

УПЛЫЎ САЦЫЯЛЬНЫХ МЕДЫЯ І ЛІЧБАВЫХ ПЛАТФОРМ НА РАЗВІЦЦЁ АРТ-ЖУРНАЛІСТЫКІ

Н. А. Тачыцкая

*Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт,
пр. Незалежнасці, 4, 220030, г. Мінск, Рэспубліка Беларусь,
nadezhda.tochickaya@gmail.com*

У артыкуле разглядаецца ўплыў сацыяльных медыя і лічбавых платформ на развіццё арт-журналістыкі з акцэнтам на беларускія медыя. Аналізуюцца змены ў жанравай і стылістычнай структуры арт-журналістыкі, новыя формы ўзаемадзеяння з аўдыторыяй, а таксама асаблівасці лічбавых фарматаў, такіх як падкасты і блогі, камунікацыйных практык. Асабліва ўвага надаецца трансфармацыі функцый арт-журналістыкі ва ўмовах медыятызацыі і выклікам, звязаным з якасцю і этыкай кантэнту ў лічбавую эпоху.

Ключавыя словы: арт-журналістыка; сацыяльныя медыя; блог; арт-дыскурс; лічбавыя фарматы; узаемадзеянне з аўдыторыяй.

ВЛИЯНИЕ СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА И ЦИФРОВЫХ ПЛАТФОРМ НА РАЗВИТИЕ АРТ-ЖУРНАЛИСТИКИ

Н. А. Точицкая

*Белорусский государственный университет,
пр. Независимости, 4, 220030, г. Минск, Республика Беларусь,
nadezhda.tochickaya@gmail.com*

В статье рассматривается влияние социальных медиа и цифровых платформ на развитие арт-журналистики с акцентом на белорусские медиа. Анализируются изменения в жанровой и стилистической структуре арт-журналистики, новые формы взаимодействия с аудиторией, а также особенности цифровых форматов, таких как подкасты и блоги, коммуникационных практик. Особое внимание уделяется трансформации функций арт-журналистики в условиях медиатизации и вызовам, связанным с качеством и этикой контента в цифровую эпоху.

Ключевые слова: арт-журналистика; социальные медиа; блог; арт-дискурс; цифровые форматы; взаимодействие с аудиторией.

Сучасная арт-журналістыка перажывае істотныя трансфармацыі пад уздзеяннем сацыяльных медыя і лічбавых платформ. Гэтыя змены закранаюць як формы падачы кантэнту, так і спосабы ўзаемадзеяння з аўдыторыяй, а таксама ўплываюць на змест і функцыі арт-журналістыкі ў культурнай прасторы. Ва ўмовах медыятызацыі грамадства, калі інфармацыя становіцца даступнай імгненна і ў вялікіх аб'ёмах, арт-журналістыка набывае новыя рысы і становіцца больш інтэрактыўнай, паліжанравай і арыентаванай на дыялог з чытачом ці слухачом.

Арт-журналістыка традыцыйна выконвае функцыю пасрэдніка паміж светам мастацтва і шырокай аўдыторыяй, асвятляючы падзеі культурнага жыцця, аналізуючы творы мастацтва і фарміруючы эстэтычныя густы. Ва ўмовах медыятызацыі, калі масавыя медыя і лічбавыя тэхналогіі змяняюць спосабы ўспрымання і распаўсюджвання інфармацыі, арт-журналістыка трансфармуецца. На думку даследчыкаў, медыятызацыя прыводзіць да масавага тыражавання рэпрадукцый, зніжэння ўнікальнасці арт-аб'ектаў, а таксама да змены дыстанцыі паміж гледачом і творам мастацтва за кошт даступнасці інфармацыі праз інтэрнэт. Гэтыя фактары ўплываюць і на жанравую спецыфіку арт-журналістыкі, якая сёння спалучае інфармацыйныя, аналітычныя і мастацка-публіцыстычныя жанры, адаптуючыся да новых фарматаў і каналаў камунікацыі.

Сацыяльныя медыя, уключаючы платформы Instagram, TikTok, YouTube і Telegram, сталі не толькі каналамі распаўсюджвання культурнага кантэнту, але і прасторамі для непасрэднага ўзаемадзеяння журналістаў, мастакоў і аўдыторыі. У беларускай медыяпрасторы назіраецца актыўнае выкарыстанне гэтых платформ для прасоўвання тэатра, кіно і візуальнага мастацтва уключаючы відэаагляды, інтэрв'ю, падкасты і прамыя эфіры, што садзейнічае пашырэнню аўдыторыі і ўключэнню новых карыстальнікаў.

Беларускія арт-журналісты актыўна інтэгруюць лічбавыя тэхналогіі ў сваю працу, ствараючы мультымедыйныя праекты, падкасты і блогі, якія ахопліваюць шырокі спектр культурных падзей. Прыкладам служача падкасты і блогі, якія не толькі аналізуюць пастаноўкі, але і абмяркоўваюць актуальныя праблемы тэатральнага асяроддзя, фармуючы супольнасць і культурную памяць. Такія праекты дэманструюць, як лічбавыя платформы дазваляюць арт-журналістыцы выходзіць за рамкі традыцыйных фарматаў і становіцца больш даступнай. Напрыклад, у апісанні Telegram-канала «Секрет Полишинеля» пазначана, што ён

пра «театральныя – і около – історыі с акцэнтам на театр кукол». Тут можна ўбачыць больш інфармацыйны кантэнт: навіны тэатральнага жыцця, спасылкі на матэрыялы з іншых крыніц. Аднак на прыкладзе дадзенага канала можна ўбачыць баланс інфармацыйнага кантэнту з аналітычным: аўтар часам публікуе невялікія рэцэнзіі на прэм’ерныя спектаклі, разважае з нагоды розных падзей, дае сваю ацэнку навінам. Напрыклад, такім чынам аўтар выказваецца пра выхад кнігі Т. Арловай: «Мне блізкія разважэнні аўтара про шоутезацію современного театра, про то, как под влиянием изменений в социуме в целом и в самом театре в частности трансформируется театральная критика».

Instagram – дадатак для абмену фатаграфіямі і відэазапісамі, якія можна распаўсюджваць праз свой сэрвіс і шэраг іншых сацсетак. Сёння ў Instagram больш за мільярд актыўных карыстальнікаў, таму гэта пляцоўка для тых, хто хоча прадаць тавар або паслугу. Часцей за ўсё блогі ў Instagram не проста асабістыя акаўнты, а акаўнты брэндаў, што падкрэслівае іх камерцыйны характар, акаўнты розных устаноў. Адзначым пазітыўную тэндэнцыю: многія беларускія ўстановы культуры актыўна выкарыстоўваюць Instagram. Вельмі папулярнымі з’яўляюцца акаўнты Рэспубліканскага тэатра беларускай драматургіі (9 808 падпісчыкаў) і Нацыянальнага акадэмічнага Вялікага тэатра оперы і балета (16,5 тыс. падпісчыкаў), паступова развіваецца акаўнт Беларускага дзяржаўнага акадэмічнага тэатра юнага гледача (3 872 падпісчыкі). Перавага Instagram сярод іншых сацыяльных сетак у тым, што можна змяшчаць больш фотаздымкаў і відэа, рабіць stories і пра-водзіць прамыя эфіры.

Варта звярнуць увагу на TikTok – сэрвіс для стварэння і прагляду кароткіх відэа. Дадзеная сацыяльная сетка мае вялікі патэнцыял для арт-блогінгу за кошт сваёй папулярнасці, але, на жаль, у беларускім сегменце яе выкарыстоўваюць рэдка. Мы можам адзначыць акаўнты Нацыянальнага акадэмічнага Вялікага тэатра оперы і балета (2 305 падпісчыкаў) і інтэрнэт-крамы OZ.by (99,1 тыс. падпісчыкаў).

Акаўнт опернага тэатра паказвае закуліссе галоўнага тэатра краіны: гэта і моманты падрыхтоўкі спектакляў, фрагменты рэпетыцый, эмоцыі акцёраў пасля таго, як апускаецца заслона і многае іншае. Выбар такой кантэнт-стратэгіі дае магчымасць гледачу бліжэй пазнаёміцца з вядомым тэатрам.

Акаўнт інтэрнэт-крамы OZ.by выконвае рэкламную і рэкрэатыўную функцыі. Часта для аглядаў выкарыстоўваюцца папулярныя кнігі,

якія добра прадаюцца, або кнігі-бестселеры, якія могуць прыцягнуць увагу да акаўнта. Для стварэння відэаролікаў SMM-спецыялісты выкарыстоўваюць вядомыя і папулярныя трэндз і мемы TikTok. Напрыклад, калі выйшла другая частка фільма «Дзюна», сюжэт праілюстравалі з дапамогай коцікаў (дадзенае відэа набрала 275,2 тыс. праглядаў). Таксама ў акаўнце можна ўбачыць апытанні, што людзі чытаюць і які ў іх любімы аўтар.

Такім чынам захоўваецца баланс паміж інфармацыйна-аналітычнай і мастацка-публіцыстычнай функцыямі арт-журналістыкі. Падкрэсліваецца важнасць стварэння кантэнта, які не толькі інфарміруе, але і стымулюе эмацыйны і інтэлектуальны водгук у аўдыторыі, пашыраючы яе культурны досвед.

Лічбавыя платформы садзейнічаюць развіццю новых жанраў і фарматаў арт-журналістыкі. У прыватнасці, падкасты, відэаблогі, сторыс і інтэрактыўныя публікацыі становяцца эфектыўнымі інструментамі для прадстаўлення мастацтва ў дынамічнай і даступнай форме. Аналіз сучасных медыя паказвае, што павелічэнне частаты публікацый і разнастайнасць фарматаў суправаджаецца ростам уцягнутасці аўдыторыі і ўзмацненнем эмацыйнага ўздзеяння. У беларускім кантэксце гэта праяўляецца ў з'яўленні спецыялізаваных падкастаў і благаў, якія не толькі інфарміруюць аб культурных падзеях, але і ствараюць прастору для абмеркавання, крытыкі і рэфлексіі. Такі падыход садзейнічае фарміраванню больш сталага і разнастайнага арт-дыскурсу.

Сацыяльныя медыя і лічбавыя платформы аказваюць глыбокі ўплыў на развіццё арт-журналістыкі, трансфармуючы яе формы, жанры і функцыі. У беларускіх медыя гэтыя працэсы выяўляюцца ў актыўным выкарыстанні новых фарматаў, такіх як падкасты, блогі і Telegram-каналы, якія спрыяюць дэмакратызацыі культурнага дыскурсу і пашырэнню аўдыторыі. Меркаванні даследчыкаў пацвярджаюць, што арт-журналістыка ў лічбавую эпоху становіцца больш інтэрактыўнай, паліжанравай і арыентаванай на дыялог, што адкрывае новыя перспектывы для развіцця культурнай журналістыкі і медыякамунікацый у цэлым.