти же факторы оказывают влияние и на арт-журналистику. Жанровая специфика арт-журналистики характеризуется равноправным положением информационных и аналитических жанров, художественно-публицистические жанры также остаются в ее поле.

Перспективу исследования составляет формирование эстетического вкуса публики, утверждение культурных ценностей, поддержание преемственности эстетической традиции и реализация воспитательной функции.

Ключевые слова: арт-журналистика, медиатизация, массмедиа, пространство культуры, адресат

Для цитирования: Сорокина Т.Е. Арт-журналистика в аспекте медиатизации культуры: проблемная парадигма // Вестник Южно-Российского государственного технического университета. Серия: Социально-экономические науки. 2022. Т. 15, № 6. С. 76–82. <http://dx.doi.org/10.17213/2075-2067-2022-6-76-82>.

Original article

ART JOURNALISM IN THE ASPECT OF MEDIATIZATION OF CULTURE: PROBLEM'S PARADIGM

Tatiana E. Sorokina

Moscow State Institute of Culture, Khimki, Russia
tasor74@yandex.ru, AuthorID RSCI: 857102, SPIN-code: 9703-3376

Abstract. *The article deals with the problems of the development of art journalism in the conditions of mediatization of modern society.*

The purpose of the article *is to determine the main functions of art journalism and its role in the mediatization of art and communication processes produced by the mass media.*

The methodological basis *of the research is a set of methods: the observation method, the inductive-deductive method, the method of analysis and synthesis, the method of modeling.*

The results of the study. *In the course of the study, the factors that determine the development of art in the aspect of mediatization were established: such are the mass replication of reproductions, which deprives the things surrounding a person of their uniqueness; change in the distance separating the viewer from the art object, which is associated with the availability of information via the Internet; improvement of the technical characteristics of media. Obviously, these same factors have an impact on art journalism. The genre specificity of art journalism is characterized by the equal position of information and analytical genres, artistic and journalistic genres also remain in its field.*

The perspective of the research *is the formation of the aesthetic taste of the public, the assertion of cultural values, the maintenance of the continuity of aesthetic tradition and the implementation of educational functions.*

Keywords: *art journalism, mediatization, mass media, cultural space, addressee*

For citation: *Sorokina T. E. Art Journalism in the Aspect of Mediatization of Culture: Problem's Paradigm // Bulletin of the South Russian State Technical University. Series: Socio-economic Sciences. 2022; 15(6): 76–82. (In Russ.). <http://dx.doi.org/10.17213/2075-2067-2022-6-76-82>.*

Введение. Журналистика не только является активным механизмом, с помощью которого транслируется различная информация, в том числе и в сфере культуры, но и сама выступает неотъемлемым компонентом социокультурного пространства. Ее развитие в исторической динамике, сами характеристики функционирования в обществе обусловлены во многом культурными факторами и оказывают влияние на формирование культурных кодов нации и отдельной личности. Разумеется, удовлетворение культурных потребностей — это также одна из важных сфер журналистики, прежде всего, той ее части, которая непосредственно направлена на интерпретацию фактов развития культуры, — арт-журналистики. Именно поэтому изучение разнообразных проявлений арт-журналистики обладает

несомненной актуальностью, а ее трансформации, детерминированные современным состоянием медиа, приобретают особую теоретическую и практическую значимость.

Современное общество характеризуется все более усиливающейся медиатизацией: медиапространство приобретает все новые возможности в связи с бурным развитием технических средств. Охват аудитории теперь в десятки раз превышает существовавший всего несколько лет назад, контент может генерироваться самим адресатом, что в свою очередь создает совершенно новый тип восприятия информации: «Развитие цифровых технологий, мобильных средств коммуникации, распространение Интернета создает условия для интеграции компьютеров, телевизоров, мобильных телефонов, смартфонов в мульти-

медийное средство коммуникации с широкой функциональностью. Конвергенция этих устройств образует ряд новых возможностей для развития медиасреды и, прежде всего — контроль и управление медиаконтентом со стороны пользователя» [4, с. 61].

Самые разные сферы жизни современного человека затронуты сейчас медиатизацией, которая становится посредником во взаимодействии аудитории и массмедиа. Медиатизация развивается сейчас стремительно, а само воздействие СМИ на адресата происходит зачастую опосредованно, и медиапотребление уже давно реализуется вне рамок своего классического понимания. Социальная среда находится под массивным воздействием технических инноваций, трансформируя и само мышление человека, а реальная действительность замещается медиатизированной. В этих условиях арт-журналистика становится тем полем, на котором факты культуры и искусства либо получают новые возможности транслирования и интерпретирования, либо постепенно утрачивают влияние на общественное мнение и могут вовсе прекратить функционирование в массовом сознании.

Методика исследования представляет собой комплекс методов, в котором наиболее эффективными в плане изучения эмпирического материала стали метод наблюдения, индуктивно-дедуктивный метод, метод анализа и синтеза, метод моделирования.

Обсуждение. Массмедиа включены в современную реальность столь значительно, что сейчас уже невозможно рассматривать какое-либо явление общественной жизни вне этого органического компонента пространства культуры. Социальные и гуманитарные науки уже в последние десятилетия XX века обращаются к изучению той специфики, которая характеризует современную коммуникацию, а рассмотрение в различных ракурсах все более усиливающейся медиатизации становится исследовательским трендом. Пространство массмедиа охватывает теперь не только сферу политики и экономики, но и теорию и практику искусства: медиатизация трансформирует и замещает смыслы и ценности современной культуры, что

обуславливает необходимость рассмотрения медиатизации искусства и тех коммуникативных сфер и процессов, которые с ним связаны. Исследователями фиксируются знаковые процессы XX–XXI веков — это иконический и медийный повороты, а также социальный поворот в искусстве, которые закономерно оказывают влияние и на арт-журналистику.

Понятие «поворота», под которым понимают значимую трансформацию в развитии культуры, вводит в активный научный оборот Ричард Рорти, охарактеризовавший в работе «Лингвистический поворот» [11] историю и доктрину лингвистической философии в ее обусловленности переосмыслением значения и роли языка. Иконический поворот происходит ранее других: он обуславливается изменением роли визуальных образов в транслировании информации, причем первые признаки такого поворота представлены уже в XIX веке, когда изобретена фотография, и регистрация фактов действительности, совпадающая с ними во временном промежутке, становится доступной через применение технических средств. В начале XX века появляется кинематограф, что трансформирует визуальный образ: он становится движущимся, меняющим формы, причем такой образ воздействует на сознание адресата более эффективно, нежели текст: для его интерпретации нет необходимости в грамотности. В середине XX века визуализация образов становится нормой, что обуславливается развитием техники тиражирования. Визуальные образы трансформируют реальность, меняя представление о ней, замещая непосредственный опыт.

Медиатизация, характеризующая современную коммуникативную сферу, обуславливается бурным развитием компьютерных технологий: изображение подвергается цифровой обработке, поэтому практически безграничной становится степень манипуляции сознанием адресата. Образы теперь предваряют реальность, которая оценивается в их критериальном поле: большим доверием теперь пользуется не слово, а визуальный образ [9]. Образы воспроизводятся тотально, а естественным признаком современного мира становится документирование случайных событий. Арт-журналистика развивается в условиях медиатизации под влиянием следу-

ющих факторов: теперь возможно массовое тиражирование репродукций, окружающие человека вещи лишены уникальности; информация доступна в любом месте и в любой промежуток времени при наличии доступа к интернету, что изменяет дистанцию между зрителем и объектом; совершенствуются сами медиасредства.

В конце XX века наблюдаются социокультурные трансформации, которые приводят к появлению информационного общества и совершению медиального поворота. Понятие введено в активный оборот Р. Марграйтером [10], считающим медиальность обязательным свойством восприятия человека, которое дано через определенные средства, функционирующие по своим законам и избирающие сообщения [9].

М. Маклюэн, еще в 1960-е годы заявивший об универсальной роли медийных процессов, подчеркивает, что социальные трансформации обуславливаются изменениями средств связи, посредством которых осуществляется коммуникация, что в конечном счете приводит к изменениям в развитии общества [5; 6], а знаменитый постулат, выдвинутый М. Маклюэном, — «медиа — и есть сообщение» — позволяет интерпретировать влияние средств коммуникации на личность и социум вне зависимости от их содержания [6, с. 14]. Революционные изменения, связанные с развитием электронных средств коммуникации, предсказаны М. Маклюэном еще в конце 70-х годов XX века: скорость распространения информации и ее доступность вне зависимости от места обитания объединяют человечество в единое сообщество, в «глобальную деревню».

Ж. Бодрийяр акцентирует внимание на том, что человек под влиянием медиа лишается реального опыта и помещается в мир «симулякров», для которых свойственно разрушение границ образа и его реального референта вплоть до полного его отсутствия в реальности, что влечет за собой насыщение мира символическими образами [2]. Очевидно, что в таких условиях медиа из механизма доступности информации трансформируются в механизм симуляции.

Антропоцентричность современной культуры обуславливает и социальный поворот в искусстве, который проявляется

в распространении и институционализации группового и ангажированного творчества: многочисленные арт-проекты взаимодействия, привлекающие к совместной работе людей или сообщества, инициируют их посредничество или создают новые арт-объекты. Практика непосредственного сотрудничества обуславливает рост интереса художников к этическим проблемам, что создает определенные трудности в оценке и критике «искусства взаимодействия»: оно представляется «добродетельным», имеет позитивную результативность в плане социальной инклюзии, но сами проекты могут иметь менее качественную визуальную и концептуальную наполненность [1]. Сегодня ни одна биеннале не обходится без проектов искусства взаимодействия, что свидетельствует о популярности партиципаторного искусства. Новые арт-эксперименты сфокусированы вокруг моделирования тех или иных социальных условий и форм коммуникации разной степени ангажированности и провокативности [7].

Современная арт-журналистика сталкивается с ситуацией, когда в художественную практику проецируется само понятие медиа вне осознания путей и способов их влияния на новые формы искусства. Однако сейчас ясно, что арт-журналистике приходится иметь дело с традиционным и техногенным видами изобразительного искусства, которые вполне могут быть представлены во взаимодействии, что обуславливает возникновение ряда новых форм: арт-объект, инсталляция, перформанс, хэппенинг, акция — формы, расширяющие возможности традиционного искусства, медийные и цифровые виды, а также гибридные арт-феномены (например, сайенс-арт) — техногенное [3]. Очевидно, что и динамичное развитие технических «медиа», которое привело к разграничению «media art» (арт-феномены, возникшие в середине XX века и имеющие аналоговую природу и линейные формы коммуникации, где роль реципиента сведена к минимуму (фото, видео-арт и т.д.)) и «new media art», дигитальные (цифровая форма кодирования сигнала) и интерактивные [3].

Мы согласны с Т. А. Пивоварчик, которая указывает: «Если традиционно коммуникативная активность или пассивность человека интерпретировалась, прежде всего, как

индивидуальное качество личности, то сегодня медиатизированная действительность “навязывает” характер и способы коммуникативной активности человека, оказывается сильнее, чем его природная предрасположенность. Наличие доступных сервисов (например, генераторов мемов) подвигает человека к расширению способов его коммуникативной активности» [8, с. 150].

Бурное развитие технологий обуславливает не только формы транслирования информации арт-журналистикой, но и саму ее суть, а также жанр как системообразующий признак. Очевидно, что сам тип арт-СМИ диктует жанровую специфику арт-журналистики, а информационные и аналитические жанры часто равноправны (прежде всего, за счет востребованности жанров рецензии и обзора), художественно-публицистические жанры представлены очерком.

Ввиду интегрированности арт-журналистики в пространство производства и потребления культурных ценностей в настоящее время наблюдается и тесное взаимодействие, а иногда и синтез арт-журналистики с PR и маркетингом. В этом отношении можно также констатировать востребованность арт-журналистики ввиду расширения сегмента досуговых СМИ, что в свою очередь может привести и к размыванию ее границ.

Искусство в современном мире постоянно модифицируется, что, разумеется, обуславливает и трансформации в пространстве арт-журналистики, предоставляющей основную информацию из сферы культуры. Отмечается также интересный факт: когда техническое оснащение журналистики новыми медиасредствами стало повсеместным, что нейтрализовало эффект новизны применения таких средств, внимание переключилось на содержательную сторону и, например, возросла ценность радиотрансляции. Поэтому с уверенностью можно утверждать, что арт-журналистика остается востребованной, несмотря на утвердившийся стереотип о том, что лучше один раз увидеть какое-либо арт-событие, чем сто раз прочитать о нем.

Арт-журналистика и сейчас, в условиях медиатизации, сохраняет свою многогранность, т.к. она отражает главные события и направления развития искусства. Арт-журналистика, являясь, в сущности, искусством

об искусстве, предоставляет арт-журналисту возможность раскрыть собственное видение конкретного арт-объекта или арт-события, воплотить свое Я в арт-анализе. Однако определяющая роль арт-журналистики состоит в том, что она и в современных условиях развития медиaprостранства продолжает воспитывать публику, формируя ее художественный вкус, утверждая культурные ценности и поддерживая преемственность эстетической традиции.

Заключение. Появление «новых медиа» обуславливает новый этап медийного влияния, а технические средства изменяют темп, затраты усилий, расширяют сферы распространения информации, обеспечивают новые возможности обратной связи, что приводит к слиянию реальности и медиареальности. Массмедиа трансформируют способы коммуникации людей друг с другом, определяя все большую зависимость человечества от новых технологий.

Медиаальный поворот к концу первого десятилетия XXI века изменяет само мировосприятие, и теперь культура не мыслится вне медиа, вне воздействия способов и средств коммуникации на реальность, воспринимаемую и воспроизводимую человеком. Арт-журналистика теперь функционирует в новом информационном и коммуникационном пространстве, которое продуцируется техногенной цивилизацией, что значительно влияет на ее содержание, характеристики, жанры и как следствие — на формирование художественных потребностей современного человека, на его эстетический вкус и общую культуру.

Выводы. Медиатизация в современном мире — явление глобальное: не только политика и экономика, но и сфера искусства, его теория и практика подчинены ее влиянию. Трансформация и замещение смыслов и ценностей современной культуры в условиях медиатизации диктует необходимость изучения медиатизации искусства, а также связанных с ней коммуникативных процессов.

Целый ряд факторов обуславливает развитие арт-журналистики в контексте медиатизации: массовое тиражирование репродукций лишает окружающие человека вещи

уникальности; совершенствование технических характеристик медиасредств; изменение дистанции, отделяющей зрителя от арт-объекта, связано с доступностью информации в любое время в любом месте при наличии доступа к интернету.

Жанровая специфика арт-журналистика детерминирована типом арт-СМИ. Акцентируется равноправие информационных и аналитических жанров (прежде всего, за счет востребованности жанров рецензии и обзора), художественно-публицистические жанры представлены очерком. Основная роль арт-журналистики заключается в формировании эстетического вкуса публики, утверждении культурных ценностей и поддержке преемственности эстетической традиции, а, значит, в реализации воспитательной функции.

Список источников

1. Бишоп К. Социальный поворот в современном искусстве // Художественный журнал. 2005. №58/59. С. 33–38.
2. Бодрийяр Ж. Симулякры и симуляции. М.: Постум, 2015. 240 с.
3. Каленкевич Е. И. Media: искусствоведческий ракурс // Время. Искусство. Критика. Минск: Издательство БГУ, 2010. С. 73–77.
4. Коломиец В. П. Медиасреда и медиапотребление в современном российском обществе // Социологические исследования. 2010. №1. С. 58–66.
5. Маклюэн М. Галактика Gutenberga. Становление человека печатающего. М.: Акад. Проект; Фонд «Мир» 2005. 496 с.
6. Маклюэн М. Понимание медиа. Внешние расширения человека. 2-е изд. М.: Гиперборея: Кучково поле, 2007. 462 с.
7. Осминкин Р. С. Партиципаторное искусство: от «эстетики взаимодействия» к постпартиципаторному искусству // Обсерватория культуры. 2016. Т. 1. №2. С. 132–139.
8. Пивоварчик Т. А. Медиатизация как фактор развития коммуникативной активности личности // Корпоративные стратегические коммуникации: новые тренды в профессиональной деятельности: материалы II Международной науч.-практ. конференции (Минск, 22–23 февраля 2018 г.) / Белорусский гос. ун-т. Минск: Издательство БГУ, 2018. 231 с.
9. Савчук В. В. Медиафилософия. Приступ реальности. СПб.: Изд-во РХГА, 2014. 350 с.
10. Margreiter R. Realität und Medialität: Zur Philosophie des Medial Turn // Medien Journal. 2017. Vol. 1. №23. P. 9–18.
11. Rorty R. The Linguistic Turn // Essays in Philosophical Method. Chicago, 1992. 407 p.

References

1. Bishop K. Social'nyj povorot v sovremennom iskusstve [Social turn in contemporary art]. *Hudozhestvennyj zhurnal [Art Journal]*. 2005; (58/59): 33–38. (In Russ.).
2. Bodrijjar Zh. Simuljakry i simuljaccii [Simulacra and simulations]. Moscow: Postum, 2015. 240 p. (In Russ.).
3. Kalenkevich E. I. Media: iskusstvovedcheskij rakurs [Media: an art-historical perspective]. *Vremja. Iskusstvo. Kritika [Time. Art. Criticism]*. Minsk: Izdatel'stvo BGU, 2010. P. 73–77. (In Russ.).
4. Kolomiec V. P. Mediasreda i mediapotreblenie v sovremennom rossijskom obshhestve [Media environment and media consumption in modern Russian society]. *Sociologicheskie issledovanija [Sociological Research]*. 2010; (1): 58–66. (In Russ.).
5. Makljuven M. Galaktika Gutenberga. Stanovlenie cheloveka pechatajushhego [Gutenberg Galaxy. The formation of a printing man]. Moscow: Akad. Proekt; Fond «Mir» 2005. 496 p. (In Russ.).
6. Makljuven M. Ponimanie media. Vneshnie rasshirenija cheloveka [Understanding media. External extensions of a person]. 2-e izd. Moscow: Giperboreja: Kuchkovo pole, 2007. 462 p. (In Russ.).
7. Osminkin R. S. Participatornoe iskusstvo: ot «jestetiki vzaimodejstvija» k postparticipatornomu iskusstvu [Participatory art: from «aesthetics of interaction» to postparticipatory art]. *Observatorija kul'tury [Observatory of Culture]*. 2016; 1(2): 132–139. (In Russ.).
8. Pivovarchik T. A. Mediatizacija kak faktor razvitija kommunikativnoj aktivnosti lichnosti [Mediatization as a factor in the development of a person's communicative activity]. *Korporativnye strategicheskie kommunikacii: novye trendy v professional'noj dejatel'nosti: materialy II Mezhdunarodnoj nauch.-prakt. konferencii (Minsk, 22–23 fevralja 2018 g.) [Corporate*

strategic communications: new trends in professional activity: materials of the II International Scientific and Practical Conference. Conference (Minsk, February 22–23, 2018)]. Belorusskij gos. un-t. Minsk: Izdatel'stvo BGU, 2018. 231 p. (In Russ.).

9. Savchuk V.V. Mediafilosofija. Pristup real'nosti [Media philosophy. An attack of re-

ality]. Saint Petersburg: Izd-vo RHGA, 2014. 350 p. (In Russ.).

10. Margreiter R. Realität und Medialität: Zur Philosophie des Medial Turn // Medien Journal. 2017. Vol. 1. №23. P. 9–18.

11. Rorty R. The Linguistic Turn // Essays in Philosophical Method. Chicago, 1992. 407 p.

Статья поступила в редакцию 13.12.2022; одобрена после рецензирования 23.12.2022; принята к публикации 25.12.2022.

The article was submitted on 13.12.2022; approved after reviewing on 23.12.2022; accepted for publication on 25.12.2022.

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРАХ



Сорокина Татьяна Евгеньевна — доктор филологических наук, профессор кафедры журналистики, Московский государственный институт культуры (МГИК).

Россия, г. Химки, ул. Библиотечная 7, корп. 3

Tatiana E. Sorokina — Doctor of Philological Sciences, Professor of the Department of Journalism, Moscow State Institute of Culture (MSIC).

7 Bibliotechnaya str., bld. 3, Khimki, Russia
