Марина Леонидовна Лебедева

Белорусский государственный университет (Республика Беларусь, г. Минск)

lebedeml@bsu.by

**Функции современной арт-журналистики**

Систематизируются актуальные функции современной арт-журналистики с точки зрения цели и взаимодействия публикаций о культуре с аудиторией, продуцирующей запрос и реакцию в пространстве новых медиа. Рассматриваются аспекты соотношения аналитической и развлекательной составляющих в медиаконтенте, представленном современной арт-журналистикой.

Ключевые слова: арт-журналистика, культура, аудитория, новые медиа, формат.

Функциональный потенциал современной арт-журналистики определяется в русле общих тенденций развития массмедиа. Сетевая коммуникация обеспечивает широкие возможности для взаимодействия аудитории с информацией о культуре: «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» [2: 3]. Идея «транслирования культурологических смыслов», как и само употребление абстрактного существительного «смысл» в значении конкретного, на что указывает форма множественного числа, концептуальны для понимания функций современной арт-журналистики и запросов аудитории медиа. Характерной чертой общей установки современных медиапотребителей выступает предпочтение глубокой и сложной аналитике готовых, узнаваемых и зачастую упрощенных формулировок, касающихся художественной культуры, искусства, привязанных к текущему событию и подаваемых доступно, рекреативно. Реализация информационной функции арт-журналистики непосредственно связана с удобными для восприятия аудиторией форматами (как правило, лаконичными, «ненавязчивыми») материалов о культуре.

Выполнение арт-журналистикой коммуникативной функции осмысливается как положительная тенденция, поскольку «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» [2: 3]. Осуществление диалога происходит в том числе и в формах обратной связи («эмодзи», реакции, комментарии, репосты), которую дает аудитория новых медиа.

Аналитическая функция арт-журналистики в сравнении с этой же функцией литературно-художественной критики выполняется иначе. Основной запрос современной аудитории (в особенности это касается новых медиа) зачастую направлен на получение развлекательной информации о культурном событии, объекте, связанных с ними персонах, поэтому не предполагается глубины аналитики. Более того, на современном медиарынке «критиков ценят не за их мнение, а за их влияние на потребительский спрос; в то время как самим критикам нравится верить в обратное: уважаемы их мнения, а вытекающие коммерческие последствия не так значимы» [4: 28].

С информационными поводами, с освещением актуальных событий и объектов культуры в медиа связана функция популяризации и продвижения «культурных продуктов», а прогнозирование реакции аудитории, управление этой реакцией также потенциально входит в функциональный спектр современной арт-журналистики.

Желанием аудитории развлекаться, релаксировать, а также возможностью для медиа монетизировать это обусловлена реализация рекреативной функция арт-журналистики. Примечательно, что «наиболее тесно эффекты психического регулирования связаны с художественной информацией, способны создавать различные психические эффекты – от простого отвлечения до переживания на уровне катарсиса. Эффект зависит не только от содержания произведений, но и от мотивов их использования, характера усвоения» [3: 54]. При этом сама установка на развлекательность, присущая, в частности, новым медиа, объяснима в парадигме запроса современного медиапотребителя и общества массового потребления на удовольствие, на так называемый «быстрый дофамин», в том числе и на фоне восприятия «культурной» информации.

Мнения исследователей относительно роли, значения и функций арт-журналистики в современном медиапространстве разнятся. Выделяются как относительно оптимистичный взгляд на эту сферу, согласно которому «медиасредства осуществляют одну из наиглавнейших задач по сохранению и трансляции в массы ценностей культуры» [1: 45], так и довольно пессимистичный, в соответствии с которым арт-журналистика служит главным образом удовлетворению интересов общества массового потребления в условиях глобального медиарынка.

Литература

1. Масленников А. В. Арт-журналистика как объект современных медиаисследований // Медиасреда. 2020. № 2. С. 44 –47.
2. Сорокина Т. Е. Арт-журналистика в современных массмедиа: событие и дискурсивные практики // Мир науки. Социология, филология, культурология. 2020. № 4. URL: <https://sfk-mn.ru/PDF/52FLSK420.pdf>.
3. Федотова Н. А. Рекреативные функции в системе функций СМИ: теория и концепции // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2011. № 1(7). С. 52 –58.
4. Цветова Н. С. Искусство в массмедиа. СПб., 2019.