УДК 070.1

АРТ-ЖУРНАЛІСТЫКА ЯК ПАНЯЦЦЕ І ВІД ТВОРЧАЙ ДЗЕЙНАСЦІ

Н. А. ТАЧЫЦКАЯ[1*]

[1*]*Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт, пр. Незалежнасці, 4, 220030, г. Мінск, Беларусь*

Разглядаецца тэарэтычнае абгрунтаванне паняцця «арт-журналістыка», аналізуюцца перадумовы ўзнікнення новага віду журналісцкай практыкі: масавая культура, кліпавае мысленне і постмадэрнізм. Падкрэсліваюцца якасныя характарыстыкі арт-журналістыкі, разводзяцца тэрміны «літаратурна-мастацкая крытыка» і «арт-журналістыка», выяўляюцца іх асноўныя адрозненні і падабенствы. Мэта даследавання – даць уяўленне аб паняцці «арт-журналістыка» і функцыянаванні гэтага напрамку журналісцкай дзейнасці ў Беларусі. Актуальнасць тэмы абумоўлена зменамі ў сучаснай медыйнай прасторы і неабходнасцю абагульніць і сістэматызаваць вынікі ранейшых даследаванняў, каб вылучыць асаблівасці беларускай арт-журналістыкі. Шмат увагі надаецца ўплыву арт-журналістыкі на літаратурна-мастацкую крытыку, які выражаецца ў паступовым пераходзе крытыкі ў інтэрнэт. Аўтар закранае пытанне аб месцы мастацкага аналізу, які зводзіцца да мінімуму або ўвогуле адсутнічае ў арт-журналістыцы. Сёння на першы план выступаюць сенсацыйнасць, рэкламнасць, адлюстраванне мастацкага твора або культурнай падзеі ў эканамічным або палітычным дыскурсе. Адзначаецца цесная сувязь арт-журналістыкі з літаратурна-мастацкай крытыкай, таму памылкова лічыць, што адзін з напрамкаў цалкам знікне ў будучым. Такім чынам, арт-журналістыку можна разглядаць у якасці трансфармаванай літаратурна-мастацкай крытыкі. Практычнае значэнне даследавання заключаецца ў тым, што праведзены аналіз і зробленыя па ім высновы будуць карыснымі для журналістаў, якія працуюць у сферы арт-журналістыкі, для ўдасканалення сваіх ведаў і практычных навыкаў.

Ключавыя словы: арт-журналістыка; літаратурна-мастацкая крытыка; масавая культура; постмадэрнізм; кліпавае мысленне; аналіз; твор мастацтва.

Образец цитирования:
Тачыцкая НА. Арт-журналістыка як паняцце і від творчай дзейнасці. *Журнал Белорусского государственного университета. Журналистика. Педагогика*. 2019;2:57–63.

For citation:
Tochitskaya NA. Art journalism as a concept and type of creative activity. *Journal of the Belarusian State University. Journalism and Pedagogics.* 2019;2:57–63. Belarusian.

Автор:
Надежда Александровна Точицкая – магистрант факультета журналистики. Научный руководитель – кандидат филологических наук, доцент Л. П. Саенкова-Мельницкая.

Author:
Nadezhda A. Tochitskaya, master's degree student at the faculty of journalism.
nadezhda.tochickaya@gmail.com

АРТ-ЖУРНАЛИСТИКА КАК ПОНЯТИЕ И ВИД ТВОРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Н. А. ТОЧИЦКАЯ[1)]

[1)]*Белорусский государственный университет, пр. Независимости, 4, 220030, г. Минск, Беларусь*

Рассматривается теоретическое обоснование понятия «арт-журналистика», анализируются предпосылки возникновения нового вида журналистской практики: массовая культура, клиповое мышление и постмодернизм. Подчеркиваются качественные характеристики арт-журналистики, разводятся термины «литературно-художественная критика» и «арт-журналистика», выявляются их основные различия и сходства. Цель исследования – дать представление о понятии «арт-журналистика» и функционировании данного направления журналистской деятельности в Беларуси. Актуальность темы обусловлена изменениями в современном медийном пространстве и необходимостью обобщить и систематизировать результаты прежних исследований, чтобы выделить особенности белорусской арт-журналистики. Особое внимание уделяется влиянию арт-журналистики на литературно-художественную критику, которое выражается в постепенном переходе критики в интернет. Автор затрагивает вопрос о месте художественного анализа в арт-журналистике, который сводится к минимуму или вообще отсутствует. Сегодня на первый план выступают сенсационность, рекламность, отражение художественного произведения или культурного события в экономическом или политическом дискурсе. Отмечается тесная связь арт-журналистики с литературно-художественной критикой, поэтому ошибочно считать, что одно из направлений полностью исчезнет в будущем. Таким образом, арт-журналистику можно рассматривать в качестве трансформированной литературно-художественной критики. Практическое значение исследования заключается в том, что проведенный анализ и сделанные по нему выводы будут полезными для журналистов, работающих в сфере арт-журналистики, для совершенствования их знаний и практических навыков.

Ключевые слова: арт-журналистика; литературно-художественная критика; массовая культура; постмодернизм; клиповое мышление; анализ; произведение искусства.

ART JOURNALISM AS A CONCEPT AND TYPE OF CREATIVE ACTIVITY

N. A. TOCHITSKAYA[a]

[a]*Belarusian State University, 4 Niezaliežnasci Avenue, Minsk 220030, Belarus*

The article provides a theoretical basis for such a concept of «art journalism», preconditions for the emergence of a new type of journalistic practice are analyzed: mass culture, clip thinking and postmodernism. The article emphasizes the qualitative characteristics of art journalism and divorces the concepts of «literary and art critique» and «art journalism», reveals their main differences and similarities. The purpose of the research is to give an idea of the concept of «art journalism» and the functioning of this direction in Belarus. The relevance of the topic is conditioned by the changes in the modern media space and the need to generalize and systematize the results of the previous researches in order to highlight the peculiarities of the Belarusian art journalism. Special attention is paid to the influence of art journalism on literary and art critique, which is expressed in the gradual transition of critique to the Internet. The author touches upon the issue of the place of artistic analysis in art journalism, which is minimized or absent at all. Today, sensationalism, advertising, and the reflection of a piece of art or a cultural event in economic or political discourse come to the fore. There is a close connection between art journalism and literary and art critique, so it is wrong to think that one of the directions will disappear completely in the future. Thus, art journalism can be considered as a transformed literary and art critique. The practical significance of the study is that the analysis and conclusions drawn from it will be useful for journalists working in the field of art journalism to improve their knowledge and practical skills.

Keywords: art journalism; literary and art critique; mass culture; postmodernism; clip thinking; analysis; piece of art.

Уводзіны

Тэма мастацтва заўсёды была важнай часткай зместу перыядычных выданняў. Як толькі прэса аформілася ў самастойную з’яву, узнік чытач, які пачаў цікавіцца сферай мастацкага жыцця. На гэта адразу адгукнуліся СМІ артыкуламі аб літаратурным і тэатральным жыцці грамадства, стаў фарміравацца жанр крытычнага артыкула, літаратурнай і тэатральнай рэцэнзіі. Сучасная эпоха ў дастатковай ступені трансфармавала прысутнасць мастацтва на старонках газет і часопісаў, што звязана, з адна-

го боку, з іншай чытацкай сітуацыяй, а з другога – са станам мастацтва. Намеціліся два вектары, па якіх сёння працягвае развівацца тэма мастацтва ў сучаснай прэсе.

Першы з іх можна акрэсліць як вектар прафесійнага абмеркавання мастацкай культуры крытыкамі (літаратурна-мастацкая крытыка). У спецыялізаваных выданнях вялікае значэнне надаецца крытыцы, аналізу мастацтва. Літаратурна-мастацкая крытыка складае адну з галін мастацтвазнаўства і адзін з відаў асобнай творча-культуралагічнай дзейнасці ў журналістыцы, яе важным складнікам з'яўляецца ацэнка, тлумачэнне і аналіз твораў мастацтва, з'яў сучаснага мастацкага жыцця, напрамкаў, відаў і жанраў сучаснай мастацкай творчасці. Адпаведна крытык – спецыяліст, які займаецца літаратурна-мастацкай крытыкай, тлумачыць і ацэньвае творы літаратуры і мастацтва, новыя з'явы і тэндэнцыі ў мастацтве ў цэлым. Другі вектар – гэта сфера арт-журналістыкі, якую можна вызначыць як асвятленне ў сродках масавай інфармацыі падзей, фактаў мастацкага жыцця з выкарыстаннем усіх жанраў і форм падачы матэрыялу. Новы від журналісцкай практыкі сталі лічыць нізкапробнай літаратурна-мастацкай крытыкай, бо для арт-журналістыкі характэрны звядзенне да мінімуму або адсутнасць аналізу, фрагментарная будова тэксту, камерцыйныя падыходы для прываблівання чытача, выпінанне аўтарам свайго *Я*.

Узнікае неабходнасць абагульніць і сістэматызаваць вынікі ранейшых даследаванняў, якія адносіліся да тэатральнай, музычнай журналістыкі, кіназжурналістыкі, каб вылучыць асаблівасці беларускай арт-журналістыкі. Яна рэалізуе свае магчымасці як у масавых, так і ў спецыялізаваных выданнях, але ў апошніх суіснуе разам з літаратурна-мастацкай крытыкай, якая аказвае на яе ўплыў. Актуальнасць тэмы абумоўлена дыверсіфікацыяй сучасных медыйных практык у галіне асвятлення культуры і мастацтва, інфармацыйнымі выклікамі, якія прадугледжваюць стварэнне асобай дыялагічнай прасторы паміж аўтарамі і чытачамі (гледачамі). Мэтай даследавання стала выяўленне перадумоў, якія паўплывалі на з'яўленне арт-журналістыкі, вызначэнне тэматычных і мэтавых асаблівасцей арт-журналістыкі і даследаванне падабенстваў і адрозненняў арт-журналістыкі і літаратурна-мастацкай крытыкі.

Тэарэтычныя асновы

Эпоху, у якой мы жывём, сучасныя даследчыкі называюць па-рознаму. Для адных гэта перыяд развіцця постіндустрыяльнага грамадства, для іншых – інфармацыйная эпоха, якую вызначаюць як постмадэрнісцкую. Мы жывём у свеце медыя: пашыраецца сістэма масавых камунікацый, адбыўся «інфармацыйны выбух» (па азначэнні канадскага сацыёлага М. Маклюэна), асноўнымі характарыстыкамі якога з'яўляюцца хаатычнасць і бязмежнасць. Сёння навукоўцы вылучаюць па тэматычных прыкметах журналістыку спартыўную, дзелавую, дзіцячую, расследавацельскую і інш. У гэтым шэрагу яскрава вылучаецца арт-журналістыка – від творчай журналісцкай практыкі, які аформіўся на мяжы XX–XXI стст. Варта адзначыць перадумовы, якія паўплывалі на ўзнікненне арт-журналістыкі: масавая культура, постмадэрнізм і кліпавае мысленне.

Тэрмін «масавая культура» з'явіўся ў амерыканскім друку ў канцы 1930-х гг. і замацаваўся ў 1944 г. пасля выхаду ў свет публікацыі Д. Макдональда «Тэорыя папулярнай культуры». Большасць даследчыкаў, характарызуючы вобласць мастацкай культуры, прызначаную для масавага спажывання, карысталіся такімі тэрмінамі, як масавае мастацтва, папулярнае мастацтва, бульварная, камерцыйная, рыначная культура. Як правіла, масавую культуру часцей звязваюць з відамі мастацкай літаратуры, рэкламы, шоу-бізнесу, аўдыявізуальнай камунікацыі [1, с. 108]. У XIX ст. у журналістыцы былі закладзены прынцыпы, якія прынята лічыць асновай у масавай культуры: шматтыражнасць, задавальненне масавага попыту, прываблiванне масавай аўдыторыі, прапанова паслуг для атрымання максімальнага прыбытку. Арт-журналістыка з'яўляецца адной з форм выражэння пэўных якасцей масавай культуры.

Акрамя трох класічных функцый, характэрных для сродкаў масавай інфармацыі, – інфармацыйнай, ідэалагічнай, функцыі ўздзеяння, журналістыка ўвогуле рэалізуе і такія функцыі, як нарматыўная, выхаваўчая, адаптыўная, аксіялагічная, гуманістычная і г. д. У арт-журналістыцы ёсць свой неабходны «набор»: папулярызатарская, інфармацыйная, забаўляльная, рэкрэатыўная. Менавіта апошняя становіцца асабліва прыкметнай, таму што інфармацыя сур'ёзнага плана часта перамяжоўваецца з «інфармацыяй з жоўтым адценнем». Такія тэксты маюць забаўляльную афарбоўку, падкрэсліваюць і афішыруюць усё больш цесную сувязь з масавай культурай. З'явіўся новы тып інфармацыі, у вызначэнні якога аб'ядналіся дзве функцыі: інфармаванне і забаўленне (інфатэйнмент), дзе менавіта забаўляльная частка дамінуе. У журналісцкіх публікацыях, прысвечаных пытанням мастацтва, можна заўважыць агрэсіўна-рэкламны кампанент (часцей за ўсё ён заключаны ў загалоўку), які выкарыстоўваецца для прыцягнення ўвагі аўдыторыі. У большасці выпадкаў гэта «пустыя» тэксты, у якіх змест практычна не мае нічога агульнага з мастацкім творам, што ўзгадваецца ў матэрыяле.

Наступная перадумова, якая паўплывала на ўзнікненне арт-журналістыкі, – гэта постмадэрнізм.

Спачатку ён успрымаўся як феномен мастацтва, але потым трапіў ва ўсе сферы дзейнасці і стаў канцэпцыяй, якая адлюстроўвае інтэлектуальнае і эмацыянальнае ўспрыняцце эпохі. Існуе меркаванне, што постмадэрнізм паўстаў з пераканання, што ўсё ўжо сказана і застаецца толькі камбінаваць, цытаваць, абыгрываць і абагульняць напісанае раней. Творы постмадэрнізму ва ўсіх відах мастацтва звяртаюцца да рэальнасці (мінулай ці сучаснай), перажываючы яе як шоу, грандыёзную рэкламную кампанію, тэатральнае дзеянне. У гэтым плане постмадэрнізм «сцірае межы паміж "высокім мастацтвам" і "масавай культурай". Менавіта гэты стан культуры імкнецца да канструкцыі, арыентуе на кампіляцыю, цытаванне і стварэнне калажных твораў. Больш таго, замест прывычнага паняцца "твор" у постмадэрне пастаянна фігуруе іншае паняцце – "тэкст"»[1] [2, с. 28]. Уплыў постмадэрнізму добра прасочваецца ў пабудове тэкстаў арт-журналістыкі. Ім уласцівы выкарыстанне інтэртэксту, алюзій, рэмінісцэнцый, гульня з чытачом, рытмічная арганізацыя. Для журналісцкіх матэрыялаў характэрна персаніфікацыя тэксту – выпінанне аўтарам свайго *Я*.

Са з'яўленнем і распаўсюджаннем інтэрнэту свет змяніўся: чалавек стаў звязаны з глабальнай інфармацыйнай прасторай. Невычэрпная плынь інфармацыі, якая непазбежна абрушылася на карыстальнікаў інтэрнэту, стала прычынай з'яўлення новых спосабаў адаптацыі да ўмоў існавання, адным з якіх стала з'ява, названая фрагментарным, або кліпавым, мысленнем. Адной з форм масавай культуры, якая выкарыстоўваецца ў журналістыцы, стала рытмічная арганізацыя тэксту, разбітага на кароткія абзацы. Гэта адпавядае кліпаваму ўспрыняццю. Інфармацыйна-тэкставая мантажнасць мае на ўвазе не чытанне. З аднаго боку, па меркаванні даследчыка І. Грыцэнка, такая арганізацыя адпавядае прынцыпам постмадэрнісцкага тэксту, бо ў гэтым стылі «мазаічнасць, фрагментарнасць, разарванасць сталі адной з вядучых тэм і прыёмаў твораў мастацкай культуры. З другога боку, гэта адпавядае сістэме ўстановак у грамадстве, дзе інфармацыя прыраўноўваецца да прадукту хуткага спажывання» [3, с. 71].

Фрагментарнае, дыскрэтнае, мазаічнае, кліпавае – вось няпоўны спіс прыметнікаў, якія выкарыстоўваюцца для вызначэння мыслення новага тыпу, раз-пораз з'яўляюцца ў прэсе і на прасторах інтэрнэту. Само паняцце «кліпавае мысленне» ўзнікла ў прэсе і на тэлебачанні ў сярэдзіне 1990-х гг. (мэтазгодна паставіць знак роўнасці з часам узнікнення арт-журналістыкі) і паходзіць ад аналогіі з той разнавіднасцю музычных кліпаў, дзе відэашэраг уяўляе сабой нарэзку не звязаных паміж сабой фрагментаў і вобразаў. Чалавек з падобным тыпам мыслення ўспрымае свет як калейдаскоп малюнкаў, якія пастаянна змяняюцца, падчас чаго страчваюцца лагічныя сувязі паміж з'явамі і фактамі рэчаіснасці, губляецца цэласнасць успрымання.

Гаворачы пра кліпавае мысленне, звычайна згадваюць «рассеянне ўвагі і няздольнасць сканцэнтравацца на адным прадмеце на працягу доўгага часу, дрэннае разуменне працяглых лінейных паслядоўнасцей, у тым ліку класічных тэкстаў, няздольнасць да аналізу, страту прычынна-выніковых сувязей» [4]. Аднак было б несправядліва бачыць у такім тыпе свядомасці толькі негатыўны бок. Сучасная рэчаіснасць патрабуе ад людзей умення хутка пераключацца з аднаго прадмета на іншы, гэтаму і спрыяе кліпавае мысленне. Яго галоўная перавага заключаецца ў хуткасці апрацоўкі інфармацыі.

Масавая культура, постмадэрнізм, кліпавае мысленне, змяненне медыясферы ў канцы ХХ ст. і іншыя вытворча-фінансавыя прычыны прывялі да ўзнікнення арт-журналістыкі. Сучаснае грамадства не можа ўспрымаць матэрыялы вялікага памеру, таму аддае перавагу тэкстам мабільным, на чытанне якіх не патрабуецца шмат часу. Аднак ці можна сказаць, што пад уплывам масавай культуры і іншых перадумоў арт-журналістыка стала маргінальнай, а літаратурна-мастацкая крытыка элітарнай? Змены, якія адбыліся ў сістэме СМІ за апошнія дзесяцігоддзі, можна ацэньваць як глабальныя. Змянілася ўсё: ад дызайну газет, іх тэхнічнай базы да светапогляду журналістаў. Сталі іншымі і прыярытэты ў прафесіі. У эпоху інфармацыі росквіт перажываюць інфармацыйныя жанры. Журналістаў усё больш клапоціць, як паспець, трапіць, паглядзець, напісаць, сарыентаваць чытача, і ўсё менш часу ў іх на тое, каб абдумаць і адкрыць глыбінны сэнс падзей, у прыватнасці, убачыць тэндэнцыю. Цяпер аналітыка стала характэрнай для якасных спецыялізаваных выданняў.

Сёння матэрыялы на культурную тэму ў беларускім друку зводзяцца да таго, каб пазнаёміць чытача з культурнымі падзеямі, дапамагчы сарыентавацца ў тым, куды пайсці і што паглядзець. Усё часцей у наш час можна пачуць у адносінах да культурных з'яў азначэнне «культурны прадукт». Адна з задач арт-журналістыкі – захаваць высокую якасць пры асвятленні падзей культуры. Арт-журналістыка, як і масавая культура, шматузроўневая: у ёй ёсць і забаўляльны, і аналітычны кампаненты. Культурная тэматыка ўваходзіць у лік самых запатрабаваных тэм у СМІ. І не толькі таму, што самі адносіны да культуры ў сучасным свеце выходзяць на першы план, а таму, што культурныя супярэчнасці і адрозненні паміж людзьмі і народамі сёння ў многім уплываюць на сусветную палітыку і прымушаюць задумацца аб захаванні цывілізацыі. Увага да тэмы культуры ў СМІ – гэта люстэрка адносін да яе ў грамадстве ў цэлым і паказчык развіцця самага грамадства.

[1]Тут і далей пераклад наш. – *Н. Т.*

У сусветнай медыяпрасторы відавочна значэнне арт-журналістыкі. У Германіі і шэрагу іншых краін яна называецца журналістыкай культуры, у распрацавай ЮНЕСКА праграме – спецыялізаванай журналістыкай (культура і мастацтва). Расійскія даследчыкі Г. Лазуціна і С. Распопава ўвялі тэрмін «культурна-асветніцкая журналістыка». Функцыянуюць таксама маштабныя навуковыя цэнтры і грамадскія арганізацыі, якія займаюцца маніторынгам арт-журналістыкі, напрыклад *A National Summit On*. Большасць замежных СМІ маюць асобных штатных супрацоўнікаў, такіх як тэатральны аглядальнік, кінааглядальнік, музычны журналіст. Гэта сведчыць аб шматграннасці функцыянавання і развіцця арт-журналістыкі, а галоўнае – аб шырокай запатрабаванасці дадзенага напрамку.

Вынікі даследавання

За апошнія гады журналістыка стала лакалізавацца, утвараючы групы, якія спецыялізуюцца ў розных напрамках работы ў культуры. Некаторыя журналісты рыхтуюць не толькі даступныя і зразумелыя масаваму чытачу матэрыялы, але і тэксты для спецыялізаваных выданняў. У 1990-я гг. наступае росквіт беларускай журналістыкі: з’яўляюцца новыя газеты і часопісы, у тым ліку і тыя, дзе асвятляюцца пытанні мастацтва. Да гэтага часу дамінантнае становішча займала літаратурна-мастацкая крытыка, але ў многіх спецыялізаваных выданняў узнікла праблема, як выжыць ва ўмовах рынку, таму рэдактары «зрабілі стаўку не на мастацтвазнаўства і мастацкую крытыку, а на больш мабільную арт-журналістыку» [5, с. 455]. Існавала меркаванне, што арт-журналіст больш універсальны, чым крытык, бо ён адначасова і аналізуе, і падае інфармацыю, што з’яўляецца галоўным патрабаваннем сучасных масавых выданняў, таму ён лёгка можа быць і аглядальнікам па культуры, і крытыкам. Ці можна лічыць арт-журналістыку трансфармаванай літаратурна-мастацкай крытыкай і якія падабенствы і адрозненні яны маюць? Адказ можна атрымаць, калі разгледзець пытанне з трох пунктаў пазіцый: 1) арт-журналістыка ўспрымаецца выключна ў межах крытыкі; 2) крытыка разглядаецца як састаўная частка арт-журналістыкі; 3) крытыка і журналістыка процістаўляюцца.

Такім чынам, калі абапірацца на меркаванне даследчыка тэатральнай журналістыкі Т. Арловай і будаваць лагічны ланцужок: *крытыка – літаратурна-мастацкая крытыка – тэатральная, літаратурная крытыка або кінакрытыка – вобласць журналістыкі*, то вынікае, што «крытыка пераходзіць у спецыфічны род журналістыкі» [2, с. 13].

Нямецкі філолаг-славіст Б. Менцэль вылучыла ў крытыцы публіцыстычны, філалагічны (акадэмічны) і белетрызаваны метады, прытым «публіцыстычнаму ўласціва простая, прагматычная і звязаная з грамадскай праблематыкай аргументацыя, сканцэнтраваная не на творчых, мастацкіх, а на сацыялагічных, інстытуцыяльных або асобасных аспектах літаратуры» [7, с. 123]. Т. Арлова вызначыла адрозненне паміж журналістам і крытыкам такім чынам: «Журналіст у навінах, рэпартажах, інтэрв’ю фіксуе з’яву. Літаратурна-мастацкі крытык мае справу з ужо зафіксаваным матэрыялам у кнізе, фільме, спектаклі, карціне, музычным творы. Яго задача – прааналізаваць і вызначыць стратэгію і тактыку развіцця камунікатыўнага працэсу, капаючыся ў тлумачэнні» [6, с. 15]. Чытач заўсёды мае магчымасць параўнаць успрыманне твора мастацтва са сваім уласным, і таму «вобразы, якія прапануе арт-журналіст, мусяць быць асабліва дакладнымі і яркімі. Глядач сёння чакае ад арт-журналістаў не ацэнкі “добры ці дрэнны твор мастацтва”, а вобразнага пасылу для гульні ўласных асацыяцый, нараджэння светлых ідэй і думак. Арт-журналіст мусіць стаць своеасаблівым перакладчыкам у дыялогу гледача і аўтара з такім разлікам, каб як мага хутчэй глядач змог зразумець аўтара без перакладу» [5, с. 455–456].

Крытыка – гэта аналіз твора як мастацкай цэласнасці і супастаўленне яго з сацыякультурным кантэкстам. Арт-журналістыка атрымала самастойны статус і магчымасць існаваць у лакальных, прафесійна арыентаваных выданнях і наогул набыла права на існаванне як самастойны напрамак. Мэтазгодна падкрэсліць важныя падабенствы арт-журналістыкі і літаратурна-мастацкай крытыкі – гэта журналісцкі кантэкст і аб’ект рэпрэзентацыі. І арт-журналістыка, і літаратурна-мастацкая крытыка рэпрэзентуюць мастацтва, але з той розніцай, што крытыцы ўласцівы грунтоўны аналіз мастацкага або літаратурнага твора, у той час як у журналістыцы аналіз зводзіцца да мінімуму або ўвогуле адсутнічае. Варта адзначыць, што крытыка дзеліць старонкі выданняў з арт-журналістыкай і пераймае ад яе некаторыя рысы. Аператыўнасць паведамлення (крытыкі адгукаюцца на новыя мастацкія творы), даступнасць (пазнавальная і выразная структура тэксту), лаканічнасць і дынамізм – вось чым узбагачае крытыку арт-журналістыка.

Уплыў арт-журналістыкі на літаратурна-мастацкую крытыку прасочваецца і ў тым, што апошняя паступова пераходзіць у інтэрнэт. Гэта выражаецца ў з’яўленні блогаў на відэахостынгу *YouTube*, на платформах сацыяльнай сеткі *Instagram* і месенджара *Telegram*. З аднаго боку, блогер паведамляе інфармацыю аб выхадзе фільма або кнігі, з другога – аналізуе змест твора з падыходамі, характэрнымі для арт-журналістыкі (звядзенне аналізу да аднаго складніка мастацкага твора, эмацыянальнасць выказвання меркавання, пераказ зместу (часцей за ўсё

з выкарыстаннем спойлераў)). Крытыка прысутнічае нават у сацыяльных сетках, калі блогер пакідае кароткі каментарый аб мастацкім творы. Станоўчы бок такога ўплыву праяўляецца ў тым, што крытыка робіцца зразумелай як для падрыхтаванага, так і для масавага чытача, тэкст не абцяжарваецца складанымі паняццямі, яго прачытанне не займае шмат часу. Негатыўны бок заключаецца ў тым, што крытыка становіцца нізкапробнай.

У гэтым святле варта звярнуцца да катэгорыі аўтара – арт-журналіста і крытыка. Т. Арлова ў адносінах да тэатральнай журналістыкі трапна адзначыла, што «кампетэнтнае аўтарскае меркаванне перастала падмацоўвацца подпісам аўтарытэтных у тэатральным свеце людзей. Стварылася ўражанне, што адрэцэнзаваць і адрэкамендаваць спектакль можа хто заўгодна» [2, с. 20–21]. Арт-журналіст піша пра ўсе сферы мастацтва адначасова, таму ён павінен быць або добрым знаўцам таго віду мастацтва, пра які стварае медыяматэрыял, або быць адначасова прадстаўніком гэтага самага віду мастацтва. Інакш тэма публікацыі будзе раскрыта павярхоўна. Крытык спецыялізуецца на адной вобласці мастацтва, аднак патрабаванні да валодання ведамі застаюцца тымі ж.

Падабенствы дадзеных відаў творчай дзейнасці выяўляюцца ў жанравай сістэме. Існуе традыцыйны падзел усіх жанраў: інфармацыйныя, аналітычныя, мастацка-публіцыстычныя. Падзел жанраў у літаратурна-мастацкай крытыцы на групы ажыццяўляецца па аб'екце даследавання: твор, аўтар, працэс. У адпаведнасці з гэтым вылучаюцца тры асноўныя традыцыйныя жанры: рэцэнзія, творчы партрэт і крытычны артыкул, які сёння практычна не сустракаецца ў масавай журналістыцы. У арт-журналістыцы свая жанравая сістэма яшчэ не сфарміравалася, яна адаптуе пад сябе жанры крытыкі. У выніку вылучаюцца такія жанры, як міні-рэцэнзія, анонс, агляд у фармаце топ-ліста. Усе жанры арт-журналістыкі, як правіла, маюць невялікі аб'ём, прынцыпова аўтарска-прэзентацыйную форму, якая прадугледжвае лёгкасць успрымання тэксту.

Звернем увагу на аспекты, якія яскрава адрозніваюць арт-журналістыку ад літаратурна-мастацкай крытыкі. Калі раней праблемай быў пераказ зместу твора і адсутнасць яго мастацкага аналізу, то цяпер абавязковым атрыбутам арт-журналістыкі сталі сенсацыйныя дэталі, агрэсіўна-рэкламны кампанент, гучны загаловак, каб прывабіць чытача. Т. Арлова адзначыла, што «сёння мы сутыкаемся з мастацтвам, якое не інфарміруе, а правакуе» [2, с. 28]. Пошук сенсацый, якія выклікаюць рэзананс і актыўнае каментаванне на форумах, адлюстраванне культурнай падзеі або мастацкага твора ў палітычным або эканамічным кантэксце набліжаюць арт-журналістыку да жоўтай прэсы. Змены адбыліся і ў стылістыцы тэкстаў. Журналісцкія матэрыялы валодаюць ярка выражанай ацэнкай, іроніяй экспрэсіўнага характару, аўтары звяртаюцца да інтэртэксту, алюзій, перфарматыўных выказванняў, выкарыстоўваюць камунікатыўныя стратэгіі маўленчага ўздзеяння: стварэнне іміджу, фарміраванне эмацыянальнага настрою, прыцягненне ўвагі і ўсталяванне дыялогу з чытачом.

Для арт-журналістыкі ў большай ступені характэрны рэкламна-прэзентацыйныя падыходы ў прадстаўленні твора, пэўныя рэдакцыйныя ўстаноўкі і аўтарскія стратэгіі. Для гэтага віду журналісцкай практыкі ўласцівы эпатаж, персаналізацыя тэксту. У крытыцы важнымі з'яўляюцца аналітычна-ацэначныя падыходы. Мэта літаратурна-мастацкай крытыкі – прадставіць твор як частку культуры, выявіць тэндэнцыі развіцця мастацтва, раскрыць мастацкія асаблівасці твора. Мэта арт-журналістыкі заключаецца ў анансаванні, прыцягненні ўвагі чытача як да твора, так і да ўласна аўтарскіх пошукаў.

Заключэнне

Можна сцвярджаць, што арт-журналістыка аказалася больш устойлівай да змен. Яна ўвабрала ў сябе ўсе павевы масавай культуры і постмадэрнізму (што адбілася на манеры напісання медыятэкстаў), набыла камерцыйныя якасці. Аднак у той жа час яна захавала ў сабе і станоўчыя моманты, якія пераняла ад літаратурна-мастацкай крытыкі, – вобразнасць мыслення і аналітычны падыход у рэпрэзентацыі твора мастацтва. Будзе памылкай сказаць, што арт-журналістыка выцесніла з медыяпрасторы літаратурна-мастацкую крытыку. Хутчэй за ўсё сёння мы можам казаць пра трансфармацыю літаратурна-мастацкай крытыкі. Існуе тэндэнцыя, калі вядомыя крытыкі вядуць тэматычныя калонкі ў масавых выданнях, паведамляюць шырокай аўдыторыі аб выхадзе мастацкага твора. Яны карыстаюцца аўтарытэтам у чытача, таму што іх меркаванне выклікае давер. Крытыкі выступаюць экспертамі ў публікацыях, якія ствараюць арт-журналісты. Такім чынам, літаратурна-мастацкая крытыка цесна звязана з арт-журналістыкай і наадварот, таму нельга сказаць, што адзін з напрамкаў у будучым цалкам знікне.

Культура заўсёды займала важнае месца ў грамадстве. У традыцыях айчыннай і замежнай прэсы заўсёды было імкненне адлюстроўваць дадзеную сферу дзейнасці, бо без культурнай тэматыкі выданні выглядалі б суха і нецікава. Тэма культуры патрэбная для таго, каб той або іншы від СМІ выглядаў паўнавартасна. Сёння гэта тэма выглядае разнастайнай і прываблівае да сябе ўсё большую аўдыторыю чытачоў. У масавых выданнях адводзяцца асобныя рубрыкі для матэрыялаў арт-тэматыкі, асвойваецца інтэрнэт-прастора, дзе з'яўляюцца новыя спецыялізаваныя выданні, аўтарскія блогі.

Бібліяграфічныя спасылкі

1. Саенкова ЛП. Массовая культура в журналистике: предыстория, мифологемы, приемы. В: Саенкова ЛП, редактор. *Массовая культура и журналистика.* Минск: БГУ; 2012. с. 107–118.

2. Орлова ТД. *Театральная журналистика. Часть I.* Минск: БГУ; 2001. 145 с.

3. Гриценко ИА. Клиповое мышление – новый этап развития человечества. *Ученые записки Российского государственного социального университета.* 2012;4:71–74.

4. Фрумкин КГ. Клиповое мышление и судьба линейного текста [Интернет; процитировано 5 июня 2019 г.]. Доступно по: http://www.topos.ru/article/737.1.

5. Багданава ГБ. Вобразы ўспрымання і асэнсавання ў сучаснай арт-журналістыцы. В: Дубовик СВ, рэдактар. *Журналістыка-2008: стан, праблемы і перспектывы. Матэрыялы X Міжнароднай навукова-практычнай канферэнцыі; 11–12 снежня 2008 г.; Мінск, Беларусь.* Мінск: БДУ; 2008. с. 361–363.

6. Орлова ТД. Принципы рецензирования произведения искусства в СМИ. В: Орлова ТД, редактор. *Произведение искусства – предмет анализа критика*. Минск: БГУ; 2009. с. 14–19.

7. Менцель Б. *Гражданская война слов: российская литературная критика периода перестройки*. Санкт-Петербург: Академический проект; 2006. 400 с.

References

1. Saenkova LP. [Mass culture in journalism: prehistory, mythologies, techniques]. In: Saenkova LP, editor. *Massovaya kul'tura i zhurnalistika* [Mass culture and journalism]. Minsk: Belarusian State University; 2012. p. 107–118. Russian.

2. Orlova TD. *Teatral'naya zhurnalistika. Chast' I* [Theatre journalism. Part I]. Minsk: Belarusian State University; 2001. 145 p. Russian.

3. Gritsenko IA. [Clipthinking is a newstage of human development]. *Uchenye zapiski Rossiiskogo gosudarstvennogo sotsial'nogo universiteta*. 2012;4:71–74. Russian.

4. Frumkin KG. *Clipthinking and the fate of linear text* [Internet; cited 2019 June 5]. Available from: http://www.topos.ru/article/737.1. Russian.

5. Bagdanava GB. [Images of perception and comprehension in contemporary art journalism]. In: Dubovik SV, editor. *Zhurnalistyka-2008: stan, prablemy i perspektyvy. Materyjaly X Mizhnarodnaj navukova-praktychnaj kanferjencyi, 11–12 snezhnja 2008* g.*; Minsk, Belarus'* [Journalism-2008: the state, problems and prospects. Materials of the X International scientific-practical conference; 2008 December 11–12; Minsk, Belarus]. Minsk: Belarusian State University; 2008. p. 361–363. Belarusian.

6. Orlova TD. [Principles of reviewing a work of art in media]. In: Orlova TD, editor. *Proizvedenie iskusstva – predmet analiza kritika* [Artwork is the subject of critisim analysis]. Minsk: Belarusian State University; 2009. p. 14–19. Russian.

7. Mentsel' B. *Grazhdanskaya voina slov: rossiiskaya literaturnaya kritika perioda perestroiki* [Civil war of words: Russian literary critique of the Perestroika period]. Saint Petersburg: Akademicheskii proekt; 2006. 400 p. Russian.

Артыкул паступіў у рэдкалегію 07.05.2019.
Received by editorial board 07.05.2019.