

КУЛЬТУРНО-ПРОСВЕТИТЕЛЬСКИЙ ДИСКУРС В СМИ: СОЦИАЛЬНАЯ ЗНАЧИМОСТЬ И ФУНКЦИОНАЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ

Л. П. Саенкова-Мельницкая

*Белорусский государственный университет,
ул. Кальварийская, 9, 220004, г. Минск, Республика Беларусь,
sayenkova@bsu.by*

Акцентируется внимание на понятиях «культурная журналистика», «журналистика о культуре», «тема культуры в журналистике» «культурно-просветительская журналистика». Приводятся мнения практиков о профессиональных обязанностях журналистов, занятых в сфере репрезентации культуры, искусства. Рассматривается статус литературно-художественной критики в условиях трансформации медиасреды.

Ключевые слова: медиапрактики; журналистика о культуре; репрезентация темы культуры в СМИ; функции журналистики; трансформация медиасреды; литературно-художественная критика.

КУЛЬТУРНА-АСВЕТНІЦКІ ДЫСКУРС У СМІ: САЦЫЯЛЬНАЯ ЗНАЧНАСЦЬ І ФУНКЦЫЯНАЛЬНЫЯ АСАБЛІВАСЦІ

Л. П. Саянкова-Мяльніцкая

*Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт,
вул. Кальварыйская, 9, 220004, г. Мінск, Рэспубліка Беларусь,
sayenkova@bsu.by*

Увага акцэнтуюцца на паняццях «культурная журналістыка», «журналістыка пра культуру», «тэма культуры ў журналістыцы», «культурна-асветніцкая журналістыка». Прыводзяцца меркаванні практыкаў пра прафесійныя абавязкі журналістаў, занятых у сферы рэпрэзентацыі культуры, мастацтва. Разглядаецца статус літаратурна-мастацкай крытыкі ва ўмовах трансфармацыі медыясяроддзя.

Ключавыя словы: медыяпрактыкі; журналістыка пра культуру; рэпрэзентацыя тэмы культуры ў СМІ; функцыі журналістыкі; трансфармацыя медыясяроддзя; літаратурна-мастацкая крытыка.

CULTURAL DISCOURSE IN THE MEDIA: SOCIAL SIGNIFICANCE AND FUNCTIONAL FEATURES

L. P. Sayenkova-Melnitskaya

Belarusian State University,

9, Kalvariyskaya Str., 220004, Minsk, Republic of Belarus

Corresponding author: L. P. Sayenkova-Melnitskaya (sayenkova@bsu.by)

The focus is on the concepts of cultural journalism, journalism about culture, the theme of culture in journalism, cultural and educational journalism. The article presents the opinions of practitioners on the professional responsibilities of journalists working in the field of representing culture and art. The status of literary and artistic criticism in the context of the transformation of the media environment is considered.

Key words: media practices; cultural journalism; representation of cultural topics in the media, functions of journalism; transformation of the media environment; literary and artistic criticism.

Для определения медиапрактик, основным объектом которых является художественная культура, в научном дискурсе, по аналогии с понятиями «спортивная журналистика», «детская журналистика», «политическая журналистика», «экономическая журналистика», «гастрономическая журналистика», стало активно использоваться понятие «культурная журналистика». Однако данная аналогия представляется не совсем уместной по причине гораздо более объемного содержания понятия «культура» по сравнению с более «локальным» содержанием других тематически ориентированных видов журналистской деятельности. В определенном смысле и спортивная журналистика, и детская, и политическая и т. д. соотносятся с понятием «культурная», поскольку культура, как известно, пронизывает все стороны жизни человека и сферы жизнедеятельности общества.

Под «культурной журналистикой» можно понимать и культуру журналистики, и журналистику о культуре, и журналистику как институт культуры. Медиаисследователь Н. С. Цветова справедливо заметила: «Ведь недаром... используя терминологическое словосочетание “культурная журналистика”, определение заключают в кавычки, ибо без кавычек в сознании нашем немедленно всплывает вопрос о возможности

существования “некультурной” или “бескультурной” журналистики» [1, с. 5–6]. Профессор И. В. Высоцкая в обзорной статье, посвященной проблематике Круглого стола «Культурная журналистика и журналисты о культуре», состоявшегося на III Санкт-Петербургском международном культурном форуме, в заключительной части пришла к выводу: «Допускаемая возможность разных форм журналистского образования и разных возможностей тематической специализации у профессиональных журналистов, намеренно заменяем разделительный союз соединительным, снимая тем самым взаимоисключение между “культурной журналистикой” и журналистами, пишущими о культуре» [2, с. 209], тем самым аннулируя знак тождества.

В дискуссиях научного сообщества часто наблюдается смешение понятий, когда в общей теме «культурная журналистика» рассматривается и «освещение культурной жизни в СМИ», и «культура телевизионного диалога», и «цифровая медиакultura», и «формат кулинарного шоу», и «праздничный дискурс в современной журналистике» [3]. Если допустить, что «культурная журналистика» – буквальный перевод с латинского «cultural journalism», то таким же буквальным стоит признать перенос тех содержательных акцентов, которые обозначены в высказываниях зарубежных авторов: «Первоочередная задача культурной журналистики связана с искусством и творчеством, а также с отдельными личностями, учреждениями и политиками, которые занимаются вопросами искусства и творчества или способствуют их развитию... Культура также включает в себя массовые развлечения... Более широкое определение может включать все: от садоводства и кулинарии до городского планирования и инновационных технологических стартапов» [4]. В отечественной журналистской теории и практике при соотношении понятий «культура» и «журналистика» в большей степени имеется в виду либо представление искусства («Культурная журналистика... обращается к широкому кругу тем: литературе, кино, театру, популярной и академической музыке, искусству, архитектуре, дизайну» [5]), либо презентация единого культуроформирующего пространства («Кажется важным учить людей, связывать вообще все события между собой, собирать все в единую картину... Нет никакого разрыва, все едино, важно уметь это видеть. Находить связи – это журналистский адреналин... Таким образом я вижу и векторы развития тех или иных культурных явлений», – Ксения Ламшина, руководитель Радио «Культура», ведущая, автор Telegram-канала «Культурные люди» [6]).

Одной из важных функций классической журналистики является просветительская функция. Учитывая, что в истории отечественной журналистики те средства массовой информации, которые специализировались на освещении искусства, не только осуществляли репрезентацию значимых артефактов, культурных событий, но и способствовали расширению кругозора аудитории, приращению новых знаний, повышению интеллектуального уровня, степени эстетической осведомленности, обогащению духовного мира, оказывая влияние на формирование системы культурных ценностей, мировоззренческих позиций, в полной мере соответствуя целям образовательного процесса, то более корректным следует считать наименование «культурно-просветительская журналистика», предложенное Г. В. Лазутиной и С. С. Распоповой. Важнейшей задачей этого вида творческой деятельности авторы считают возможность представления массовой аудитории многочисленных культурных достижений так, чтобы они стали по-настоящему общественным достоянием. Представляем некоторые мнения из проведенного экспресс-опроса белорусских журналистов, предметом профессионального внимания которых является художественная культура. Они также называют тему культуры особенно значимой в массовых общественно-политических изданиях.

«Считаю эту тему важной и ключевой именно для массового издания», – Валентин Пепеляев, обозреватель по культуре газеты «СБ. Беларусь сегодня».

«Я считала ее очень важной именно в массовых изданиях – чтобы как можно больше людей приобщалось к хорошему и интересному», – Лариса Тимошик, обозреватель по культуре газеты «Звезда».

«В массовых и специализированных изданиях важно пропагандировать национальную культуру, работать на сохранение исторической памяти своего народа, организовывать площадку для интеллектуальных дискуссий в этих ракурсах», – Людмила Рублевская, писатель, экс-заведующий отделом культуры газеты «Звезда».

Одной из профессиональных обязанностей журналистов, занятых в сфере репрезентации культуры, искусства, является забота о переводе языка искусства, многообразного поля культуры на язык, доступный широкому кругу читателей/зрителей/слушателей: «В рамках творческой деятельности журналиста стал формироваться такой ее вид, который взял бы на себя обязанность “перевода” важнейших компонентов культурного слоя общественной жизни на язык массовой аудитории

и выявления их смысла» [7, с. 200]. В определенном смысле данное утверждение соотносится с мнениями журналистов. На вопрос «Что является главным в вашей профессии?» ответы были такие: *«Возможность отображать реальный культурный процесс со всеми свершениями, неудачами и промахами, чувство вовлеченности в происходящее. В идеале миссия подобных изданий и отделов – формировать вкус читателей, будить в них жажду эстетических впечатлений»; «Тема культуры в СМИ вполне может ставить глобальные вопросы развития национального самосознания и идентичности, путей развития общества в современном мире. И тем самым пробуждать к диалогу огромное количества аудитории, влиять на нее»; «Показывать другим, насколько интересной, наполненной и осмысленной может быть жизнь с культурой; она, как зеркало, отражает все, что представляет собой человек и мир»; «Вся наша жизнь – культура (в единстве прошлого и настоящего, с заботой о будущем). И все это – через призму и понимание назначения человека. Как это можно еще назвать? Может, “журналистика жизни”? Или “сущностная журналистика”?».*

В период деформации традиционной миссии журналистики трансформировались подходы в представлении культурно-художественного дискурса в СМИ. Просветительская функция в медиарепрезентации культурных ценностей значительно сократилась, уступив место рекреативно-гедонистической ориентации большинства каналов массовой информации. Стратегия гедонизма стала основной стратегией дискурса СМИ [8]. Процессы трансформации медиасреды изменили целеполагающие основания журналистики вообще и журналистики в сфере культуры в частности. Одной из приоритетных установок редакций стала установка на легкость информации и получение прибыли. «Коммерциализация медиа заглушила или отключила вовсе отдельные функции СМИ и вымыла из продажи некоторые прежде популярные информационные продукты... Журналистика как профессия стала стремительно замещаться информационным бизнесом, пиаром и политической рекламой, или сливаться с этими сферами деятельности до неразличимости» [9]. Уменьшилась доля «журналистики смыслов» (С. Шайхитдинова), увеличилось количество информационных жанров, из которых наиболее предпочтительным стал жанр интервью, апелляция к личности интервьюируемого в большей степени как частному лицу, обозначились тенденции к визуализации как особому способу графического представ-

ления смысла, изложению содержания невербальным способом. Журналистика начала входить в сферу индустрии досуга.

Однако процессы трансформации медиасреды с течением времени вновь обострили необходимость реализации в журналистике таких функций, как культурно-просветительская, художественно-репрезентативная, оценочно-аксиологическая, интегративно-культурологическая, духовно-воспитательная. В этой связи стал актуализироваться статус литературно-художественной критики, которая, утратив позиции в массовых изданиях, стала неотъемлемой частью специализированных изданий. С одной стороны, можно признать, что в современной ситуации активно меняющегося мира, в условиях чрезвычайной социальной турбулентности литературно-художественная критика является не очень востребованной частью журналистики. С другой стороны, невозможно не признать другое: внимание аудитории к специализированной прессе, по количеству комментариев, реплик – к публикациям о произведениях, событиях в области культуры, искусства в Интернете, даже размышления о сущностных особенностях самой критики также вызывают неизменный интерес не только со стороны профессиональной аудитории. Всегда была и остается та часть аудитории, которая нуждалась и нуждается в помощи посредников-медиаторов, умеющих раскрывать смыслы арт-объектов, перипетии художественного языка, особенности художественной формы, авторских подходов. Литературно-художественная критика, которая в большей степени соотносима с культурно-просветительской журналистикой, к тому же была и остается неоценимым интеллектуальным ресурсом медиасреды, влияющим не только на повышение образовательного уровня аудитории, воспитание художественного вкуса, но и на формирование личной и личностной культуры. Литературно-художественная критика, будучи неотъемлемой частью журналистики, активизирует культуротворческие и культуроформирующие процессы в СМИ, что чрезвычайно важно в условиях переизбытка информации, монетизации духовных ценностей и идеалов.

Библиографические ссылки

1. Цветова Н. С. Искусство в массмедиа: учеб. пособие. СПб.: изд-во ВВМ, 2019. 91 с.
2. Высоцкая И. В. Культурная журналистика и журналисты о культуре // Вестн. Новосиб. гос. ун-та. Серия: История, филология. 2015. Т. 14, вып. 6. С. 205–209.

3. Цифровая журналистика: технологии, смыслы и особенности творческой деятельности: сб. матер. Междунар. научно-практич. конф. (Екатеринбург, 26–27 апреля 2024 г.) / сост. О. Ф. Автохудинова. Екатеринбург, 2024. С. 135–182.
4. *Джагги М.* Что такое культурная журналистика? // Культура и креативность. URL: <https://www.culturepartnership.eu/publishing/cultural-journalism-course/lecture-13-1> (дата обращения 17.05.2025).
5. *Котенев А. А.* Культурная журналистика // БРА. 2022. 30 нояб. URL: <https://bigenc.ru/c/kul-turnaia-zhurnalistika-71d790> (дата обращения 18.06.2025).
6. *Меркушина А.* «Жить и работать в культурной журналистике – это уже отдельная важная миссия». 5 редакторов о том, зачем писать об искусстве в 2023 году // Объединение. 2023. 23 авг. URL: <https://obdn.ru/articles/zhit-i-rabotat-v-kulturnoy-zhurnalistike-eto-uzhe-otdelnaya-vazhnaya-missiya-5-redaktorov-o-tom-zachem-pisat-ob-iskusstve-v-2023> (дата обращения 18.04.2025).
7. *Лазутина Г. В., Распопова С. С.* Жанры журналистского творчества. М.: Аспект Пресс, 2012. 320 с.
8. *Анненкова И. В.* Медиадискурс XXI века: лингвофилософский аспект языка СМИ. М.: Изд-во Моск. ун-та, 2011. 391 с.
9. *Ершов Ю. М.* Миссия журналиста в эпоху коммерциализации и потребительского общества // URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/missiya-zhurnalista-v-epohu-kommertsializatsii-i-potrebitelskogo-obschestva/viewer> (дата обращения 20.05.2025).