

Санкт-Петербургский государственный университет
Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций

Н. С. Цветова

ИСКУССТВО В МАССМЕДИА

Издательство ВВМ
2019

УДК 070
ББК 76.01
М42

Рецензенты:

доктор филологических наук, профессор
Л. Р. Дускаева

доктор исторических наук, доцент
М. А. Воскресенская

Цветова Н.С.

Ц26 Искусство в массмедиа. Учебное пособие. СПб: изд-во ВВМ,
2019.— 91 с.

ISBN 978-5-9651-1217-3

В учебное пособие включены материалы специального лекционного курса и задания для практических занятий. Основная задача автора – дискурсивная систематизация знаний, связанных с презентацией культуры и искусства в соответствующем сегменте современного медиапространства, выявление соотношенности сложившейся ситуации с эпохальными запросами массовой аудитории и культурной среды, а также с традицией.

Пособие адресовано студентам и магистрантам факультетов журналистики и прикладных коммуникаций.

УДК 070
ББК 76.01
М42

ISBN 978-5-9651-1217-3

© Санкт-Петербургский
государственный
университет, 2019

Оглавление

Предисловие	4
Феноменологические характеристики дискурса	5
Арт-журналистика в современной гуманитаристике	18
История и современная структура дискурса	20
Оценочность как институциональная характеристика АМД...	34
Дискурсивная речевая практика	44
Интенционально-стилистический статус стратегических коммуникаций в АМД	55
Послесловие	63
Литература	65
Вопросы и задания	71
Теоретические вопросы к экзамену	90

Предисловие

В учебное пособие вошли материалы лекционного курса и задания для практических занятий по арт-журналистике. Адресована эта работа студентам и магистрантам факультетов журналистики и прикладных коммуникаций. Основная наша задача – систематизация представлений и знаний, связанных с презентацией истории русской культуры, литературы, искусства в соответствующем сегменте современного медиапространства, выявление соотнесенности сложившейся сегодня ситуации с эпохальными запросами массовой аудитории и культурной среды, с национальной журналистской традицией.

Значительная часть вошедших в учебное пособие материалов имеет теоретический статус. В открывающих издание разделах речь идет о феноменальности российского медийного арт-дискурса, имеющего значительную и многоплановую историю и стремительно эволюционирующего два последних десятилетия под знаком конвергентности. Феноменальность эта, в первую очередь, проявляется в дискурсной структуре, и в интенционально-стилистических характеристиках разнотипных текстов, этот дискурс формирующих.

Вторая половина курса – тексты и задания для практических занятий, основной целью которых можно считать выявление специфики функциональной направленности и речевой формы журналистского арт-текста.

В процессе занятий обучающиеся должны усовершенствовать имеющиеся навыки интенционально-стилистического анализа особой «совокупности речевых практик и продуктов речевой деятельности» [Добросклонская 2014: 208], возникающих сегодня в арт-сегменте российского медиапространства – в арт-медиадискурсе (АМД). Решение этой задачи достигается, на наш взгляд, при использовании современных методик интенционально-стилистического анализа ключевых для данного дискурса текстов: рецензии, интервью, репортажа, заметки, анонса. Как правило, анализируются тексты наиболее известных журналистов, хотя и на ошибках начинающих тоже учимся.

Предлагаемый подход нацелен на воспитание, формирование творческой личности, имеющей необходимое представление о дискурсивной специфике алгоритма текстопорождения, о зависимости этого алгоритма от индивидуально-авторских особенностей, от запросов самой сложной для организации публичного диалога части массовой аудитории – людей просвещенных, интересующихся искусством, культурой, и, наконец, от сложнейшей структуры адресанта.

Феноменологические характеристики дискурса

В структуре и эволюции российского медийного дискурса искусства, активно модернизируемого в течение последнего десятилетия, проявляются, с одной стороны, общие тенденции развития массмедиа, с другой, действие специфических законов. Деформация дискурса, осуществляемая под воздействием этих тенденций и законов, вызвала естественную потребность в изменении терминологической системы, которая может использоваться при анализе, описании новых и типологических явлений.

Самым серьезным изменением можно считать изменение дискурсивной сверхзадачи, которая, начиная с XVIII века, заставляла признавать доминирование культурно-просветительской журналистики, целью которой было не столько «исправление нравов общества посредством просвещения и развлечения», сколько формирование вкусов нации (Ю. Лучинский). Но к началу века нынешнего почти все исследователи едины в признании затухания культурно-просветительской традиции, в признании ее вытеснения агрессивной «арт-журналистикой». Об арт-журналистике пишут все чаще, в соответствующих высказываниях за пределы активно обновляющегося дискурса выводятся немногочисленные уже культурно-просветительские журналистские тексты. И понятно, потому что термин имеет ассоциативный «шлейф», заставляющий включать номинацию «арт-журналистика» в семантическое поле современного искусства. Ведь еще с конца 1980-х годов в российском медиапространстве велись разговоры о западном поп-арте, как тогда писали, «пародии на вульгарную массовую культуру», связанную, прежде всего, с акциями, пропагандирующими «господствующую в буржуазном мире бесценностную идеологию и черты буржуазного конформизма». В сознании искушенного читателя до сих пор сохраняются воспоминания о «соц-арте», представляющем в качестве объекта номинации официальное искусство завершившейся эпохи. Наверное, можно найти и иные основания для суждений о «недостаточности» актуального ныне термина, признавая его условность и определенную, достаточно очевидную ущербность. Но, на наш взгляд, функционирующие в теории журналистики как синонимичные терминологические словосочетания «художественная журналистика», «культурная журналистика» вызывают еще больше претензий. Ведь недаром наиболее чуткие к слову исследователи, используя терминологическое словосочетание «культурная журналистика», определение заключают в кавычки, ибо без кавычек в сознании нашем немедленно

всплывет вопрос о возможности существования «некультурной» или «бескультурной» журналистики.

Мы будем использовать как общую номинацию терминологическое словосочетание «арт-медиадискурс» (далее АМД), потому что считаем, что именно такое название дает возможность зафиксировать специфику процессов, протекающих в том сегменте российского медиапространства, в котором фиксируются актуальные события и факты, связанные с национальной и мировой культурой и искусством.

Современный русский АМД – гипертекст, феноменологическими характеристиками которого можно считать открытость, являющуюся результатом актуализации принципа диалогичности как принципа сцепления текстов-реплик в ответ на текст, презентующий инфоповод; доминирование эмоциональности над рациональностью; политопичность (медиа topik – тема), обусловленную тем, что искусство (художественная культура) – это «любая деятельность, направленная на создание эстетически выразительных форм, часть духовной культуры и результат творческой деятельности человека» [Руденко 2006: 136]. Известно, что теория художественной культуры, прежде всего, изучает *«чистое» или «изящное» искусство*: поэзию, музыку, архитектуру, скульптуру, живопись (с ее отраслями гравировальной, мозаичной и медальной), искусство сценическое (включая киноискусство), хореографическое, искусство слова (ораторское и литература). Причем, разнообразие эстетически значимой деятельности постоянно возрастает, появляются новые виды искусства, как, например, в XX веке появился кинематограф. В состав художественной культуры сегодня входит прикладное искусство или дизайн (насчитывает более 400 видов: кулинарию, косметику, парикмахерское искусство, флористику, освещение и т. д.). Как следствие, сегодня специалисты говорят о существовании культурной, художественной, культурно-просветительской, литературной, театральной, киножурналистики, об арт-пиаре и рекламе и т. п. Расширение дискурса приводит к усложнению интенционально-стилистических характеристик текстов, которые этот дискурс формируют, составляют.

В пассивное некотором смысле отношение медиалингвистики к АМД объясняется несколькими причинами. Основные из этих причин, на наш взгляд, – всеобщая увлеченность иными журналистскими дискурсами (политической журналистикой, например, или спортивной) и многообразие журналистских арт-текстов. По данным интернета поискового сервера «Яндекс», сегодня в России о культуре и искусстве пишут более 150 только печатных изданий (журналов, газет, альманахов), тиражи ко-

торых колеблются от одной тысячи до 40. Специалисты констатируют востребованность нескольких содержательно-тематических подтипов арт-медиатекста: профессиональной художественной критики; отчетов о выставках и фестивальных мероприятиях, о конкурсах и гастролях, наконец, текстов эпидейктических, посвященных торжественным датам из жизни медиаперсон, связанных с миром искусства, освоению разных арт-пространств.

Просветительскую миссию в сфере культуры, как и столетия назад, выполняют, в первую очередь, многочисленные качественные печатные издания. Это «Российская музыкальная газета» («информационное издание для любителей музыки»), «Сеанс» (петербургский журнал о кино), «Художественный Совет» («журнал об изобразительном искусстве, его представителях, материалах и технологиях в России»), «Петербургский театральный журнал», «Балет» («всероссийский иллюстрированный журнал об истории балета, премьер, зарубежных гастролях, фестивалях и концертах»), «Русская галерея. XXI» (московское издание для художников-профессионалов и любителей живописи, графики, скульптуры), «Music Vox» (журнал, кроме историй великих групп, интервью с музыкантами и продюсерами, предлагающий новинки профессионального музыкального оборудования и инструментов, обзоры профильных выставок и семинаров), «Русский экран» (видимо, наследник популярного «Советского экрана», успешно пропагандировавшего достижения советского кинематографа), «Синефантом» (газета киноклуба, который занимается «популяризацией и изучением кино как искусства»); большая часть продукции телевизионного канала «Культура», детище фонда «Русский мир» с одноименным названием, интернет-журнал «Прочтение», литературный журнал «Пионер», интернет-продукт «Портал культурного наследия России», в значительной части сайты крупнейших национальных музеев; имеющие давнюю издательскую историю «Музыковедение», «Искусство кино», «Культура и искусство», «Юность», созданное в разгар перестройки при горячем участии академика Д. С. Лихачева «Наше наследие», еженедельники «Культура», «Литературная Россия», «День литературы» и «Литературная газета» со всеми приложениями.

К формированию дискурса с середины 1990-х годов подключились, с одной стороны, авторские коллективы православных печатных изданий («Покров», «Фома», «Православный паломник», «Встреча», «Наследник») и создатели теле-радиопродукции (радио «Радонеж», теледиалоги «Слово пастыря»). Можно говорить о дискурсивной принадлежности

некоторых публикаций из «Коммерсанта», «Новой газеты», «Вечернего Санкт-Петербурга», сохранившихся при огромном падении тиражей «толстых журналов» («Новый мир», «Дружба народов», «Знамя», «Аврора», «Нева» и др.), новых и старых провинциальных изданий, выполняющих культуртрегерскую функцию (например, популярный в Чебоксарах «информационно-познавательный журнал «Вишневый садъ» или газета «Культура Забайкалья») и т.д.

С начала нового столетия публикации, посвященные искусству, все чаще появляются на страницах мононациональных изданий двух типов. Например, в Санкт-Петербурге армянской православной церковью выпускается русско-армянская газета «Верую!», в которой журналистские медиатексты, воплощающие диалог двух культур, доминируют. Мы об этом явлении довольно подробно уже писали [Дускаева, Цветова 2013]. С 2014 года в Петербурге же выходит на русском и китайском языках журнал «Современный художник», призванный решать две задачи, с точки зрения Чрезвычайного и полномочного посла КНР в РФ: «Не только обеспечивать обмен в изобразительном искусстве двух стран, но и создавать новую площадку для взаимодействия» (Современный художник. 2014. № 3. С. 1).

АМД представлен на всех действующих каналах связи. Художественное радиовещание на российском радио существует с 1919 года, когда начались трансляции музыкальных спектаклей. С 1924 года радио проводило «Радиопонедельники», в рамках которых звучали уже не только спектакли Большого театра, но и тридцатиминутные студийные музыкальные концерты. С 1925 года развивалось литературно-драматическое вещание [Дубровин 1972: 17–26]. Сегодня «Диалоги о культуре» идут на «Радио России», на «Звезде», также активно вещает «Cultradio».

С ростом популярности телевидения в послевоенную эпоху появилось огромное количество специализированных телепередач (от «Кинопанорамы» до «Музыкального киоска»). Как пишет А. Литвинцев, «телевизионная коммуникация в советское время сделала ценности культуры доступными всем» [Литвинцев 2007: 26]. Сегодня среди 20 общедоступных телевизионных каналов специализированный канал – ГТРК «Культура», созданный в 1997 году по инициативе Д. С. Лихачева, М. Ростроповича, Д. Гранина, В. Астафьева, Ф. Искандера, Г. Бакланова, А. Германа, М. Захарова. Значительная часть эфирного времени отводится культурной проблематике на каналах «Санкт-Петербург», «ОРТ». Правда, на современном телевидении традиция претерпела определенную деформацию, о которой говорил еще в 2002 году В. Поз-

нер на Международной конференции «Независимость СМИ в посткоммунистических странах»: «Государственное телевидение не информирует, а пропагандирует. Слегка просвещает и довольно много развлекает. Частное – в какой-то мере информирует так, как хочет тот, кто им владеет, мало просвещает и очень много развлекает. И вот такое телевидение у нас в России – сильно развлекательное, своеобразно информирующее и почти не просвещающее».

Возможно, сегодня больше оснований для разговора о культурно-просветительской миссии определенного сегмента интернет-пространства. По данным портала [moiarussia](http://moiarussia.ru), среди интернет-адресатов огромной популярностью пользуются не менее 10 арт-сайтов и около 1000 арт-блогов, предлагающих качественный контент. Также с течением времени все большее внимание привлекают сайты музеев, театров, постоянных выставок и художественных аукционов.

Но при этом все чаще и тревожнее звучат голоса деятелей культуры, которые говорят о деформации традиционной миссии СМИ, формирующих медийный дискурс искусства. Так, известный петербургский кинорежиссер А. Сокуров утверждает: «Вкусы аудитории стали примитивнее, чем в СССР. Многие зрители вообще ушли из культурного сектора... Надо образовывать население, искать в стране художественные ресурсы, возрождать театральные и музыкальные трансляции, менять программы для молодежи» (А. Сокуров. Режиссер – о лени власти и робости // Аргументы и факты. 10.08.2011. № 32 – URL: <http://www.aif.ru/culture/person/27136>. Дата обращения: 24.03.2018).

Вектор деградации, в первую очередь, обозначен современной американской социологией журналистики. Чэнь Ханлу, автор магистерской диссертации, выполненной в СПбГУ под руководством А. Ю. Быкова («Освещение темы культуры в американских изданиях общего интереса. СПб, 2014) приводит результаты опроса главных редакторов газет, организованного Американской газетной ассоциацией в начале века. Эти результаты имеют принципиальное значение, т. к., как принято называть в Америке, «культурная журналистика» сосредоточена в основном в печатных изданиях. В самых крупных американских газетах большие разделы, посвященные культуре и искусству, появились преимущественно в конце 1960-х годов. Одна из версий, объясняющих причины их появления состоит в том, что именно тогда, в результате социальных перемен в американском обществе, произошедших на фоне экономического роста, огромное число женщин, недавних домохозяек, пошло работать. Стало меньше свободного времени, это повлекло спрос на информацию

о том, как можно провести драгоценное свободное время. Так вот, редакторы самых популярных массовых изданий в 2001 году утверждали, что у 71% читателей большой интерес вызывают статьи про «развлечения», и лишь у 29% – статьи про «искусство».

В 2002 году было опубликовано исследование «Reporting the Arts». Это исследование, начавшееся в октябре 1998 года, охватило 15 газет из 10 штатов и три общенациональных ежедневных издания: «USA Today», «Wall Street Journal», «New York Times». Было проанализировано 10 589 статей о культуре и искусстве. Список тем исследования «Reporting the Arts» включал телевидение, индустрию развлечений, кино, музыку, театр, оперу, танец, другие исполнительские искусства, книги, живопись, скульптуру, фотографии, видеарт (в том числе видеоигры), другие визуальные искусства, архитектуру, «высокую» моду, дизайн интерьеров, декоративно-прикладное искусство, развлекательные программы на радио, музеи и культурную политику. Вот какие выводы были сделаны «Reporting the Arts».

Количественные:

1. Средний объём информации о культуре и искусстве в газетах-участниках исследования составляет 16%, из них 7% – в обычных номерах, и примерно 9% – в воскресных выпусках и приложениях. При этом другая информация распределяется следующим образом: новости – 32%; экономика, бизнес – 9%; спорт – 11%; реклама – 17%; другая информация и очерки – 15%.
2. Освещение культуры по направлениям: ТВ – 28%; кино – 19%; музыка – 13%; книги – 10%; театр – 9%; изобразительное искусство – 5%; декоративное искусство и дизайн – 4%; всё остальное – 11%.
3. Использование штатных журналистов: среднее количество статей, посвященных культуре – 529; в том числе написанных штатными сотрудниками – 274; внештатниками – 41; синдицированная информация – 127; без подписи – 88; в среднем штатными журналистами написано 61% статей во всех газетах, в отделах культуры – 62%.
4. Количество рецензий – 166, в том числе написанные штатными сотрудниками – 109; внештатниками – 21; синдицированные – 24; без подписи – 11; процент рецензий – 35% в целом (в отделах культуры – 34%, в воскресных выпусках и специализированных приложениях – 51%, также рецензии публикуются и в других разделах).

Так как газеты очень разные, статистика везде не одинаковая. Например, в «San Francisco Chronicle» объём информации о культуре в два раза превышает информацию о бизнесе и спорте, в «Miami Herald» книжные рецензии и обзоры вынесены за пределы «культурных страниц» и публикуются в виде отдельного раздела, в приложении «Обзор прошедшей недели».

В 2018 году в интернете появились результаты исследований китайской арт-журналистики. Показательно, что для объяснения причины исследовательского интереса китайские ученые используют популярное в России высказывание В. Третьякова: «Если общество полностью отказывается от высокой культуры и оставляет ее для какой-то элиты, а для себя—современную массовую культуру, то этому обществу наступает конец». И озабоченность китайских исследователей понятна. При том, что базовые «количественные показатели» китайской арт-журналистики не менее впечатляющи, чем соответствующие характеристики арт-журналистики российской (о культуре и искусстве в Китае пишут 635 изданий из 9877), тиражи изданий этого типа ничтожны. Только 13 изданий выходят в 10 тысячах экземпляров, девять имеют всего лишь тысячные тиражи. Китайцы объясняют падение интереса к культуре и искусству прагматизмом современного общества.

Аналогичного диагноза состояния российской журналистики пока не знаем. Наверное, основная причина—сокращение исследовательского поля социологии журналистики. Пока о дискурсивных изменениях можно судить только на основании анализа речевой формы соответствующих журналистских текстов.

Мы наблюдаем за эволюцией АМД с начала XXI века, проанализировали десятки разнотипных печатных периодических изданий, которые пишут об искусстве, литературе (от «Русского репортера» до петербургского молодежного досугового журнала «Time Out—Петербург») на предмет их соответствия классической дискурсивной интенциональности—традиционной просветительской миссии.

Совершенно очевидно обозначаются несколько тенденций. В популярных массовых качественных изданиях (центральных и региональных) арт-темы сегодня обрели статус факультативных. Например, еженедельник «Русский репортер», завершая 2010 год, попытался представить ключевые темы года. Вот результат: на первом месте—спорт, на втором—природные катаклизмы, третье почетное место досталось осьминогу Паулю. Культурная тематика исчерпывалась новостями из мира кино и поп-музыки. Сходная ситуация в региональных, районных

изданиях. Так, в одном из номеров газеты «Василеостровская перспектива» (2012. № 4 (175)) львиная доля внимания, соответственно, газетной площади отдана соревнованиям по гребле, военно-спортивной игре «Зарница». Бегло сообщается о благотворительной акции. Единственное историко-культурное событие, зафиксированное создателями проанализированного номера (выборка случайная) – юбилей морского корпуса Петра Великого.

Происходит редукция топического (проблемно-тематического) разнообразия дискурса, т. к. некоторые виды искусства практически выпали из поля зрения современных СМИ. Например, только в региональных массовых изданиях можно найти публикации, посвященные традиционным русским ремёслам. О прикладном искусстве, особенно о национальном прикладном искусстве, рассказывают рекламные буклеты крупнейших российских музеев или каталоги аукционов, адресованные коллекционерам нового поколения. Интерес к классической живописи поддерживается преимущественно серийными изданиями. Театральная жизнь освещается бегло в публикациях новостного типа, прежде всего и чаще всего с использованием речевых стратегий анонсирования (см. «Невское время» или «Вечерний Петербург»). Правда, в последнее время на сайтах ведущих музеев появляются разделы, рассказывающие об организуемых этими музеями массовых мероприятиях, при создании сценариев которых используются знания о традиционных обычаях и обрядах.

О глобальном изменении жанровой парадигмы журналистики искусства говорить пока нельзя, ибо ключевые жанры (рецензия, обзор, статья, интервью) все-таки в сохранности. Но абсолютно очевидно, что *сегодня в интересующем нас дискурсе доминируют уже не статьи, а рецензии.* Причем, современная рецензия – произведение нового типа автора (по его компетентности и мировосприятию, творческому и жизненному опыту, по отношению к этическим принципам, определяющим возможности и алгоритмы использования чужого текста, по характеру взаимоотношений с читателем, по принципам отбора средств речевого воздействия, речевых тактик и стратегий и т.д.). Например, при целенаправленном поиске традиционной кинорецензии можно обнаружить только работы А. Вислова («Литературная газета»), в которых достаточно подробно и вполне отчетливо представлен анализируемый кинотекст, создан необходимый контекст, культурный ряд, предъявлены аргументированные оценки, причем, речевая форма не вызывает внутреннего сопротивления в силу отсутствия привычной для современного медийного пространства речевой агрессии.

Наиболее значительные изменения происходят в литературной критике. Литературное произведение сегодня представлено во многих текстах отнюдь не как литературное или культурное событие, но как товар. Адресат – уже не читатель, но потребитель, покупатель абсолютно откровенно и беззащитно или скрытно навязываемого продукта. Как следствие, реальным организатором литературного процесса сегодня уже стал издатель с его пиар-проектами. Ядро любого пиар-проекта – *пиар-акция* (презентации, пресс-конференции, репортажи, премиальные игры), новая жанровая форма, созданная не столько для отражения литературного процесса, сколько для влияния на него, для знакомства аудитории потенциальных потребителей с литературным произведением как с новинкой книжного рынка. И опять прагматика пиар-акций влияет и на их содержание, причем, даже в том случае, когда продвижение арт-продукта осуществляется с использованием, например, традиционного жанра рецензии.

Приведем только один пример. Один из самых популярных в интернет-пространстве литературных критиков Вл. Толстов, публикующий собственный литературно-критический бюллетень, в выпуске 49 анонсирует «*пять новинок российской прозы, с которых*» он советует «*начинать читательский год*», завершая публикацию развернутой оценкой нового романа А. Мелихова «Свидание с Квазимодо» (URL: <http://baikalinform.ru/chitatelb-tolstov/chitatelb-tolstov-pyatb-novinko-rossiyskoy-prozy-s-kotoryh-sovetuyu-nachinatb-chitatelbskiy-god>). Дата обращения: 22.01.2017). Заголовок публикации указывает как на генеральную на побудительную текстовую интенциональность, деформирующую традиционное представление о литературной рецензии, жанре оценочном. Транслируемая оценка выражена уже в сильной позиции начала текста, но оценочное суждение нейтрализуется, во-первых, его стереотипной речевой формой, как правило сигнализирующей о рекламной интенции: *Александр Мелихов – живой классик, мастер и патриарх отечественной литературы; он пишет удивительную, невероятную прозу*. Во-вторых, об авторской установке на рекламирование свидетельствует абсолютное отсутствие авторского намерения мотивировать, аргументировать транслируемые в сильной текстовой позиции оценки.

Стремление автора к рекламированию текста обнаруживается и в доминировании интригующих адресата парадоксальных сентенций:

- *но вот за роман «И нет им воздания» в прошлом году Мелихову ничего не дали;*

- *новый роман «Свидание с Квзимодо» начинается со сцены группового изнасилования.*

Рекламная интенция поддерживается и использованием интертекста–крылатого выражения, принадлежащего капитану Лебядкину, без ссылки на источник. Сознательная небрежность в предъявлении чужой речи превращается в прием самопрезентации автора, авторитетность мнения, высказывания которого в данном случае может быть обеспечена только высокой профессиональной компетентностью, проявляющейся в широчайшей осведомленности. Точно также двойко можно воспринимать тавтологию в первом отрывке *воздаяния–не дали*. Абсолютно уверенный в своей правоте автор, презентующий без тени сомнений собственную оценку как окончательную и единственно возможную, вполне может допустить ироничное отношение к собственному персонажу.

Статус самого высокочастотного типа текста, представляющего арт-проблематику в современных массовых СМИ, очень скоро может получить информационная нарезка, анонсы. Основная цель информационной нарезки в массовых изданиях–привлечение внимания к разного типа культурным событиям, в том числе к мероприятиям, которые вплоть до недавнего времени имели преимущественно развлекательно-коммерческий характер (вспомним длившиеся в течение нескольких выходных дней *Фестивали Пива и Мороженого в Санкт-Петербурге*). Анонсирование, в отличие от классического информирования, предполагает сжатое и емкое оповещение о грядущих событиях. В арт-медиадискурсе анонсирование все чаще осуществляется в форме афиши, объявления в интернете, по радио или телевидению, но не только [Малыгина 2013: 21–22]. Речевая стратегия анонсирования достаточно распространена и в других журналистских жанрах, правда, теперь *ее специфика может быть связана с доминированием иронии*. Например, герой публикации А. Немзера «Старый Шнур»–общеизвестный скандальный персонаж питерской тусовки (Русский репортер. 2007. № 28. С. 82). Смыслообразующей для этой публикации как для текста, посвященного современному музыкальному искусству, можно было бы считать соответствующую осведомительно-просветительской интенции следующую цепочку ключевых слов: *ремейк, кольцевая композиция, рэп, речитатив, духовая секция*. Но действительные авторские установки вытесняют на периферию этот лексический ряд, проявляясь в развязном тоне скандально-вызывающих замечаний, насыщенных скрытыми цитатами из высказываний героя: *Он по-прежнему любит баб, он вырос на фильмах про ковбоев, но слышал про Паганини, у него ремонт (тема–под дых...),*

а если о демократах или «нашистах» речь заходит, то только потому, что впервые баба не дала нашему герою не из-за чего-нибудь, а из-за политических соображений. Очевидно, что провокационный лексический облик текста способен привлечь внимание читательской аудитории, нацеленной на переживание дешевой сенсации, развлекающейся чтением иронично-сниходительных комментариев, посвященных выходкам тусовочных персонажей.

Определенной коррекции подвергается сверхзадача, которую ставят перед собой авторы портретных юбилейных публикаций, ранее использовавшихся как средство привлечения внимания к серьезным явлениям, личностям из мира искусства. Теперь такого типа публикации обычно помещаются в «глянце» в рубриках «Светская жизнь». И содержание их вполне соответствует развлекательно-рекламной интенциональности данной рубрики. Например, заметка Елены Ливси об известном кинодеятеле озаглавлена легко и иронично – «Марк Рудинштейн дублировал свой юбилей» (КП. 2006. 20–26 апреля. С. 28). Основная, наиболее запоминающаяся, вполне соответствующая общей тональности номинация главного персонажа – *продюсер в законе*. Большая часть текста посвящена судьбе именинного торта. На втором месте по объему – текстовый фрагмент, в котором дан достаточно полный список именитых гостей. Речевой облик публикации определяют игровые речевые приемы. Основное средство креолизации – характерные для сегодняшнего «глянца» фото-комиксы. Неофит после знакомства с текстом ни за что не сможет ответить на вопрос, за что такое внимание юбиляру.

Кроме того, необходимо отметить, что *отчетливо выраженные рекламные интенции не предполагают элокутивного совершенства* современного текста, посвященного даже высокому классическому искусству. Например, о концертах в Мариинском французского дирижера Марка Минковски Дм. Ренанский сообщает в журнале «Time Out – Петербург» – в издании «о лучших развлечениях двух недель». Искусство выдающегося, самого ожидаемого, большого мастера получает исключительно штампованные, рекламно-мертвые характеристики и оценки: *эпоха в истории европейской музыки, дирижер такого ранга, ключевая фигура, всеевропейская слава, эмблематическая версия, очевидное удовольствие, работает много и эффективно*. Кроме всего прочего, в минимальном по объему тексте можно встретить и такую парадоксальную оценку одного из ключевых творческих достижений артиста – *экстраординарная удача* (2011, 22 ноября – 5 декабря). Контекст заставляет нас сделать предположение, что автор публикации рассчитывал на положительно-оценочный компонент

в структуре стилистического значения используемого определения. Но объяснить эти надежды можно только его низкой речевой компетенцией.

Принципиально обновляется сегодня представление о фигуре участника интересующего нас сегмента медиарынка (автора, персонажа) от аналогичных представлений прошлых эпох – профессионализм перестал быть его ключевой характеристикой, равно как широкая осведомленность, уважение к чужому мнению, бережное отношение к первичному тексту (в вечернем эфире когда-то петербургского канала «100ТВ» молодая критикесса без смущения объясняла свои книжные пристрастия серийностью радующих ее сердце изданий). Журналист сегодня не настроен на диалог с читателем, его речевые стратегии – стратегии подавления, не предполагающие традиционного уважительного, партнерского отношения к адресату, это стратегии доминирования, деформирующие диалогическую природу публицистики. Он теперь легко подменяет профессиональный эстетический анализ в соответствующих фрагментах наиболее популярных жанров агрессивными констатирующими, оценочными высказываниями, продиктованными не аргументируемыми личными, индивидуальными вкусовыми предпочтениями.

Негативным следствием отсутствия профессионализма становится деградация речевой формы журналистского текста об искусстве, проявляющаяся в обилии разного типа речевых ошибок. Речевых ошибок много, они разные:

- журналисты канала «Россия-24» рассказывают о неведомом генеральном виолончелисте *Ростиславе Ростроповиче*, сообщают о «Страстях по Брюллову» (эфир 22.03.2018);
- московский театральный режиссер Е. Перегудов, предложивший свой вариант единовременного сценического воплощения Чехова, Зощенко, Ильфа и Петрова, Брехта, утверждает, что слово «мещанин» фиксирует «социальную принадлежность» человека (Новости культуры с Владиславом Флярковским – эфир от 11.03.2018 – URL: http://tvkultura.ru/video/show/brand_id/59983/episode_id/1715847/video_id/1817848/ / Дата обращения: 24.03.2018) и т. п.

Еще один типичный пример – «культурный журнал» «ARTWAY». Не думаю, что среди читателей «Мира искусства» было меньше знатоков английского или французского, чем среди сегодняшних потребителей продукта, предложенного редактором *Bashkirovым*, имя которого, написанное латиницей, является первым средством презентации концепции издания, его сверхзадачи. В колонке «От редактора» сверхзадача издания сфор-

мулирована абсолютно четко: *«Хочу настроить наших читателей ... на радостный и позитивный лад»* (ARTWAY. Культурный журнал. Серия 12. Осень 2016. С. 1), т.е. развлечь. А далее сформирован образ читателя, которого редактор намерен так облагодетельствовать: *создатели, духовные люди, любознательные и стремящиеся, полезные и развивающиеся, поддерживающие свой духовный рост* (ARTWAY. Культурный журнал. Серия 12. Осень 2016. С. 3). Далее образ собирательного читателя персонализируется: главный тренер ХК СКА, заместитель председателя правления ПАО «Газпром», режиссер одного из Санкт-Петербургских театров, капитан ХК СКА, президент «Союза танцевального спорта России», американка Айрис Апфель и т.п. Попыток формально «подтянуть» журнал к дискурсивному уровню две. Первая – полиграфическая. В результате возникло нечто среднее между светским изданием и студенческой многотиражкой. Вторая – внедрение в примитивный вербализованный компонент совокупного журнального текста в качестве украшения жанра эссе. Тексты эссе могут использоваться как учебный материал на занятиях по литературному редактированию на начальном этапе обучения. Например, автор эссе «Кленовый лист» Г. Пономаренко утверждает, что можно *«по телефону изумляться красоте кленового листа»*, а пять тысяч рублей *«присутствуют в представлении о твоём бюджете»*, радость возникает *«подсознательно»*, а ощущение радости и тепла уходит *«подальше»*, в голове проносятся *«эмоции»*, а мы пытаемся *«остановить свою инерцию»* (ARTWAY. Культурный журнал. Серия 12. Осень 2016. С. 29–31) и т.п.

В сильной позиции начала текста автор обозначает «повод», который заставил его взяться за перо: *«Не так давно со мной произошло простое в сущности событие. Любому среднестатистическому жителю Петербурга, случись это с ним, оно могло ни о чем не сказать и ни о чем не напомнить, не говоря уже о том, чтобы улучшить настроение. Как произошло это со мной. И если копнуть глубже, то что вообще может изменить в лучшую сторону наше настроение»*. Настойчивому читателю, способному преодолеть несовершенство речевой формы, бессмысленное нагромождение слов и знаков препинания, порожденные авторским косноязычием, откроется аксиологическое основание редакционной философии: ценность любого события обеспечивается способностью этого события *«изменить к лучшему наше настроение»*. Такого рода философы появляются в эпоху доминирования непрофессионалов все чаще и создают прямую угрозу российской культурно-просветительской традиции, о которой пишут многие современные российские исследователи интересующего нас дискурса.

Арт-журналистика в современной гуманитаристике

Российская журналистика, посвященная искусству, стала предметом для серьезных размышлений профессионалов уже в конце восемнадцатого – начале девятнадцатого века. А. С. Пушкин посвятил журналистскому арт-дискурсу, который воспринимался в его время прежде всего как дискурс литературно-критический, почти 160 работ. Великий поэт, редактор и издатель прекрасно понимал, что начало позапрошлого столетия – этап становления, оформления литературно-критической мысли. Со свойственной ему категоричностью А. С. Пушкин утверждал в дискуссиях с А. Бестужевым, что «дельной критики еще нет», и объяснял, почему он так считает: «Критики наши говорят обычно: это хорошо, потому что прекрасно, а это дурно, потому что скверно. Отселе их никак не выманишь» [А. С. Пушкин об искусстве 1990: 17]. Более того, поэт уже тогда осознавал эволюционные опасности, к которым относил: беспринципность критиков и их низкий научный, теоретический уровень, провоцирующий суждения «наобум, безо всяких основательных правил и сведений», коммерциализацию критики. Бесконечно современны пушкинские «антибулгаринские» пародии на журнальную критику: «Общество московских литераторов», «Отрывок из литературных летописей», «Несколько слов о мизинце г. Булгарина и о прочем» и др. В доказательство приведем только один пример – фрагмент из интервью Марии Гулегиной (*«лучшее сопрано на планете»*, *«гордость российской и мировой сцены»*): *«Имеют ли значение для оперных див мнения критиков?»* – спрашивал журналист. Гулегина отвечала со свойственным ей темпераментом: *«Знаюков – да! Важно! От этого растешь! А вот когда идет заказуха – грязно. Увы, знаю, кто ездит за певцами за их счет и пишет дифирамбы и потом «льёт помои» на тех, кто не платит. Совсем недавно был инцидент со мной. Хотела уже подавать в суд на клевету. Потом подумала: если такая глупость и злоба и нет никаких аргументов – значит, «правильным курсом идете, товарищи!»* (С. Володин. «Командовать парадом буду я! // Литературная газета. 2018. № 51–52 (6626). С. 13).

Пушкинская позиция актуализируется многочисленными исследователями русской литературной критики [Крылов 2016], прежде всего, рецензии как публицистического жанра [Набиева 2015]. Первое лингвостилистическое исследование одного из сегментов дискурса – учебно-методическое пособие Н. С. Гараниной «Стиль русской театральной критики» (МГУ, 1970), в котором театральная критика рассматривалась

как «область публицистики», «молодая область русской журналистики», сформировавшаяся лишь в середине девятнадцатого века.

Теоретико-журналистский подход к журналистскому арт-дискурсу заявлен в сборнике научных статей, подготовленном в Казанском государственном университете. В сборнике два раздела: «Парадигмы арт-журналистики» и «Проблемное поле современных арт-медиа». Авторы статей фиксируют основное направление трансформации журналистской профессии «от художественной критики к продюсированию», эволюцию журналистских арт-жанров под влиянием интернет-пространства и новых медиа, предлагают размышлять над объемом арт-дискурса [Арт-журналистика в современном медиапространстве 2016]. Работа эта полезная, ценность ее определяется обозначением многих реальных проблем, установкой на расширение исследовательского поля, предъявлением разнообразного эмпирического материала. Хотя трудно согласиться с предложенным представлением об «арт-журналистике» как журналистике художественной – части «культурной» (Т. Сергеева).

Примерно в то же русло направили свои усилия участники Международной научно-практической конференции «Арт-журналистика в цифровую эпоху: реалии и прогнозы», организованной в феврале 2018 года Московским государственным институтом музыки им. Шнитке.

Кроме того, уже сложились исследовательские коллективы, которые занимаются проблемами менеджмента в сфере культуры и искусства как многоуровневого процесса самоорганизации и самореализации творческой личности из сферы искусства [Self-management в сфере культуры и искусства 2013].

В последние годы на прилавках книжных магазинов все чаще появляются, как правило, переводные книги-инструкции для тех, кто собирается стать успешным арт-журналистом. Самая известная была написана художественным критиком, редактором и педагогом, преподавателем отделения искусства Голдсмитского колледжа Лондонского университета Гильдой Уильямс. Г. Уильямс пытается «подсказать» молодым журналистам, пытающимся ответить на постоянно возрастающий запрос современного общества на «коммуникативные тексты по искусству», как «трансформировать свой визуальный опыт в письменное высказывание» [Уильямс 2017: 9], при этом, как это принято в европейской традиции, не разделяя искусствоведение и журналистику.

Филологическое осмысление журналистских произведений, посвященных искусству, находится в течение десятилетий в начальной стадии и сегодня осуществляется, как минимум, в двух направлениях.

Первое направление с достаточной очевидностью представлено в публикациях исследователей, усилия которых объединяются Минским государственным лингвистическим университетом. Эти ученые рассматривают текст «как результат дискурсивной деятельности»: анализируют коммуникативные тактики, стратегии и речевые средства их вербализации, прагматически маркированные лексические и грамматические средства, способствующие достижению коммуникативных целей [Медiateкст и культура 2015: 3]. Принципиально важным в описании предлагаемого к «культурному» медиатексту подхода является слово «результат».

Второе направление исподволь формируется на кафедре медиалингвистики СПбГУ, где арт-журналистские тексты анализируются в контексте досуговой журналистики и в свете интенциональной стилистики [Журналистика сферы досуга 2012; журнал «Медиалингвистика»]. Идеология этой исследовательской практики заложена в монографии Л. Р. Дускаевой, посвященной диалогической природе журналистских жанров. Соответствующие аналитические методики разрабатываются Ю. М. Коняевой, Л. Ю. Ивановой, А. А. Самсоновой, рассматривающими процесс коммуникации, спровоцированный информационным сообщением о событии в мире искусства и культуры как процесс формирования дискурса, состоящего из медиатекстов разной интенциональности, разных по стилистическим характеристикам текстовых форм отклика на первичное информационное сообщение, имеющих определенную логику и последовательность.

История и современная структура дискурса

Сегодня АМД представлен несколькими сегментами, каждый из которых характеризуется собственной сверхзадачей, определяющей специфику действующего алгоритма текстопорождения, структуру и речевую форму текстов.

Соответствующий медиатопик присутствует в изданиях, разных по периодичности (ежедневных, еженедельных, ежемесячных, поквартальных, в ежегодниках), по типу аудитории (специальных, специализированных, общенациональных), по месту издания и масштабу распространения (корпоративных, местных, региональных, общенациональных). Единство интересующего нас дискурса, отмеченное сходство с гипертекстом, как правило, определяется целым рядом экстралингвистических факторов, социокультурных, психологических, прагматических, за

которыми встает особый лексикон, особая грамматика, «особые правила словоупотребления и синтаксиса, особая семантика, – в конечном счете – особый мир» (Ю. С. Степанов).

Для нас принципиально важно то, что дискурсивная принадлежность медиатекстов обусловлена их включенностью в «определенное когнитивно и типологически обусловленное пространство» (В. Е. Чернявская). Соответственно, тексты под заголовками *Раскрыта сумма оставленного Табаковым наследства, Табаков сделал жене прощальный подарок, Родственники Табакова вскрыли завещание и удивились, Макаревич посмеялся над «поднявшейся волной говна» из-за «злых дебилов», Как живет сейчас Элина Быстрицкая*, хотя и опубликованы на разных интернет-ресурсах в рубриках Культура и Шоу-бизнес, к интересующему нас дискурсу отношения не имеют.

Особого разговора также требует влияние на содержание и форму АМД такого масштабного процесса, как политизация искусства. Этой проблемой активно занимается французская философия и социология культуры (Париж, Европейский центр социологии и политической науки Высшей школы социальных наук). О роли политического фактора в эстетическом поиске, о политическом компоненте в интерпретации эстетического жеста и высказывания размышляет группа исследователей, усилия которой консолидируются учеными Уральского федерального университета (г. Екатеринбург) [Политизация поля искусства 2016].

Мощное влияние на структуру дискурса оказывает возрастающая коммерциализация медийных публикаций, посвященных событиям в мире искусства. Но об этой проблеме мы будем говорить позже подробнее.

Известно, что формирование дискурса искусства в российской журналистике началось еще в XVIII веке, было связано с досуговыми изданиями. «Трудолюбивая пчела» (СПб, 1759), «Лекарство от скуки и забот» (СПб, 1786–1787) или более поздняя «Художественная газета» (1836) информировали своих читателей, например, о том, что «три сонаты для клавира, из коих две со скрипкою, сочинения г. Разетти, продаются в Париже по шести ливров», или об открытии выставки в Академии художеств, о работах гравера Ф. Х. Кислинга, о приезде К. П. Брюллова в Петербург. Причем, «Художественная газета» уже не просто сообщала о приезде в Петербург Ф. А. Бруни, но и рассказывала о его творчестве. В газете публиковались материалы о деятельности Московского общества поощрения художников в Московском художественном классе или о работе А. С. Добровольского по организации в Москве публичной на-

родной галереи. Несмотря на то, что культурно-просветительская журналистика возникла более двух столетий назад, журналисты и критики почти всегда помнили о призыве деятелей культуры «любить искусство, уважать труд его творцов и помогать им своим словом» [Лапшина 2016: 15]. Так, историк печати Б. И. Есин отмечает, что в России с XVIII века «газеты активно выполняли культурно-просветительскую функцию, не столько в силу особого характера самой печати, сколько в силу состояния общества, аудитории того времени» [Есин 1989: 15].

Расцвет культурно-просветительской журналистики пришелся на Серебряный век. Задача культурного просвещения как главная осознавалась и декларировалась тогда почти всеми. «Делать художественное общедоступным», – призывал в 1901 году один из «мирискусников» С. А. Андреевский в статье, посвященной труппе Московского художественного театра («Театр молодого века. Труппа Московского художественного театра»), опубликованной журналом «Мир искусства» (URL: <http://euculture.vixro.nsu.ru>. Дата обращения: 15.03.2017). Статья появилась в пятом номере за 1901 год. Ежемесячник «Мир искусства», создававшийся группой единомышленников для пропаганды творчества русских символистов, в те годы занимал особое место. Издание во многих отношениях было уникальным, в контексте современной ситуации в журналистике удивляют многие его характеристики. Прежде всего, при абсолютно четком осознании собственной сверхзадачи редакционная коллегия предоставляла свои страницы людям самых разных взглядов и убеждений: и консерваторам А. Бенуа и Е. Лансере, и радикально настроенным Л. Баксту и З. Гиппиус, точку зрения центристов транслировали С. Дягилев и Д. Философов. Журнал рассказывал о западной классике, возрождал интерес к истории отечественной живописи и архитектуры, к прикладным искусствам, к древнерусской иконописи.

Блестяще образованные, обладающие огромной общекультурной эрудицией и замечательным чувством слова авторы журнала создавали тексты в полном соответствии с античным риторическим каноном, в те времена еще влиявшим на публичную коммуникацию. Приведем в качестве примера фрагмент из статьи С. А. Андреевского. Сильная текстовая позиция начала была заполнена критиком вполне традиционно. С описания информационного повода и сегодня начинают многие арт-журналисты. С. А. Андреевский поступил так же: *«Мне довелось быть всего на двух представлениях московской труппы в Петербурге. Я видел пьесы Чехова «Дядя Ваня» и «Три сестры». Впечатление было неожиданное и сильное, как будто я вдруг проснулся через сто лет после всего, ранее*

виденного мною на сцене, и нашел театр вполне преобразованным, согласно давнишним, безотчетным требованиям моего вкуса. Я встретил простоту и гармонию, т. е. то, что было всегда чуждо моим понятиям о театре». По сути, это прямое обращение к петербургской, столичной публике, к диалогу с которой стремились «мирискусники». «Простое и гармоничное», если использовать формулировку самого автора, выражение ключевого тезиса – положительной оценки двух увиденных спектаклей, в те времена требовало немедленного подтверждения, аргументации, и это требование авторами неукоснительно соблюдалось. Первый аргумент самый ожидаемый, потому автор на нем не задерживает читательского внимания: «*Быть может, такому впечатлению соответствовали пьесы Чехова*». Не менее прогнозируем обязательный для классического аналитического текста контраргумент: «*В виде упрека труппе некоторые говорили, что если во второй раз посмотришь ту же пьесу в исполнении московских артистов, то убедишься, до какой степени все придумано и заучено, все повторяется одинаково, йоту в йоту*». И изящное с привлечением включающего три смысловых компонента фрагмента, презентующего неопровержимое экспертное мнение, разрушение контраргумента: «*Всем известны перечеркнутые бесчисленное множество раз черновики пушкинских и лермонтовских стихов. А между тем в последней отделке стихи эти кажутся легкими, как воздух, и естественными, как самое простое выражение мыслей. С таким же трудом доставалась Л. Толстому его подкупающая «простота» и с еще большим Флоберу – его безупречная проза*».

Без напыщенности и самомнения формулируются впечатления об «обстановочной стороне пьесы», об актерской игре, о поведении зрителей. Каждый текстовый абзац – одна из названных смысловых доминант. Четко и логично выстраивая текст, подчиняя его речевую форму требованиям простоты и гармонии, автор настойчиво побуждает к размышлениям, не только формирует желание пойти в театр, собственными глазами увидеть долгожданно нового Чехова, приглашает к обсуждению спектакля, но доставляет истинное удовольствие читателю, т. к. удовольствием для любого собеседника можно считать возможность диалога на равных с Д. Философовым, В. Розановым, Л. Шестовым, Н. Минским, В. Серовым, В. Кандинским, М. Нестеровым – с образованным, понимающим, интеллигентным собеседником.

Мы проанализировали более десятка разнотипных современных печатных периодических изданий, которые пишут об искусстве, литературе (от «Русского репортера» до петербургского молодежного досу-

гового журнала ««Time Out–Петербург») на предмет их соответствия высокой традиции. Даже при поверхностном проблемно-тематическом анализе дискурса очевидны серьезные изменения. Основа дискурса – по-прежнему культурно-просветительские издания, совокупные тексты которых формируются под влиянием осведомительно-оценочной интенциональности. Это российская журналистская традиция, о необходимости поддержания которой говорил в одном из программных интервью министр культуры РФ В. Мединский: «Мы живем в мире, где часто происходит подмена понятий, в мире ценностных фальсификаций и сублимаций <...>. Поэтому приходится снова объяснять простые и вечные истины, подталкивать интерес к истории отцов и прадедов, литературе, культурным ценностям» [Мединский 2013: 6]. В словах чиновника зафиксирована сверхзадача культурно-просветительской журналистики.

Культурно-просветительский сегмент АМД, «будучи одним из институтов культуры общества», действительно «участвует в пропаганде и распространении в обществе высоких культурных ценностей, воспитывает людей на образцах мировой культуры, тем самым способствуя всестороннему развитию человека» [Прохоров 2011: 62]. Ядро данного дискурсного сегмента – качественная аналитика, напоминающая о простых и вечных истинах, подталкивающая интерес к истории отцов и прадедов, литературе, культурным ценностям. Жанровый состав при всей значительности эволюционных, модернизационных процессов продолжает оставаться традиционным: аналитическая статья, рецензия, репортаж, при создании которых доминирующими являются информативно-оценочные речевые жанры.

Как бы то ни было, авторы, следующие культурно-просветительской традиции, отдают предпочтение текстам аналитического типа (проблемным статьям, рецензиям, интервью), существующим на самых разных информационных носителях, и пытаются решать комплекс задач:

- пропаганда и интерпретация эстетически значимых художественных произведений, созданных в прошлые столетия и нашими современниками;
- актуализация продуктов художественного творчества через подбор и трансляцию релевантных оценок и комментариев, отражающих эпохальную аксиологию;
- выявление и популяризация специфики художественного образа и пропаганда искусства как основного средства познания мира и человека.

Но базовым в современных условиях становится стремительно расширяющийся дискурсный уровень, представляющий основной массив арт-изданий с доминирующей побудительно-осведомительной интенциональностью. Арт-журналистика занимается сбором и продвижением информации о событиях, темах-проблемах и тенденциях в развитии современного искусства, его формах и жанрах с целью стимулирования потребительского интереса к арт-объектам, обладающим определенной материальной ценностью, к арт-событиям и персонам, эти ценности производящим, соответствующим релаксационному состоянию адресата или способным это состояние провоцировать [Сидякина 2012: 123].

Развивая идею А. Сидякиной, можно сказать, что современная арт-журналистика занимается уже не просто сбором и продвижением информации о событиях, темах-проблемах и тенденциях эволюции современного искусства, его формах и жанрах [Сидякина 2012: 123]. Основная цель арт-журналистики – стимулирование потребительского интереса к арт-объектам, обладающим определенной эстетической и материальной ценностью, к арт-событиям и персонам, эти ценности производящим. Интерес этот специфический, соответствующий релаксационным ожиданиям адресата или способствующий их возникновению, провоцирующий необходимые интенционально-стилистические характеристики журналистского арт-текста.

Структура дискурса усложняется с развитием «объяснительной» журналистики, продуцирующей таймлайны, интерактивные карты, инфографику, популярные лекции, аннотации для сайтов учреждений культуры, статьи для каталогов и выставок, хронологические ленты о творческой истории фильма или книги (А. А. Новикова); и журналистики «списочной», работающей над разного рода топами и рейтингами (Я. И. Тяжлов).

Второй «проблемный» уровень медийного арт-дискурса – «диджей-журналистика», представленная изданиями типа петербургского «*The Movie*», предлагающего посетителям кинотеатров обзоры новинок на два месяца вперед. Сюда же можно отнести и имитирующий качество развлекательный по типу текстообразующей гиперинтенции «глянец», ориентированный на портретирование медийных персон, связанных с миром культуры и искусства («*Караван историй*», «*Биографии*»). Подобная медиапродукция может работать на создание имиджа коммерческого объекта (например, частного музея, выставочной галереи, глянцевого издания) или публичной персоны, служить формированию образа государства, города (например, «*The Art Newspaper Russia*»).

Медийную продукцию двух последних уровней можно включить в систему стратегических коммуникаций в сфере культуры, рассчитанных на эффект, связанный с достижением бизнес-целей, т.к. побудительная интенциональность этих текстов связана с установкой на решение определенных бизнес-задач.

Третья проблема, наверное, самая давняя – место искусствознания и профессиональной художественной критики в АМД. Результаты двухвекового диалога искусствознания и художественной критики были обобщены М.С. Каганом в начале века (2001). Территория искусствознания, кажется, была обозначена вполне убедительно. Находится она, бесспорно, за пределами АМД. Взаимоотношения журналистики и критики – проблема более сложная, для нас – более значительная.

В России впервые французское слово «critique» еще в 1739 году употребил А.Д. Кантемир. Примерно через десять лет оно появилось в сочинениях В.К. Тредиаковского уже в русском варианте – «критика» [Перхин 2001: 3]. Теоретическое же осмысление критики берет начало с метакритических опытов Н.М. Карамзина, В.А. Жуковского [Говорухина 2012].

Современные специалисты, среди которых, например, В.В. Перхин, считают, что критика – это творческая деятельность по оценке художественных произведений, способ оценки и истолкования явлений литературы и искусства. Эту позицию поддерживает и развивает Л.П. Саенкова, с точки зрения которой, критика – это скорее познавательно-ориентирующая деятельность, которая формирует оценочное отношение людей к различным культурным явлениям либо к их отдельным аспектам. Очень важны и представления Н.С. Гараниной, убежденной в том, что критика должна не только анализировать, но и убеждать в справедливости результатов этого анализа, приобщать читателей к процессу активного восприятия искусства, его осмысления [Гаранина 1970: 8]. Н.С. Гаранина отмечает еще один нюанс: как любой другой род публицистики, критика должна формировать мировоззрение, эстетические вкусы современников.

Если суммировать эти высказывания и соотнести их с предложенным нами определением арт-журналистики, то обнаружится очень много принципиальных совпадений. Эти совпадения очевидны и значительны. Наверное, именно поэтому европейские исследователи, как правило, рассматривают художественную критику в составе АМД. Как утверждает выпускница факультета журналистики СПбГУ А. Курпель, переводившая для своей квалификационной работы статьи исследова-

телей из Кардиффского университета, Дж. Харрис и К. Валь-Йоргенсен под словом «арт-журналист» подразумевают различные категории профессионалов: диджеев, работающих с классической музыкой, арт-обозревателей, арт-критиков, арт-репортеров, арт-редакторов [Harriss, Wahl-Jorgensen 2007: 623]. Это представление основано на исследованиях самоидентификации современных арт-журналистов. Оказалось, во-первых, что арт-журналисты видят себя «журналистами с отличием», которым нужны специальные знания и возможность доносить до массовой аудитории сложные идеи. Во-вторых, несмотря на то, что освещение искусства нельзя с легкостью отнести к категории *hard news* в иерархии значимости новостей, оно воспринимается арт-журналистами как нечто более важное и сложное, чем обычная новостная повестка дня. В-третьих, арт-журналисты видят процесс освещения искусства в массмедиа исключительным из-за его сложных отношений с традиционной проблемой объективности в журналистике. В то время как арт-репортеры и редакторы утверждают, что придерживаются объективности в своей работе, критики отодвигают эту характеристику в сторону – для них она менее релевантна. Но в то же время критики осознают существование достаточно определенного набора правил, которых нужно придерживаться при выражении мнения» [Harriss, Wahl-Jorgensen 2007: 623]. Четвертой особенностью, на которой базируется вера в исключительность арт-сферы, является убеждение в том, что искусства способны улучшить общество. Арт-журналисты считают себя спасителями нравственности, теми, кто ведет общество к лучшему, более наполненному, осмысленному существованию [Harriss, Wahl-Jorgensen 2007: 635].

Резюмирующим можно считать заключение И. Уордла: «Газетный рецензент занимается своим ремеслом благодаря нескольким заинтересованным сторонам, каждая из которых желала бы пользоваться его услугами единолично. Эти стороны – его газета, его читатели, администрация и творческие работники театра. Автору приходится выбирать, кто из них для него важнее» [Уордл 2013: 12]. И далее: «Содержание статьи рецензента также определяется тем, для кого он пишет – в Англии это обычно значит ежедневная или еженедельная газета или специализированный или неспециализированный журнал. Писать для специализированных изданий легче всего. Пишущий для журнала «Плейз энд плейерс» рассчитывает на аудиторию, интересующуюся театром, и не должен начинать статью с изложения элементарных фактов. Труднее всего с таблоидами (теми немногими, которые еще освещают театральные события): к тому моменту, как вам наконец удалось отвлечь внима-

ние читателей от очередных родов в королевской семье и направить его на сюжет «Гамлета», выясняется, что для рассказа о спектакле уже не осталось места» [Уордл 2013: 75].

Безусловно, на арт-журналистику влияет еще одно обстоятельство, зафиксированное Дж. Элсом, убежденным в том, что критики обладают значительным влиянием на коммерческий успех. Именно поэтому 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. «Режиссеры видят критиков скорее непредсказуемыми пешками в партии рекламной игры, тогда как самим критикам режиссеры представляются талантливыми студентами, которым необходимы объективные советы» [Elsom 1981: 10].

Британцы склонны думать, что граница между критикой и журналистикой была обозначена только на начальном этапе их существования. Вот как пишет об этом И. Уордл: «Когда журналисты стали критиками, основной моделью для их писаний стала полемическая брошюра – жанр, лишенный какой-либо литературной эlegantности, направленный на то, чтобы нанести удар по своему объекту и силой вынудить читателя согласиться со своим мнением» [Уордл 2013: 30]. По сути, это высказывание дает возможность обнаружить одно из базовых отличий художественной критики от арт-журналистики.

В России за существование непреодолимой линии разграничения неумолимо борются не арт-журналисты, а критики, например, так выглядит категоричная позиция театроведов: «Профессиональная театральная критика имеет существенные отличия от журналистики, информирующей о различных сферах текущей жизни, в частности, художественной, с позиции человека, не имеющего специальных знаний. <...> Профессиональный критик должен быть «художественным полиглотом», этим он резко отличается от идеолога какой-то определенной творческой группы или движения. <...> Специалист изучает спектакль, а не пропагандирует его или борется с ним. <...> Совершенно исключены снисходительная, поучительная, брезгливая, циничная, безапелляционная интонации по отношению к театральным произведениям» [Семинар по театральной критике: 7–8]. Итак, заниматься критикой могут только профессионалы в определенной области: музыкальной, в области дизайнера, кино, театра и т. д.

Как следствие, в арт-журналистике преобладают информационные жанры (афиша, анонс, репортаж, корреспонденция, обзор, интервью, за-

метка, аннотация), реже появляются модернизированные аналитические (рецензия, обозрение, колонка), почти исчезла художественная публицистика [Журналистика сферы досуга 2012].

Еще один важный момент, в российской традиции критика—это специализированные публикации об искусстве, адресованные экспертному сообществу, профессиональной аудитории. «Критик обращается сразу к нескольким адресатам: к зрителям, видевшим то, о чем он пишет (или говорит); к создателям анализируемых произведений; к аудитории, которая непосредственно не знакома с предметом, но интересуется искусством; к коллегам-теatroведам; к будущим исследователям театра» [Гаранина 1970: 8]. Подобных взглядов на аудиторию профессиональной критики придерживается и М. С. Каган. Первым адресатом критики он называет художника, вторым—публику. Третий адресат, находящийся частично за пределами художественной культуры, но оказывающий на нее непосредственное влияние,—организаторы художественного производства (руководители театров, киностудий, концертных организаций, музеев, издательств, а затем и руководители всей государственно-политической, культово-религиозной, идеологической жизни общества, которые рассматривают искусство как инструмент политической и идеологической деятельности). М. С. Каган называет и четвертого адресата—это ученые, занимающиеся изучением искусства (искусствоведы, психологи, социологи, эстетики) [Каган 2001: 119].

Другое дело, арт-журналистика, отвечающая за презентацию произведения массовой аудитории, рассматривающая художественное событие в контексте общественной или светской жизни, стремящаяся популяризовать художественные смыслы, сделать произведение искусства доступным пониманию большинства. Например, в программе «Поговорим о театре» (радио «Град Петров», эфир от 27 января 2017 года) известный театральный критик, театровед, эксперт театральных премий «Золотой софит»-2016 и «Золотая маска»-2017 Евгений Авраменко рассуждает следующим образом: «Газетная рецензия на спектакль направлена на зрителя. Потому что газету читают простые читатели. Конечно, ее могут читать и актеры, и режиссеры. Но очень сложно в коротком газетном формате, если у тебя есть какие-то большие претензии к спектаклю и ты обращаешься к творцам этого спектакля, и выразить претензии, и дать советы. <...> Таким задачам в театре соответствует другой жанр, а именно, устное обсуждение спектакля на труппе. Это закрытое, как правило, обсуждение. Как раз там критик обращается именно к создателям, он разбирает роли, говорит о режиссерском замысле, как он его понял...».

Наконец, художественная критика и арт-журналистика имеют принципиальные различия в способах и средствах трансляции оценки художественного объекта, факта или события культурной жизни. Чрезвычайно значительна в этом отношении, на наш взгляд, позиция доктора искусствоведения, профессора Московской консерватории Т. А. Курышевой, которая считает, что критика – это особый тип оценочного мышления, а журналистика – форма деятельности, где критик может реализоваться, что говорит о слиянии и тесном взаимодействии этих двух явлений» (Курышева Т. А. Про нас и про журналистику. Факт или мнение? / <http://www.stinfa.ru/?id=59264>. Дата обращения: 03.08.2018).

Требования к оценкам критиков чрезвычайно высоки. Как утверждают Б. Ф. Егоров, В. В. Перхин, критическая оценка выигрывает при ее сочетании с оценкой исторической. «Любимый метод критика – сопоставление двух художников или писателей, чтобы показать смену парадигм» [Карден 1999: 226]. Итак, критик должен быть аналитиком особого типа: «аргументированность, доказательность критического суждения – неперменный признак профессионализма, научности критики» [Перхин 2001: 5]. Словом, можно согласиться с одним из самых талантливых литературных критиков второй половины XX века Ю. Селезевым, который вслед за М. Горьким сказал, что необходимо, чтобы критик был талантливее художника, хорошо знал историю и быт своей страны, и вообще был интеллектуально недосыгаем [Селезнев 1985: 19]. Эти высочайшие требования вполне оправданы, если вспомнить, что, по Перхину, доказать оценку – это значит:

- 1) выявить существенные черты художественного произведения;
- 2) установить его связи с другими явлениями в творчестве писателя и в литературе (будем рассматривать это положение, как и другие, относительно не только литературного процесса, но искусства в целом; таким образом, перефразировав, скажем: установить связи художественного произведения с другими явлениями в творчестве художника (в широком смысле этого слова) и в данном виде искусства (литература, музыка, театр, живопись, скульптура и т. д.);
- 3) показать связь с действительностью;
- 4) объяснить причины появления;
- 5) дать выводы, воздействующие на читателя.

Наконец, еще одно важное различие должно быть учтено. Журналистские арт-публикации, адресованные массовому читателю, появляются не только в специализированных, но и в общественно-политических

и массовых изданиях. Критические – в специальных, предназначенных для аудитории, владеющей знаниями, необходимыми для профессиональной ориентации в той или иной сфере искусства. Следовательно, язык художественной критики – это язык экспертного сообщества.

Резюмировать сказанное, на наш взгляд, можно перефразировав давнюю формулу, изобретенную в середине XIX века англичанином Уолтером Пейтером: в работе критика первенствует интеллектуальная рефлексия, журналист руководствуется ощущениями.

В завершение размышлений о структуре и содержании АМД необходимо сказать, что все зафиксированное нами многообразие журналистских произведений представляет три основных интенционально-стилистических подтипа медиатекстов: познавательный; аналитический; рекламный.

Познавательные тексты, т. е. просветительно-аналитические тексты – стартовая часть медийного арт-гипертекста. Их задачи: информирование аудитории о разных сторонах события («что, когда, где случилось, по какой причине, кто и что сказал о событии») или «оценочное комментирование» и последующий «оценочный анализ».

Как правило, авторы соответствующей медийной продукции свою задачу видят в необходимости создания особого культурного пространства, которое необходимо для развития творческих задатков человека, расширения его эмоционального опыта, для духовного развития. Достаточно часто издания данного типа являются специальными, специализированными, адресуются просвещенным любителям, интеллектуалам, ценителям высокого искусства, способным вступить в диалогические отношения с искусствоведами, литературоведами, критиками-профессионалами, предлагающими в доступной речевой форме массовой аудитории специальные знания. Именно такие случаи актуализируют проблему дискурсивной атрибуции текстов, которые создаются специалистами, адресованы «нишевой» аудитории – просвещенным любителям и профессионалам.

Но в последние десятилетия более активно развивается дискурсивный уровень, который представлен изданиями с доминирующей побудительно-осведомительной интенциональностью, ставящими перед собой иные задачи: информационно-пропагандистские прежде всего. Причем, в данном случае чаще всего речь идет о пропаганде ценностей общества потребления, при медийной презентации которых эстетические критерии не являются доминирующими. Это и есть арт-журналистика в собственном смысле слова – журналистика.

Арт-журналистика как второй дискурсивный уровень особенно активно эволюционирует в течение последних лет под влиянием европейского опыта и вызывает ассоциации с культторгом, существовавшим в советские же времена наравне с пром- и пищеторгом. Понятно, что провести отчетливую линию, разделяющую культурно-просветительскую и арт-журналистику, не удастся, но наличие двух названных доминант очевидно. Принимая условность термина, к арт-журналистским можно отнести медиатексты, сверхзадачей которых является презентация актуальных фактов и событий художественной жизни, трансляция в доступной для массовой аудитории речевой форме любых экспертных оценок и комментариев, ибо журналистский арт-дискурс сегодня уже не может быть нацелен только на решение культурно-просветительских задач, очень сильны воздействующие установки: развлекательные, рекламные, имиджевые и т. п.

Сегодня под «крышей» прижившегося в медийном пространстве термина оказывается и пиар- или сугубо рекламные издания, та же «диджей-журналистика», представленная изданиями типа дешевого мало-страничного петербургского «The Movie», предлагающего посетителям кинотеатров обзоры новинок на два месяца вперед, «Радио и телевидение», «МУЗОН», московская театральная газета «ДА» («Дом актера»). Сюда же можно отнести и имитирующий качество развлекательный по типу текстообразующей гиперинтенции «глянец», ориентированный на портретирование медийных персон, связанных с миром культуры и искусства («Караван историй», «Биография»).

Один полюс огромного и весьма разнообразного текстового массива, создаваемого в процессе формирования имиджа коммерческого объекта, публичной персоны или образа государства, города – издания типа журнала «Эстет», намеренного, если верить редакционному предуведомлению, «помочь своему читателю обрести комфортное место – своеобразное экваториальное пространство между журналистикой снобов и журналистикой тотального гламура» или упрощенный по интенциональным характеристикам издательский проект «Глянец» – «стилеобразующий журнал класса *premium* о Москве и москвичах» и «Divan Magazine», публикующий «вкусные и яркие фотосессии», на другом – более откровенные в установках на формирование потребительского спроса «Музыкальный Клондайк» («о фестивалях и конкурсах в России и за рубежом»), «Партнер», презентующий российские «организации и учреждения культурно-досуговой сферы», «Городские кассы», подробно информирующие о культурно-развлекательной жизни столицы,

новостное интернет-издание, посвященное событиям в мире шоу-бизнеса, «Газета. Ru» или солидный «Мир искусств» – «вестник Международного института антиквариата». Наверное, при использовании термина «арт-журналистика» встает вопрос и о возможности включения в обозначаемое, т.е. отнесение к журналистским текстам рекламной классической пиар-продукции, к созданию которой, например, вплотную подошла пиар-служба Санкт-Петербургского музея современного изобразительного искусства «Эрарта», размещающая в экспозиционных залах листовки, в которых предлагается профессиональная интерпретация наиболее значительных экспонатов.

Сюда же, видимо, можно отнести и принципиально новое явление, каким можно считать систему журналистских произведений, включенных в стратегические коммуникации в сфере культуры, рассчитанных на эффект, связанный с достижением определенных, а иногда и весьма специфических бизнес-целей. Побудительная интенциональность этих текстов связана с установкой на решение определенных бизнес-задач.

При стремлении к точности в описании сложившейся ситуации следует отметить, что взаимодействие всех перечисленных дискурсных сегментов с наибольшей наглядностью и системно проявляются в медиатекстах, которые создаются для обслуживания современного литературного процесса. Литературное произведение, точнее, книга сегодня в журналистских текстах все чаще представлена отнюдь не как литературное или культурное событие, но как товар. Адресат – уже не читатель, но потребитель, покупатель абсолютно откровенно и беззастенчиво или скрытно навязываемого продукта. Как следствие, реальным организатором литературного процесса становится издатель с его пиар-проектами, которые почти поглотили традиционную литературную критику. Ядро любого пиар-проекта – *пиар-акция* (презентации, пресс-конференции, репортажи, премиальные игры). Вот это, наверное, и есть новая жанровая форма, созданная не столько для отражения литературного процесса, сколько для влияния на него, для знакомства аудитории потенциальных потребителей с литературным произведением как с новинкой книжного рынка.

Журналист в новых условиях становится непосредственным представителем агрессивного издателя. Сегодняшнее видение фигуры участника этой части медиарынка (автора, персонажа) принципиально отличается от аналогичных представлений прошлых эпох – профессионализм перестал быть его ключевой характеристикой, равно как широ-

кая осведомленность, уважение к чужому мнению, бережное отношение к первичному тексту, о чем мы уже писали.

Хотя все же продолжают существование и качественные арт-издания с более сложной интенциональностью, как следствие, с достаточно сложной речевой концепцией (программой), определяющей речевой облик издания. К такого рода медиапродуктам принадлежат не только «Литературная газета» или контент телевизионного канала «Культура», но и издания корпоративные, речевой облик которых формируется под влиянием интенций инструментальных, в наивысшей степени и с наибольшей очевидностью связанных с текстовыми проявлениями категории авторства и, отчасти, с типом адресата.

Оценочность как институциональная характеристика АМД

Оценочность – неперенная особенность профессиональной деятельности арт-журналиста, которая определяется не только и не столько общей установкой современных медиа на формирование аксиологических представлений массовой аудитории, сколько феноменологическими характеристиками дискурса. Профессиональная деятельность арт-журналиста, содержание и форма речи/текста определяются установкой на трансляцию собственного отношения к разным объектам, к актуальным проблемам и явлениям, необходимостью презентации и критики спорных позиций.

Известно, что оценочность как ключевая функциональная семантико-стилистическая категория представлена совокупностью разноуровневых единиц, способных выражать положительное или отрицательное отношение автора к содержанию речи. Это жестко прагматичная категория, которая напрямую определяется интенциональностью (авторскими целями, намерениями, мотивами).

Структура оценки (модальная рамка высказывания) включает следующие компоненты:

- субъект оценки (эксплицитный или имплицитный) – лицо или группа лиц, с позиции которых оценивается определенный предмет;
- предмет оценки – лицо, группа лиц, объект, событие, факт, положение дел;
- стереотипная модель, норма, шкала оценок (М. Вольф, Е. А. Баженова, В. А. Марьянчик и др.).

Субъектом оценки выступает журналист, выразитель интересов той

или иной социальной группы. Позиция и интересы «заказчика» органически включаются в оценочную базу и в известной степени предопределяют направленность оценивания идей, действий и явлений. Сравните с мнением Н. Д. Арутюновой, которая подчеркивает особую роль говорящего, чьими интересами, взглядами (социальными, этическими, эстетическими) оценка обусловлена, «и только по отношению к нему оценочное высказывание может рассматриваться как истинное или ложное. Оно лишено параметра объективной истинности» [Арутюнова 1997: 51].

Как любая иная, текстовая категория оценочности моделируется по полевому принципу. Ядерные (центральные) поля представляют собой совокупность разноуровневых языковых и текстовых средств, семантически и функционально наиболее значимых при фиксации и передаче авторского отношения к изображаемым объектам и событиям (М. Н. Кожина).

При создании ядерного поля могут актуализироваться разные типы оценок, начиная с общих, которые, по Арутюновой, «присуждаются по совокупности признаков», т.е. относятся к объекту в целом, отражают общее соответствие/несоответствие объекта идеальному образцу, выражаются с помощью прилагательных или наречий с оценочным значением плохой-хороший, плохо-хорошо (*Маяковский **очень качественно** переведен... Он **хорошо** донесен до мира, и мир знает Маяковского...* – Лит. газ., 2018. 18–24 июля. С. 4–5; Акутагава – один из лучших писателей Японии. – Лит. Рос. 2016. № 42. С. 3; *Нет, конечно, главное, чтоб у них было все **хорошо**. И у них и вправду все **хорошо**.* – Культура. 2015. № 21. С. 4).

Общая оценка (положительная и отрицательная) допускает разные интерпретации, нуждается в мотивировках. Общую оценку можно оспаривать. Для обоснования общей оценки используются разные языковые средства и текстовые приемы, транслирующие частно-оценочные значения, которые формируют периферийные оценочные поля.

Современная лингвистика, как известно, выделяет несколько типов частных оценок: сенсорно-вкусовые (*вкусный, твердый, подсолненный, ледяной*); психологические (*увлекательный, захватывающий, предвзятый*); этические (*жестокый, аморальный, коварный*); утилитарные (*полезный, пригодный*); нормативные (*стандартный, доброкачественный, радикальный, первоклассный*); эстетические (*красивый, прелестный, безобразный*); идеологические (*социалистический, буржуазный, капиталистический, народный*).

В арт-дискурсе представлены:

- психологические оценки (*Но уж если решиться говорить о Маяковском, то будучи абсолютно **уверенным** в своей в данный момент беспристрастности. Главное – это не быть **предвзятым*** – Лит. газ., 2018, 18–24 июля. С. 1);
- утилитарные (*А в название вечера вошел **старый** домашний адрес, где Александр Домогаров получил **первые** роли* – Лит. газ., 2018, 18–24 июля. С. 2);
- нормативные (*Успех книг писателя при его жизни был **уникальным*** – Лит. газ., 2018, 18–24 июля. С. 2);
- идеологические (*Эти произведения не бездарная **агитационная чушь*** – Лит. газ., 2018, 18–24 июля. С. 5).

Но бесспорная оценочная доминанта – оценки эстетические (*Финал картины **прекрасен** – мне он дарит ощущение могущества человеческой души* – Огонек, 2014, 16 июня. С. 37; *В центре стола окажется парижанин, **обворожительный**, как ему и полагается* – Огонек, 2014, 16 июня. С. 51). Причем, диапазон лексических средств, способных транслировать эстетическую оценку может быть в значительной степени расширен, потому что эстетический смысл может обрести слово, изначально лишённое эстетической ценности. Эстетический смысл может быть связан с суггестивными возможностями слова – со способностью вызывать эмоции, заражать определенным отношением к жизни; с гедонистическими (доставлять радость, приносить наслаждение); с коммуникативными (открывать читателю новые возможности для диалога с окружающей его реальностью, с автором), с эвристическими (способствовать открытию в изображаемой действительности нового, неизведанного) [Цветова 2016: 218]. Именно так понимали эстетику слова многие известные русские писатели, например, Н. В. Гоголь, утверждавший: «*Оно (эстетически значимое слово – Н.Ц.) укрепляет изнутри, сгоняет уныние и тоску, вырабатывает стойкость к большой обыденности* [Мильдон 1998: 7].

Оценка может интенсифицироваться/деинтенсифицироваться с помощью самых разных речевых и текстовых средств, например, с помощью хронотопа – характеристик времени и пространства, в которых происходят оцениваемые события или находится оцениваемый персонаж: *Только выдающиеся спектакли принимает с такой теплотой искушенная **петербургская** театральная публика* (о спектакле московского театра им. Вахтангова «Принцесса Турандот») (Театральный Петербург, 2013, № 12. С. 6).

Именно ядерные оценки задают тематический, композиционный и стилистический тип текста, его жанровые особенности, проецирую-

шие авторский замысел, цель и ответную реакцию адресата, т.е. особенности диалога субъекта оценки с адресатом. Специфическими интенциями, организующими оценочные жанровые модели, являются: оценка того, что происходило, происходит, будет происходить, того, что наблюдается, оценка чужих высказываний, оценка персон. Соответственно, можно выделить следующие жанры: «Оценка события»; «Оценка творческой деятельности», «Оценка положения дел», «Оценка чужого высказывания», «Оценка персоны».

Уже перечень оценочных жанров позволяет говорить о том, что оценочные жанры тесно спаяны с информированием, от него отталкиваются, потому что сама по себе оценка предполагает наличие объекта оценивания, а новостные жанры как раз и представляют этот объект.

Качественные журналистские арт-медиа-тексты, содержащие оценку, как правило, включают аргументацию этой оценки, поэтому, подчеркнем еще раз, в основном представлены в форме рассуждения (в отличие от информационных жанров, функционирующих главным образом в форме повествования и описания), проникнуты эмоциями убежденности, в них отражается эмоциональный отклик на ход исследования. Рассуждение становится средством обоснования, объяснения предлагаемой автором журналистского текста оценки предмета речи – события, деятельности, ситуации, персоны, высказывания.

Например: *Автор только что вышедшей в московском издательстве книги «Несправедливости наперекор» Абрам Хаит (первый коммуникативный шаг – информирование). Это книга добрая и несколько наивная (второй коммуникативный шаг – оценка события, факта). Автор рассказывает о том, как много в жизни хороших людей несправедливостей – маленьких и больших: от первых детских, школьных обид до неудач в любви и проблем на работе. И хотя жизнь главных героев действительно, что называется, не сахар – посыл у этой истории самый что ни на есть позитивный <...>. Одна из последних глав книги как раз о том, что в жизни все-таки есть справедливость. И чувствуется, что сам автор в это искренне верит* (третий коммуникативный шаг – рассуждение, аргументирующее оценку) (Лит. газ., 2018, 18–24 июля. С. 7).

Утверждение о том, что модальная рамка оценки в журналистском тексте является универсальной, в отношении к арт-дискурсу можно принять как условное. Действительно, при оценке всегда в той или иной форме присутствует субъект и объект, в любом языке оценка основана на представлении о норме, идеале, предполагает наличие оценочной шкалы и стереотипов, аксиологических предикатов, интенсификаторов/

деинтенсификаторов, дескриптивных характеристик объекта и т. п. Журналист использует те оценочные речевые средства, которые соответствуют характеристикам субъекта и объекта, варьируются в зависимости от критериев оценки. Семантика ядерной (центральной, доминирующей) текстовой оценки зависит от интенциональности текста, его жанровых характеристик и, наконец, от предмета оценки, кардинально влияет на отбор речевых средств, транслирующих оценочные смыслы.

Так, для общественно-политических текстов действительно характерна прямая общая оценочность, которая уточняется, вербализуется прежде всего с помощью идеологических (социальных) частно-оценочных значений.

В арт-журналистике категория оценочности имеет уникальное воплощение. Оценочные жанры в арт-текстах выполняют несколько функций: привлечения внимания, контактоустанавливающую, провокативную. Как правило, в этом типе журналистских текстов оценочные высказывания составляют сильные текстовые позиции: заголовок, лид и заключение.

Из интервью *«премьера Большого театра России, Народного артиста России»* Николая Цискаридзе (*«Большой новодел»*) в связи с открытием театра после масштабной реставрации.

*«Мне в детстве казалось, что там работают волшебники. У меня была мечта туда **прорваться**... Такого **сияния** я не видел потом нигде и никогда. Это было **потрясающее** по силе чувство. Мама, она была в зале, сказала, что я стоял очень близко к рампе и на моем лице застыло **«ааах!»**. Об этом все великие артисты, которые служили на этой сцене, пишут и говорят в интервью, признаваясь, что ничего **удобней, роднее, интересней**, чем это пространство, у них в жизни не было. Несмотря на всю тяжесть обстановки и порой даже гадостную атмосферу, которая бывала *«под шапкой»* Большого театра, для меня это пространство было **священным**»* (Театральный курьер, 2011. № 1 (140). С. 8).

В данном случае заголовок указывает на отрицательно-оценочную семантику текста. Трансформированный стереотип «Большой театр» включает существительное с негативной в современной речевой ситуации эмоционально-оценочной коннотацией – новодел. Мотивируется ядерная оценка противопоставлением современного и исторического образов Большого театра. Ядро оценочных значений, связанных с прошлым, – эпитеты (*потрясающее, великие, священный; гадостная*), выражающие разнотипные частные оценки (*удобный, родной, интересный*). Семантика этих эпитетов усиливается не только их включением в срав-

нительный оборот, восходящую градацию и антитезу, но и объединением в едином семантическом поле, центром которого являются концепты *волшебники, мечта (волшебная мечта)*. Положительная оценка прошлого аргументируется паратекстом, включенным в заголовочный комплекс – *Николай Цискаридзе, премьер Большого театра России, Народный артист России*. Паратекст подготавливает читателя к встрече с компетентным автором, релевантность точки зрения которого (основное содержание публикации) не должна подвергаться сомнению. Не менее важно для публикаторов материала то обстоятельство, что Н. Цискаридзе, привлекаемый в данном случае как эксперт – человек, вся творческая жизнь которого связана с великим Большим, что нейтрализует пафосные вне данного контекста номинации: *священное пространство, великие актеры*. Ту же функцию отчасти выполняет и цитирование, слова матери артиста вводятся в текст в форме косвенной речи, его восторженное восклицание (междометие, произнесенное с особой интонацией) в форме речи прямой.

Н. Д. Арутюнова отмечала, что постоянно эволюционирующая эстетическая оценка по-разному отражается в разных языках и культурах, в тексте может быть выражена как специальными языковыми средствами (словами, словоформами, специфическими словоформами, особыми типами простых и сложных предложений), так и текстовыми, начиная с отбора объекта для рецензирования, цитирования, метатекстовых операторов и заканчивая композицией текста (Е. А. Набиева). Усиливаясь оценка может версткой и разного типа иллюстрациями. Для выражения эстетической оценки чаще используются не эксплицитные, но и имплицитные средства:

Сюжет новой книги Ирины Муравьевой «Соблазнитель» (издательство ЭКСМО) только внешне и очень приблизительно можно сопоставить с набоковской «Лолитой». Хотя речь здесь и идет о любви между взрослым человеком и пятнадцатилетней девочкой-подростком, роман, по словам автора, стремится представить не только чувственный, но и духовный аспект этих отношений. «Соблазнитель» – это феерия эмоций, красивая история о любви в жизни и жизни в любви.

Выход книги Муравьевой – значительное событие для литературных эстетов и истинных гурманов слова. Нежное подражание классической синестезии Набокова, которое читается между строк «Соблазнителя», претендует на достойный критический отклик и гарантирует удовольствие от прочтения («Сноб», 2012. URL: <http://www.snob.ru/selected/entry/74202>. Дата обращения – 24. 04. 2014).

Эстетическая оценка рецензируемого художественного произведения автором текста является ядерной и декларируется: публикация книги И. Муравьевой – «*событие для литературных эстетов*». Эта декларация дополнительно аргументируется доминантой в ряду эпитетов с разными частнооценочными значениями *чувственный, духовный, нежное, наконец, красивая*. Доминирование эстетической оценки аргументируется интересами целевой аудитории, которую составляют *литературные эсты и истинные гурманы слова*. Оценка этой аудитории – в положительном-оценочных номинациях.

В данном случае предмет оценки спровоцировал использование слов в переносном значении (выразительных средств) как частно-оценочных: *фэерия эмоций, нежное подражание*. Языковая игра «красивая история о любви в жизни и жизни в любви» работает на создание положительного-оценочного семантического поля *жизнь-любовь*.

Но самым мощным средством оценки в данном случае становится интертекст – отсылка к роману Владимира Набокова, заключающаяся в констатации пусть *очень приблизительной* возможности соотнесения романа Муравьевой с *набоковской «Лолитой»*. Результат этого соотнесения – основанная на узкоспециальном термине «для избранных» оценочная метафора; *нежное подражание классической синестезии Набокова*.

Необходимо отметить и особую роль в АМД иронии как средства трансляции крайне отрицательной оценки под видом одобрения. В приведенном ниже примере ироническая оценка присутствует в сильной позиции конца текста, которая подготавливается, мотивируется парадоксальными аналогиями, гиперболой, антитезами:

Во втором действии режиссёр развивает свою мысль до междунородных масштабов: на балу у него появляется драпированный белый занавес – киноэкран, на котором зритель видит то картины бала, то идущие танки и стреляющие пушки... Двумя словами, война и мир. Пир во время чумы. Предчувствие Первой мировой – и пышный праздник. Падение российской монархии – и надевающий царскую корону пьяный русский граф. Желаящие могут провести параллели с другим балом – из самого знаменитого романа Льва Толстого. Но это уже – факультатив (Невское время, 2013, 26 февраля. С. 6).

Наиболее сложный, эстетически значимый вариант речевой репрезентации оценки в АМД, как правило, предлагают писатели, работающие в жанре рецензии с учетом высочайшего воздействующего потенциала образной природы литературного текста. В качестве примера мы предлагаем текст художественно-публицистический, эссе известного пе-

тербургского литератора А. Мелихова, посвященное–писателю М. Зощенко (эссе «Зощенко и Европа»–«Роковой (колючий) треугольник». СПб, 2013).

Сразу следует заметить, что текст привлекает читателя прежде всего конфликтностью базовой идеи. При вербализации этой идеи возник насыщенный оценочными смыслами подтекст, который при желании может быть извлечен и истолкован как упрек, адресованный советскому классику: *«Зощенко населил советское мироздание невероятно забавными куклами ... лишенными внутреннего мира»* (С. 9). Ниже эта конфликтность снимается цитатами из письма Зощенко: *«И я всегда стремился к изображению положительных сторон жизни. Но это было нелегко сделать–так же трудно, как комическому актеру играть героические образы»* (С.11). На стороне Зощенко и просто здравый смысл. Никому не приходит в голову, например, укорять мужчину за то, что он не желает носить туфли на шпильке. Зощенко «не носил» психологизма, ибо работал в жанрах, для которых детальная психологическая разработка характера была бы уничтожающей.

Но конфликтные смыслы–своеобразная провокация, подогревающая читательский интерес, удержание которого требует высокого литературного мастерства, проявляющегося и в структуре текста, и в технике литературного письма (средствах и приемах). Если попытаться наложить технологическую матрицу, созданную классической поэтикой, на мелиховский текст, то покажется, что в данном случае имеет минимальную оценочную нагрузку эпитет, как следствие, обладает мизерными типологическими различиями при ничтожной частотности. Так, ольфакторные эпитеты, ставшие особым знаком качества стилиевой манеры великого И. А. Бунина, у Мелихова отсутствуют вовсе. Не менее категорично Мелихов игнорирует и замечательный опыт С. Есенина. Почему художник добровольно отказывается от такого мощного воздействующего средства? Разве что тип творческой индивидуальности оправдывает этот отказ? Писатель-интеллектуал и должен был быть ориентирован на использование каких-то иных речевых средств для трансляции своего отношения к любому объекту.

Но при внимательном рассмотрении опыт Мелихова может быть воспринят как чрезвычайно поучительный, потому что этот опыт доказывает, что дело не в количестве и даже не в типовом разнообразии используемых образных средств, в данном случае эпитетов. Не бывает опрометчивых отказов от эффективных речевых технологий у профессионалов речи. Ведь даже в «пошлом» или, в терминологии М. В. Ломоно-

сова, «подлом» медийном тексте при наличии соответствующего стремления можно найти уникальные эпитеты значительной воздействующей силы: «*Супруге мэра достались самые сочные*» фирмы» (М. Чаплыгина). Современный медийный эпитет, как правило, одиночный.

Поэтика писательской публицистики намного сложнее. Только при поверхностном чтении заинтересовавшего нас текста А. Мелихова на секунду возникает ощущение, что он намеренно демонстрирует презрение к эпитету, жонглируя эпитетами языковыми, которые и лингвисты, и литературоведы называют «мертвыми»: *заступница самоотверженная, надежда робкая, эпоха неповторимая*. Но ощущение возникает, чтобы немедленно исчезнуть. Литератор, обладающий масштабным творческим опытом, прекрасно ощущает возможности замечательного изобразительно-выразительного инструмента, но использует их по-своему. На наш взгляд, уникальное чувство слова, оригинальная сверхзадача приводят Мелихова к концептуальному использованию наиболее распространенного в русской литературе XX века типа эпитетов – эпитетов цветowych.

В чем заключается концептуальность? Ключевая идея эссе «Зощенко и Европа» формализована уже в названии и в рефренах сильной текстовой позиции начала как антиномичная («*Уже смешно – где Зощенко и где Европа?*» (С. 7)). Как следствие, писательская мысль и воображение напряженно работают над созданием необходимых контекстов и над поиском серьезных аргументов для мотивации заявленной пространственной антитезы: *Советская Россия – Европа*. И создается эта антитеза с привлечением минимального количества цветowych эпитетов.

Мир Зощенко в трактовке Мелихова, советский «затхлый» мир – «*скучные картины городской жизни*», цветовой доминантой которого становится эпитет *серый* – «*серенький*». Единственным динамичным центром зарисовок российской жизни становится «*баба в сером трикотажном платке*».

А вот «Тамошняя иностранная жизнь, «европейские заоблачные выси» – мир «ночных баров», в которых «одного электричества горит больше, чем на 200 свечей» (С. 8), баров, принадлежащих обладателям «*ослепительных гардеробов*» – «*шелковых платьев*» и «*голубых подштанников*».

И далее все становится на свои места, все понятно. «*Блеск*» – вот обобщающая зрительное впечатление свето-цветовая доминанта, формирующая семантику сложного (многосоставного, многокомпонентного) концептуального эпитета. А писательским «приговором» этому эпи-

тету становится включение его в ассоциативное поле резюмирующей авторской оценки «зато *фальшь*» (С. 9), подготовленное нашим национальным языковым чутьем (вспомним многочисленные русские поговорки, имеющие отношение к данному проблемно-тематическому полю, например, «*Не все то золото, что блестит*»).

И становится понятно, что эпитет готовит авторское оценочное по сути резюме, приоткрывающее одну из тайн писателя Михаила Зощенко: «*Его скепсис носил не избирательный, но тотальный, экзистенциальный характер и относился ко всему роду человеческому, а отнюдь не к одной лишь шестой части суши*».

Так в результате системной эксплуатации всех стилистических возможностей только одного речевого средства формируется не просто оценка, но впечатление ее мотивированности.

В телевизионном арт-дискурсе рецензирование может осуществляться с использованием *невербализованной оценки*, которая способна передаваться по визуальным коммуникативным каналам при наличии вербализованной информации (оценочного или нейтрального свойства). Например, снисходительно-понимающий взгляд Ф. Разумовского, направленный на собеседника – З. Прилепина, ключевого персонажа диалога о Соловках в студии А. Максимова (Канал «Культура», 2014, 8 июня).

Подводя итог, повторяем, в современной арт-журналистике используется разветвленная система оценочных жанров и огромное разнообразие речевых средств. Оценочные жанровые модели формируются во взаимодействии смысловой позиции автора и жанровой гипотезы адресата. Оценочность вызывает необходимость обоснования ее для читателя и в каждом жанре осуществляется специфическим образом. Так, в классах текстов, призванных дать оценку событиям, выражается отношение субъекта оценки к происходящему и объяснение этой оценки. В жанрах, дающих оценку свойств и состояний явлений и объектов, выражается соответственно оценка свойств и состояний. В жанрах, направленных на оценку чужого высказывания, может оцениваться форма выражения и содержательное наполнение чужой речи, способ сообщения, интерпретация.

Успешная коммуникация обеспечивается использованием богатого арсенала оценочных интенсификаторов, способствующих формированию соответствующей жанру экспрессивности, обращенностью речи к читателю, интимизацией, побудительностью, активизирующей его мыслительную деятельность.

Дискурсивная речевая практика

Сложность создания общей характеристики обширной речевой практики, т. е. практики использования языковых средств и речевых приемов, в АМД определяется предельным многообразием текстов, этот дискурс формирующих.

Сегодня маркерами речевой специфики АМД принято считать, во-первых, особую роль в смысловой структуре текста «чужого слова»; во-вторых, лексико-семантическую группу специальных номинаций, определяющих уникальные характеристики произведения искусства, его образную специфику, особенности зрительского восприятия (например, в театральной журналистике – *мизансцена, костюм, грим, реплика, сценический образ* и т. п.); в-третьих, систему речевых средств, используемых для выражения эстетической оценки, ядром которой являются выразительные средства (*роман прозвучал как взрыв*), периферия может быть представлена оценочными словами-маркерами (*несравненный, выдающийся, сенсационный, грандиозный*); окказионализмами (*оскароценный* – о фильме), варваризмами (*балет – блокбастер*).

Доминирующая текстовая оценочная интенциональность провоцирует высокую частотность сложных предложений с придаточными разъяснительными, используемыми при мотивации транслируемых оценок, и наличие показателей связности текста – вводных слов и конструкций (Н. С. Гаранина, Л. Р. Дускаева, Е. А. Набиева).

Но выразительные возможности арт-медиа речи обусловлены не столько феноменальностью процесса метафоризации, сколько использованием экфрасиса как основного средства принципа интермедийности, т. к. одной из базовых задач арт-журналиста является репрезентация произведения искусства, его описание, без чего невозможны оценивание и интерпретация. Трудно спорить с теми, кто считает, что в АМД, в культурно-просветительской журналистике, экфрасис чаще всего становится основой произведения, ложится в основу авторской аргументации. «Медийное» представление об этом приеме сформулировал Л. Геллер: «Экфрасис переводит в слово не объект (это действительно невозможно) и не код <...>, а восприятие объекта и толкование кода» [Геллер 2002:10].

Блестящие образцы экфрасиса дала арт-журналистика Серебряного века. Например, М. Волошин демонстрировал высочайший профессионализм при репрезентации произведения живописи: обычно М. Волошин сначала определял тему-идею живописного полотна, а там, где возможно, развивал сюжетную линию, преодолевая статику изображе-

ния на полотне, создавал ощущение динамики: «Это была не картина, а сама действительность. Краски не были неподвижными, а переменялись и блестели; тонкие струйки теплого воздуха не переставая переливались, трепетали, и черные борозды пашни дрожали от их движения. Это было что-то такое ослепительно-яркое, живое, чуждое условности, точно в темную душную комнату сразу брызнули яркие лучи солнца вместе со свежим степным воздухом» [Волошин 2007: 334].

Техника создания экфрасиса под влиянием эволюции категории авторства и уточнения, локализации интенционально-стилистического статуса журналистского арт-текста меняется. Сегодня главное – трансляция оценки, поэтому современный автор в некоторой степени агрессивно, обозначая свою позицию в ироничном заголовке («*Селфи с оттенком меланхолии*»), предьявляет без какой-либо рефлексии свое право на интерпретацию произведения, активно демонстрирует собственную компетентность, восторженного тона избегает. К. Воротынцева, например, предлагает такое описание самого знаменитого автопортрета Дюрера: «*Нюрнбергский гений не скромничал: в 1500 году он написал свое самое известное изображение – фронтальное, вызывающее ассоциации с Христом. Именно Его образ обычно располагали анфас, тогда как лица персонажей светских полотен были повернуты в три четверти... Работа Дюрера – невиданный случай для Европы, где еще ощущалось влияние Средневековья и человеческая личность не имела привычной нам ценности... Как и на предыдущих картинах... здесь изображен прекрасно одетый молодой человек... Волосы аккуратно причесаны, на переднем плане – руки с нервными, тонкими пальцами. Лицо непроницаемо. Эта работа является еще и гимном симметрии, занимавшей умы художников той эпохи. Правда, гармонию нарушают три пряди, упавшие на лоб мастера, но и они в итоге только подчеркивают ледяное совершенство композиции*» (Воротынцева К. Селфи с оттенком меланхолии // Культура. 2016. № 18. С. 8). Очевидно, что одно требование к автору экфрасиса остается неизменным – требование высочайшей речевой компетентности. Не менее очевидны речевые погрешности, которые все-таки допускает наша современница, в отличие от классика, создавшего безукоризненный текст.

Степень проявленности и специфика текстовой фиксации каждой из перечисленных речевых характеристик зависят от многих факторов. Например, функционирование специальной и заимствованной лексики, как правило, обусловлено типом издания, в первую очередь, ориентацией на

адресата. Возьмем для примера текст, информирующий о московской премьере оперы «Пиковая дама» читателей бортового журнала «Flight»:

1 октября 2017 года в Москве состоится мировая премьера оперы-променада «Пиковая дама» на музыку Петра Ильича Чайковского. Классическая опера впервые предстает в иммерсивном формате: зрители будут полностью погружены в действие. В усадьбе Гончарова-Филипповых каждый уик-энд будет звучать живая музыка в исполнении солистов московских театров, хора и оркестра из 30 музыкантов. Структура оперы будет сохранена: три действия, семь картин и одна Пиковая дама, но во время представления зрители – числом 54, как карт в колоде, – находятся на авансцене в сопровождении танцовщиков балета. Проводником же в мир «Пиковой дамы» обещан сам Александр Сергеевич Пушкин – что бы это ни значило. Главным источником вдохновения создатели оперы-променада, творческая команда Altrulion, называют «Пиковую даму» Всеволода Мейерхольда 1935 года, а что вдохновит зрителей – узнаем после премьеры (Flight. 2017. Октябрь. С. 17).

По структуре данный текст представляет собой классическое информационное сообщение, речевая форма которого и выбор средств креолизации обусловлены типом издания, его речевой концепцией. Доминирует паратекст – фотография главной героини в усадебных интерьерах. Лексическая форма сообщения вполне традиционна. О включенности текста в АМД сигнализирует специальная лексика: *мировая премьера, опера, солист, хор, оркестр, действие, картина, авансцена, музыкант, танцовщик, зритель*. Очевидно, что большая часть приведенных специальных слов не являются узкоспециальными терминами и не требуют пояснений. Единственная проблемная зона возникает в связи с использованием терминологического словосочетания *иммерсивный формат*, но семантика этого словосочетания предьявлена в целенаправленном пояснении, границы которого обозначены двоеточием: *зрители будут полностью погружены в действие*. Для того чтобы убедиться в принадлежности текста АМД, достаточно сравнить его с фрагментом из текста специализированной монографии: *Цитата Атен из Саксонской литургии в мотиве Грааля «Парсифаля» Р. Вагнера задает новый тон смыслового звучания, «ссылаясь» не просто на музыкальный первоисточник, но на целую литургическую традицию [Денисов 2003: 124]*. Очевидно, что доминирование специальной лексики иноязычного происхождения в данном случае обусловлено, в первую очередь, ее номинативно-идентифицирующей функцией. Бросающиеся в глаза интригующие иноязычные номинации и варваризмы (*опера-променад, иммерсивный формат*,

уик-энд, Altrulion) в журналистском тексте – воплощение категории адреса. Все эти слова понятны большинству пассажиров международных авиарейсов, и, прежде всего, выполняют контактоустанавливающую функцию.

Арт-журналист должен обладать достаточной речевой компетентностью для того, чтобы понимать, что специфика дискурсного использования имен собственных в значительной степени зависит от качественных характеристик издания, учитывать существующие ограничения на использование в АД «ономастической контрабанды», звательных и иных экспрессивных форм имени собственного, сленговых и квазитопонимов. Правда, в дискурсе достаточно активно используется измененная формула русского антропонима, прежде всего, формула редуцированная, отражающая глобализационные процессы, современные техники коммуникации (прежде всего, корпоративное сближение коммуникаторов) и способствующая ускорению информационного обмена. Правда, классическая формула в АД тоже может выполнять не совсем привычную оценочную функцию. Известный и весьма убедительный пример такого использования представлен в статье О. Славниковой «Искусство не принадлежит народу» (Новый мир. 2000. № 3. С. 186): «*Критик Слава Курицын <...> объявил великий почин: всем народом собирать, пока не поздно, снимки и описания памятников Ленину Владимиру Ильичу*». Ироничное отношение автора к вождю пролетарской революции в данном случае зафиксировано в использовании «канцелярского», а не «культурного» порядка следования компонентов русского имени [Васильева 2009: 90].

Но в целом дискурс диктует не только вполне определенную функциональную ограниченность имен собственных, проявляющуюся в доминировании символической функции, но и развитие, расширение некоторых общепризнанных функциональных возможностей, концептуализацию процесса их использования. Так, арт-журналисты, как правило, отдают предпочтение прецедентным онимам-именам собственным, в значении которых обнаруживаются «культурно-исторические семы, фиксирующие связи семантики слова с соответствующим дискурсом» [Васильева 2009: 23]. «К этой группе относятся широко известные имена собственные, которые могут использоваться в качестве особых культурных знаков, своего рода символов определенных качеств» [Нахимова 2011: 42].

Убедиться в этом позволяет анализ особенностей использования собственных имен в текстах И. Райскина (газета «Мариинский театр»). Наи-

более показательный случай – статья, открывающая юбилейный номер издания, посвященная 25-летию возвращения театру его исторического *былого славного* имени – *Мариинский*. Первое, что необходимо отметить, в статье ни разу не упоминается название советской эпохи – Кировский театр. Игнорирование имени, которое любители и почитатели классического искусства до сих пор помнят во всем мире (*Киров-балет, Киров-опера*), является программным для журналиста, который не приемлет идею непрерывности истории знаменитого творческого коллектива. Его сверхзадача – восстановление новейшей истории театра. И основные этапы этой истории фиксируются в динамике системы номинаций. Сначала *далекое вчера* – *Мариинский единственный*, существование которого было связано с именем *Юрия Хатуевича Темирканова*.

Потом *первые три года <...> перемен одновременно благодетельных и разрушительных*. Итог этих перемен – год первой победы: американский журнал «*Vazzar*», представил публике *маэстро, который помог Мариинскому занять свое место среди таких мировых гигантов, как Метрополитен опера и Ла Скала*. Сегодня *Мариинский – это лейбл*, представленный целой системой имен собственных, символизирующих современную музыкальную и театральную жизнь не только северной столицы: названия *монографических фестивалей, декад, общедоступных променад-концертов, метафорическая номинация малеровский Байройт, Вагнер, Стравинский, Барток, Прокофьев, Шостакович, Бриттен, Вайнберг, Щедрин, композиторы-петербуржцы, наши современники*.

Третье время – будущее. Это время *многопрофильного мультимедийного музыкального центра*.

Нынешний и завтрашний Мариинский для И. Райскина – *империя*, символизирует которую имя *художественного руководителя – маэстро Валерия Гергиева, одного*. По сути, И. Райскин показывает, как в пределах одного текста с помощью системы собственных имен в сознании читателя может быть сформировано или откорректировано «мысленное досье» (А. Д. Шмелев) на один из наиболее значительных в современной мировой культурной жизни арт-объектов. Основным средством формирования становится имя собственное.

Только периферия АМД демонстрирует возможность использования собственных имен, прежде всего, арт-персон в заголовках для привлечения читательского внимания: *М. Ростовский. Режиссер Серебренников и призрак «сильной руки». В «Гоголь-центр» нагрянули ревизоры* (Московский комсомолец. 2017. 31.05–7.06. С. 6).

Не менее значительна и феноменальна в АД роль цитат – «выдержек из устного или письменного текста, требующих если не абсолютной точности, то минимальных изменений содержания, характеризующихся смысловой завершенностью, графическим обозначением (кавычки, курсив, другой типографский способ) и ссылкой на используемый источник/автора» (Даирова К. Н.) [Цит. по: Варченко: 9]. Как правило, исследователи особенно внимательны к использованию в медиаречи цитат, обладающих прецедентностью, как базы для языковой игры (С. И. Сметанина).

И действительно, таких вариантов текстопорождения много, в первую очередь, они представлены в культурно-просветительском сегменте дискурса, т. к. требуют определенной искушенности и читателя, и автора. Трансформация прецедентного высказывания требует определенных творческих способностей автора и хотя бы минимальной общекультурной осведомленности читателя:

Светлана Немоляева и Александр Лазарев. Эхо друг друга (Биография. 2016. № 5. С. 14);

«Опричник» на перепутье (Мариинский театр. 2016. № 3–4. С. 8);

Сила судьбы Екатерины Семенчук (Мариинский театр. 2015. № 5–6. С. 1);

Коренной перелом? (Литературная газета. 2018. № 29. С. 1);

Библиотечный зов (Русский пионер. Литературный иллюстрированный журнал. 2012. № 6(24). С. 52);

Откуда в испанце российская грусть... (Петербургский театра. 2017. № 2. С. 33)

Казнить нельзя, помиловать (Империя драмы. 2010. № 37. С. 3).

Савва Великолепный (Свой. 2016. Октябрь. С. 12).

Но в арт-дискурсе типологические характеристики и функциональные возможности цитаты в значительной степени расширены. Цитаты даже в заголовочных комплексах совокупных газетных (журнальных) текстов выполняют не только рекламную функцию т. к. не всегда обладают прецедентностью. Достаточно часто цитируются высказывания персонажей, чьи имена не столь известны массовой аудитории или только вводятся в дискурс. Но всегда цитаты транслируют «ассоциативную информацию», сообщают тексту двуплановость (В. Варченко), заставляют задуматься, именно поэтому выносятся в сильную позицию – в заголовок:

Нурали Латыпов: «Книга хранит в себе тепло» (Читаем вместе. 2015. № 10. С. 10);

Алексей Морозов: «Люблю переиначивать реальность!» (Петербургский театр. 2017. № 2. С. 38);

Виктор Вержбицкий: Михалков снимает кино в силу внутренней необходимости» (Культура. 2016. № 44. С. 6);

Чулпан Хаматова: «У меня совершенно отсутствуют актерские амбиции» (ОК! 2015. № 48(467));

Наталья Крачковская: «Мой любимый ждет меня там...»;

Михаил Ульянов: «Есть такое место, которое называется Родина» (Биография. 2016. № 5).

Чаще всего такие заголовки транслируют жизненное или профессиональное кредо художника:

Владимир Гостюхин: «Верю в православный социализм» (Культура. 2013. № 33. С. 3); *Владимир Варнава: «Мне нравится сложность»* (Петербургский театр. 2017. № 2. С. 14);

Кира Муратова: «Социалку не люблю: время само из тебя лезет» (Новая газета. 2009. № 89. С. 21);

«Мне думается, что самое интересное в искусстве – личность художника, и если она оригинальна, то я готов простить ему тысячи ошибок. Сомерсет Моэм (Мысли (!). 2017. № 1).

Неавторизованная цитата, вынесенная в заголовок, может стать средством концептуализации журналистского материала – выражать основную мысль, как правило, неожиданную, парадоксальную, развернутое комментирование которой осуществляется в лиде:

«Мы еще не потребители». Андрей Кончаловский стал лауреатом премии «Звезда театра»-2016 как постановщик спектакля «Вишневый сад». На торжественной церемонии режиссер побывать не смог, поскольку находился в этот момент за рубежом (Театрал. Театральные новые известия. 2017. № 1(145). С. 9).

«Россия хранит золотые запасы мракобесия». Владимир Сорокин посвятил Андрея Архангельского в тонкости своей литературной кухни (Огонек. 2017. № 12 (5459). С. 13).

Редко, но все-таки встречаются особые творческие удачи, когда в заголовке оказывается цитата, способная стать афоризмом:

Антон Хабаров: «Будь собой, все остальные места уже заняты» (Культура. 2018. № 7. С. 12).

Анализ обширной и разнообразной речевой практики в современном российском АМД по каждому из обозначенных в начале раздела направлений не только подтверждает существование определенной дискурсивной специфики, но и заставляет задуматься о влиянии на речевой

облик арт-изданий вынужденного дрейфа журналистики, посвященной искусству, национальной художественной культуре, в сторону сферы развлечений, необходимость выполнять торгово-посредническую или откровенно развлекательную функции, предполагающие актуализацию побудительно-оценочных речевых жанров, предназначенных легкомысленному, не склонному к рефлексии, не очень образованному и совсем не любознательному человеку, основной личностной характеристикой которого является потребительский инстинкт. Данное направление развития дискурса обусловило и определенную популярность мультимедийного контента, и увлеченность «картинкой», которая может в некоторых случаях подавлять значение вербализованной части АМТ, характерные для современной журналистики, хотя феноменальность дискурса все-таки до сих пор не позволяет этим характеристикам стать доминирующими.

Но существуют арт-издания, авторам которых удается речевую форму, соответствующую традиционным представлениям о стилистике культурно-просветительского дискурса, адаптировать к новым задачам и функциям. В Санкт-Петербурге к такого типа изданиям можно отнести газету Мариинского театра, издающуюся с 1994 года. Доминирование осведомительной интенциональности как гипертекстовой позволяет считать данное издание культурно-просветительским.

Генеральная осведомительная интенция задает реальный модус анализируемого совокупного газетного текста (мы проанализировали совокупный газетный текст «Мариинский театр–2013. № 7–8») т.к. во всех представленных в анализируемом номере речевых жанрах речь идет о свершившихся и совершающихся событиях: *«Мариинский-2 продолжает открывать новые возможности для слушателей»*, *«с Мариинским театром Ольгу Бородину связывает половина жизни»*, *«состоялась долгожданная премьера сезона – опера Родиона Щедрина «Левша» и т. д.*

Предметное (проблемно-тематическое) содержание совокупного газетного текста также целиком и полностью соответствует доминантной осведомительной интенции культурно-просветительского издания, которое должно информировать читателя о наиболее значительных событиях, связанных с жизнью Мариинского театра, среди которых творческий вечер О. Бородиной, премьера оперы Р. Щедрина «Левша», премьерный показ киноверсии «Иоланты» с А. Нетребко, открытие восьмого сезона в Концертном зале Мариинского театра, второго фестиваля «Опера-всем» и т. д.

Кульминацией гипертекста является обзор разных точек зрения на

последнюю премьеру Мариинки – оперу Р. Щедрина «Левша».

Смысловых опор этой публикации – три. Они даны в соответствии с программным высказыванием В. Гергиева, фрагмент из интервью которого и открывает обзор: «*Театр создают лидеры!*!». В соответствии с этой «программой» выделены три собственных имени – Николай Лесков, «*не самый громкий ... и не самый читаемый ныне*» «автор узорчатой, переливчатой, антикварно-драгоценной» прозы, Родион Щедрин, «*потомок старинного священнического рода*», самый русский из современных композиторов и Валерий Гергиев, подаривший «*бесподобное прочтение*» музыкальной партитуры, «*фантастическое проникновение в материал*!». Правда, в поле притяжения этого имени попадает целая группа создателей спектакля – оркестр, постановщик, художник-постановщик, художник по свету, по костюмам, что вполне естественно для зрелищного типа музыкального искусства, которым и является опера, наконец, исполнители главных партий.

Согласно генеральной интенции в данном случае представлен оценочно-событийный речевой жанр, который отводит воспроизведение акта исполнения музыкального произведения на текстовую периферию. Ядром каждого из выделенных смысловых центров является оценка одного из трех компонентов художественного произведения: его литературной основы, музыкальной составляющей и сценического воплощения. Интересно, что композиция материалов ключевых рецензентов, в текстах которых оценки аргументированы, отвечает данной логике: В. Александров предлагает замечательную по глубине постижения лесковского текста интерпретацию оперной фабулы, Д. Циликин сосредоточен преимущественно на конгениальных Лескову изумительных находках Щедрина, Е. Хакназаров – на художественных достижениях «команды» Гергиева. Основным средством обоснования эстетической оценки становятся описания, в которых доминируют художественные элементы. Так, успешный дебют К. Алиевой, исполнившей оригинальную партию Блохи, оценивается не только с использованием эпитетов («*хрустальное и невесомое сопрано*»), сравнений («*звенящее как небесные колокольчики*»), но удивительно тонкой и соответствующей стилистике музыкального материала образной аналогии: «*с таким звуком должны падать росинки на подмерзшую траву осенних утренников*» (Е. Хакназаров).

Эстетическая чуткость, чувство материала у авторов большинства вошедших в этот раздел рецензий настолько значительно, что они не могут преодолеть власть первотекста, в результате используют некоторые

лексико-грамматические элементы стилизации: герой оперы *«озорует, за морями»*, среди которых особо упоминается *«Твердиземное»*; предлагают ему невест «аглицких», пытавшихся очаровать провинциального русака *«канцонами любовными»*. Славный атаман Платов вспоминает о *«досадной укушетке»* и т. д. Д. Циликин утверждает, что музыка Щедрина *«как бы укрупняет лексические невероятии»*. Рецензенты убеждают читателя в том, что презентация щедринского музыкального произведения невозможна без опоры на лексемы такого типа, презентующие первоисточник.

Но при очевидных сюжетных, композиционных, лексико-грамматических отличиях кульминационного фрагмента совокупного газетного текста от вводного интенционально эта публикация близка работе Н. Тамбовской. Эта работа открывает анализируемый номер, прямо соответствует сверхзадаче издания: создание образа уникального современного национального театра, во главе которого беспредельно преданный искусству Мастер. Разница же задается жанровой спецификой, которая не касается хронотопа (изображения времени и пространства), образа адресата.

Уникальность хронотопа определяется особенностями создаваемого Валерием Гергиевым театрального пространства, которое, с одной стороны, отличается беспрецедентной открытостью, соответствующей заявленной в сильной позиции гипертекста (в творческом портрете О. Бородиной) *«неизбежной интернациональной тенденции»*. Открытость имеет несколько проявлений. Мариинка сегодня – это не только три стационарные, «именные» сцены, но и фестиваль «Опера – всем», и Собинский фестиваль в Саратове, и «Белые ночи в Перми», и музыкальные события, отраженные в приложении «Окно в Европу»: «Русские сезоны в Нью-Йорке», оперные вечера в Зальцбурге, открытие сезона в Торонто, 200-летие Джузеппе Верди, конкурс молодых певцов Елены Образцовой.

С другой стороны, театрала, знающего о театральной конкуренции, не удивляет исчезновение из этого пространства Большого театра или разговоры сугубо в критическом ключе о событиях, связанных с Петербургским же Михайловским театром. В анализируемом номере ключевым оценочным словом, вынесенным в заголовок «петербургской хроники» А. Мурсаловой, становится существительное *«китч»* («Торжество китча. «Летучий голландец» в Михайловском»).

Не менее интересно и субъектное заполнение данного пространства, структура ключевых персонажей. Бесспорный лидер – Валерий Гергиев, но сила лидера в единстве его окружения, в абсолютной подчиненно-

сти каждого общему делу. Для того чтобы в этом убедиться, достаточно посмотреть рубрику «In memoriam», посвященную артистке миманса Р. Н. Тер-Микаэлян. Смысловым центром текста в данном случае становятся две главные, с точки зрения автора текста (И. Райскина), характеристики героини – *«творческая увлеченность»* и *«ответственность за порученное дело»*. Завершается текст редким для данного издания побуждением – прямым обращением к читателю: *«Взгляните на ее лицо, вспомните доброго, хорошего человека, талантливую артистку, чей скромный труд, по слову поэта, «вливался в труд моей республики»*.

Авторы «Мариинского театра» за редчайшим исключением вступают в партнерский диалог со своей публикой, не допуская ни снисходительности, ни панибратства, ни малейшего превосходства. Ярче всего эта установка проявляется в лексической форме совокупного газетного текста, которая соответствует в первую очередь принципам точности и доступности. Именно поэтому, как нам кажется, вопреки ожиданиям, на страницах «Мариинского театра» практически не встречаются узкоспециальные термины. Речевое пижонство позволяет себе только К. Матвеев: например, упоминание о *«нотах, записанных в немецкой нотации»*, банальная сентенция о временах, когда *«народ в стране не знал, кто такой Фрейд»*, интонации *«отвязного языка танцплощадки»*. Кстати говоря, это единственный автор «Мариинского театра», не обладающий необходимой для работы в издании такого типа речевой компетенцией, потому подготовленные им материалы резко выделяются на общем фоне своим несоответствием речевой концепции издания.

Образ читателя, адресата в данном случае также уникальная текстовая единица, отражающая характер предлагаемого качественным, петербургским, культурно-просветительским театральным изданием, диалога «автор-читатель». Адресат в анализируемом совокупном газетном тексте представлен несколькими номинациями: *публика; зрители; петербургский зритель; любители театра; театральные завсегдатаи и те, кто приближается к этому искусству впервые*. Публика Мариинского театра обладает целым рядом особенностей: многочисленная (*«двухтысячный зал новой Мариинки, заполненный почти до отказа»*), внимательная, хорошо подготовленная к восприятию происходящего на сцене, *трогательно-торжественная, нарядно одетая, удостоивающая аплодисментов*, влюбленная в свой театр (В. Степановская: *«Зрители приходят сюда, чтобы погулять по воздушным лестницам, посмотреть экспозицию театральных костюмов, любовно дотронуться до светящихся ониксовых стен»*). Возможно, высочайшая требовательность авторского

коллектива к речевой форме газеты – это дань уважения к публике.

Интенционально-стилистический статус стратегических коммуникаций в АМД

Для традиционного гуманитарного сознания характерно соотнесение изначального представления о стратегических коммуникациях с бизнес-сегментом медийного пространства. Но границы общества потребления постоянно расширяются, бизнес-отношения становятся всеобъемлющими и грозят поглотить медийное пространство полностью. В результате уже сегодня можно утверждать, что львиная доля информационных текстов, транслируемых медиа, рассчитана на эффект, связанный с достижением определенных, а иногда и весьма специфических бизнес-целей.

При этом, кажется, совсем недавно вышла книжка С. Глазковой, посвященная арт-пиару. В полном соответствии с установками традиционного гуманитарного сознания в этой работе представление об арт-пиаре соотнесено с бизнес-сегментом медийного пространства. В этом сегменте, с точки зрения исследователя, всего несколько лет назад доминировали тексты аукционных каталогов и выставочные пресс-релизы. Осведомительная интенциональность текстов такого типа презентовалась в стереотипной стилистике креолизованного (поликодового) текста. Массовую аудиторию такой текст привлекает, как правило, визуальным компонентом: качественной печатью уникальных репродукций.

Эти текстовые варианты пиар-продукции сохраняют свою актуальность, например, в пиар-деятельности музея «Эрарта». Но в современном арт-пиаре с невероятной интенсивностью проявляются несколько новых тенденций. Побудительная интенциональность, связанная с установкой на решение определенных бизнес-задач, сегодня характерна для значительной части журналистских арт-медиа-текстов, формирующих современный публичный арт-дискурс, что является аргументом в пользу обобщения Владимира Березина: «Культура, согласно демократическому голосованию платежом, стала полностью демократической» [Березин 2013: 306].

Первая тенденция «демократизации» – появление функциональных изменений, провоцирующих размывание сегментных границ в пределах АМД. Всего пару лет назад мы точно знали, что арт-пиар целенаправленно занимается созданием образа или имиджа участника арт-рынка, является средством борьбы художников, галеристов, издателей за этот самый рынок. Сегодня, даже уважаемая театрами Санкт-Петербурга

корпоративная газета «Мариинский театр» «издается на правах рекламы». Хотя, несмотря на заявленную инициированность информации, совокупный газетный текст формируется с использованием блестящих журналистских материалов, фотожурналистских в том числе. В принципе выявленная нами из подтекста гиперинтенция, связанная с созданием уникального образа театра-дома–гиперинтенция пиаровская, потому что связана с самопортретированием театрального пространства, ключевой фигуры которого является художественный руководитель Мариинского–Валерий Гергиев. Побуждение-приглашение к освоению всего этого пространства прочитывается в каждой строчке «Мариинского театра». Газета является основным инструментом производственной, профессиональной деятельности пресс-службы театра, которая работает над увеличением посещаемости всех театральных мероприятий, а не только тех, в которых непосредственно участвует сам Гергиев.

Вторая тенденция – изменение смысловой структуры текстов, формирующих данный сегмент АМД. Эта тенденция имеет огромное количество проявлений. Например, в завершение 2018 года, как заявили журналисты двух федеральных каналов, резко подскочили интернет-продажи поэтических сборников Ивана Жданова и сочинений литературоведа и критика Виктора Куллэ. Основание для увеличения продаж – активное тиражирование информационных сообщений о том, что несколько дней назад *«поэт госпитализирован с ножевым ранением после ссоры с литературоведом»*. Ясно, что в данном случае бизнес-эффект спровоцирован дискурсивной принадлежностью имен, но не событий.

Или на этой в сетке вещания нескольких каналов неожиданно возник фильм В. М. Шукшина «Калина красная». Пиар-подготовкой стали многочисленные информационные сообщения о том, что Л. Федосеева-Шукшина официально зарегистрировала свой седьмой брак с известным шоуменом Бари Алибасовым.

Такого рода смысловая деформация часто происходит в результате подключения арт-менеджмента к решению и оформлению пиар-задач. Традиционно арт-менеджер занимает позицию организатора арт-рынка, если и числится участником арт-процессов, то ему отводится периферия. Но сегодня успех арт-проекта часто гарантируется вполне определенными способностями ключевой арт-персоны выполнять менеджерские функции. Арт-персоны участвуют не только в создании идеологии арт-события, но и в самом событии, направленном на организацию предпродажной подготовки арт-продукта, в привлечении капитала, необходимого для его производства.

В этом отношении показателен опыт Петербургского культурного форума 2018 года. В разного рода мероприятиях, по отчетам в СМИ, приняли участие почти 36 тысяч человек. Продолжались события, включенные в программу, четыре дня. Но медиасимпатии собрал худрук Пушкинского театра Валерий Фокин. Ожидаемым был эффект от двух связанных с ним информационных поводов: юбилейного и премиального. Но «основное событие» второго, ключевого, в предельно информационно насыщенного дня, как настаивают СМИ, произошло на «деловой площадке» форума – в Этнографическом музее. В Этнографическом музее были торжественно подписаны В. Фокиным соглашения о сотрудничестве с ТАСС – понятно, это информационное сотрудничество; с ФПК – федеральной пассажирской компанией (совместный проект для культурного туризма и план освещения театральных событий в корпоративных изданиях); самое интересное – с футбольным клубом «Зенит». Смысл этого взаимодействия раскрыл президент клуба С. Фурсенко: «У клуба 1700 юных футболистов. Они могут занять сразу весь зал театра»

Эти соглашения имели мощную пиар-подготовку, идеология которой вполне соответствует системе стратегических коммуникаций, создаваемой сегодня Александринским театром. Специалисты аккумулируют опыт Мариинского, соответственно, европейский опыт и блестяще используют современную коммуникативную ситуацию, которая создается под влиянием всеми осознаваемой необходимости культурного диалога с Европой.

Журналистское пиар-сопровождение арт-акций такого типа формируется под влиянием оценочных интенций. Причем, авторская установка – формирование простой, понятной, доступной, при этом устойчивой оценки Александринки, которая навязывается с применением техник повтора и самого примитивного в речевом отношении жанра анонса. Лексико-семантическое ядро процесса оценивания – несколько прилагательных: «*новый*», «*будущий*», «*молодой*». При анализе речевой формы анонсов новой сцены Александринского театра обнаруживается высочайшая частотность именно этих определений. Мы помним, что такого рода определения совсем недавно считались абсолютно непригодными для журналистики, «мертвыми», но зато замечательно работают как эмоциональные интенсификаторы в пиар-тексте. В нашем случае транслируемые с помощью этих слов смыслы находят и визуальную поддержку. Например, в интернете тиражируется портрет Фокина в рабочем кабинете. За спиной у него, на расстоянии протянутой руки, тоже огромный портрет, но В. Э. Мейерхольда. Также для поддержания соответствующих имид-

жевых характеристик привлекаются далеко не все соратники режиссера, но такие медийные персоны, как К. Райкин, Е. Миронов, обладающие необходимой репутацией.

Но генеральная тенденция – доминирование в арт-пиаре имиджевых бизнес-проектов, которые реализуются с использованием давно оправдавших себя в Европе пиар-техник.

Для доказательства этой гипотезы был осуществлен интенционально-стилистический анализ медийного гипертекста, презентующего арт-дискурс, сформированный в связи с оформлением имиджевого бизнес-проекта в арт-секторе современного медийного дискурса. Заинтересовавший нас проект связан с творческой деятельностью художественного руководителя Пермского театра оперы и балета Теодора Курентзиса. Значительность избранного для анализа гипертекста обусловлена тем, что появление его в медийном пространстве свидетельствует о уже произошедших институциональных изменениях: еще несколько лет назад элитарное музыкальное искусство в разных интерпретациях в России выводилось за пределы новых массмедиа. Создавалось ощущение сознательно локализуемого пространства, о необходимости «демократизации» которого стали говорить и писать в связи с огромной популяризаторской деятельностью Валерия Гергиева, создавшего империю под названием «Мариинский театр». Культурно-просветительская философия этой империи, персонажная структура соответствующего гипертекста достаточно отчетливо зафиксирована в популярной корпоративной газете «Мариинский театр» (ссылки).

С нашей точки зрения, пиар-команда Т. Курентзиса работает над идеологически новым проектом, в структуре которого особое место занимает креолизованный гипертекст, состоящий из разножанровых произведений, транслируемых по разным информационным каналам. Причем, преимущественное внимание к новым медиа, ибо сегодня утверждение В. Березина о том, что *«писатель в России имеет авторитет в меру своей медийной известности»*) приобрело статус неоспоримой истины [Березин 2013: 308]. Этот гипертекст обращен к адресату нового типа, подчинен одной генеральной интенции (гиперинтенции) – в данном случае побудительной.

Целостность смысловой структуры этого гипертекста обеспечивается лексико-семантическим полем, в ядерной зоне которого, как и в случае с Гергиевым, находится собственное имя дирижера, режиссера, музыканта. Почему? На этот вопрос, кажется, достаточно точно ответил Вл. Березин: *«Продавать нужно не собственно текст, логичнее прода-*

вать автора. Одна отдельная книга – похожа на выстрел, который, конечно, может решить исход сражения, но это случается редко» [Березин 2013: 310].

В речевой структуре номинируемого этим именем персонажа легко фиксируются несколько особенностей. С одной стороны, как и Гергиев, Курентзис в изображении коллективного пиар-автора – человек, смыслом, сутью существования которого являются события его творческой биографии. Набор этих событий нельзя считать оригинальным: премьерная и фестивальная жизнь. Но в тексте, презентующем Курентзиса как творческую индивидуальность, модераторы концентрируют внимание, во-первых, на событиях мировой музыкальной жизни, во-вторых, на оригинальной идеологии событийности. Для них важен не только сообщением о награждении Теодора Курентзиса и его MusicAeterna BBC Music Magazine Awards 2017, но и то, что все происходящее является знаком мирового признания неповторимой театральной и музыкальной философии. Новая музыкальная и театральная философия становится предметом размышления дирижера на многочисленных публичных лекциях, с которыми он выступает в ведущих образовательных и культурных учреждениях. На лекции, например, в актовом зале Санкт-Петербургского государственного университета маэстро говорил о своем видении мировой истории, пытаясь зафиксировать собственную позицию, определяющую степень и характер его участия в глобальных процессах. Этот смысловой нюанс заставляет воспринимать изображаемый событийный ряд иначе: не как единичную победу молодого музыканта, а как эпохальное явление, связанное с эволюцией традиционных эстетических представлений.

Предлагаемые личностные характеристики способствуют созданию исключительно современного образа по трем самым актуальным и общепризнанным в музыкальном мире критериям, что, безусловно, провоцирует положительную оценку огромной аудитории: *изумил слушателей неординарной манерой, сценическим имиджем и феноменальным исполнительским уровнем своих оркестра и хора»* (URL: <https://www.kommersant.ru/doc/3397449>. Дата обращения: 27.11.2017).

Если в гипертексте о В. Гергиеве допускаются конфликтные, диалогичные суждения, связанные с контекстом его присутствия в национальном и мировом музыкальном искусстве, то Т. Курентзис предстает как персонаж, не участвующий в конкурентных отношениях: он ярок, значителен, оригинален, молод и талантлив. Возможная критика, способная провоцировать определенные сомнения массовой аудитории, вводится через гра-

дационные контексты, которые возможные отрицательные оценки, как минимум, нейтрализуют, но, как максимум, усиливают: «Работы Риккардо Мути, Теодора Курентзиса, Мариса Янсонса, Владимира Юровского, безусловно, очень разные, иногда в смысле расстановки художественных приоритетов даже и спорные, но проходной среди них нет ни одной. Присутствовавшие так массированно музыкальные знаменитости из России и выступили эффектно, и приняты были очень хорошо; Теодору Курентзису, несмотря на опасения насчет того, как-де отнесутся к его Моцарту в Зальцбурге, и вовсе устраивали стоячие овалции», – так писал о нынешнем Зальцбургском успехе Курентзиса «Коммерсант» (URL: <https://www.kommersant.ru/doc/3397036>. Дата обращения: 27.11.2017).

Но смысловая структура анализируемого гипертекста усложняется не только благодаря детализации, уточнениям концептуально значимых нюансов. Она принципиально отличается от традиционной. В проанализированном гипертексте два событийных пласта. Базовый – несгораемый капитал маэстро, постановки, концерты, которые уже признаны массовой аудиторией. Память о них поддерживается с помощью привычных качественных медиа, облеченных высоким доверием массовой аудитории, в первую очередь. Например, если на сайте «Коммерсанта» набрать запрос «Теодор Курентзис», то получите такой ответ: «По вашему запросу «Теодор Курентзис» найдено 68 документов за период с 19.10.2016 по 19.10.2017». Это документы, призванные сохранить в памяти адресата ключевые факты творческой жизни музыканта, оправдывающие в кратких информационных сообщениях такую номинацию: *сам маэстро Теодор Курентзис*. Созданию этого несгораемого паблицитного капитала служит активное сотрудничество с компаниями, организующими по всему миру трансляции наиболее значительных оперных и балетных спектаклей в кинотеатрах (The Met: Live in HD, TheatreHD).

Второй смысловой уровень гипертекста – события еще не совершившиеся, освещающиеся не постскрипtum, как это в большинстве случаев было принято, а со значительным временным опережением. Причем, мощная предсобытийная информационная подготовка ведется уже с привлечением всех возможных каналов: в социальных сетях, в email-рассылке, в YouTube, по телевидению, радио, в газетах, на сайтах организаторов, провайдеров и спонсоров. Так, в этом году на Дягилевском фестивале Пермский театр оперы и балета представлял «Травиату». До спектакля по всем каналам транслировались несколько видеосюжетов на эту тему, фотографии, хвалебные отзывы авторитетных профессиональных критиков, восторженные отзывы зрителей, по сути,

осуществлявшие предпродажную подготовку культурного «продукта». 4 августа 2016 года в YouTube появилось стратегически важное резюмирующее мощную «предпродажную» подготовку сообщение: *Еще до появления на свет спектакль стал бестселлером.*

Еще один важный момент – средства презентации безграничного пространства «космополита» Курентзиса. Презентация эта осуществляется не только на русском, но и на английском языке – на англоязычном сайте, где можно узнать новости, увидеть афишу, прослушать и купить CD, купить билеты на предстоящие выступления, связаться с агентством и рекламным менеджером, где легко активируются ссылки на социальные сети, YouTube, электронные музыкальные магазины и т. д.

К текстовым средствам репрезентации «Травиаты» относится посвящение: Пермский театр оперы и балета посвятил свой спектакль памяти великого оперного администратора Жерара Мортье. В тексте посвящения важны не только имя адресата, но и род его театральной деятельности, расширяющие традиционное представление о пространстве высокой культуры и его персонифицированной среде.

Наконец, создатели анализируемого гипертекста трансформировали с помощью социальных сетей ВКонтакте, Facebook, Твиттер, YouTube, Инстаграм, iTunes Russia образ адресата. В распоряжении адресата уникальные персонализированные гиперссылки, которые индивидуально получает любой поклонник маэстро, любитель оперной музыки, хотя бы раз осуществивший покупку билета через интернет. Эти гиперссылки находятся в сильной позиции всех писем, адресованных адресату лично, писем с персональными, уважительными обращениями. Любой адресат может одним «кликом», прямо из письма, зайти на театральную страничку в соцсетях, подключиться к радио, TV- трансляции, и, конечно, моментально купить билет на сайте театра. Удобно, быстро. Причем, рассылка может осуществляться не только автоматически, но бывает авторизованной. За предложением – конкретный человек, который готов отреагировать на личные проблемы, в том числе и на проблемы, связанные, например, с недостатком средств для покупки билета на заинтересовавший вас спектакль или концерт. Конечно же, здесь очевидно влияние пиар-опыта Метрополитен Оперы, заложившей в 2006 году традицию, по которой премьерный показ транслируется на огромных экранах на Таймс Сквер, где более 2000 зрителей могут занять бесплатные места. Кроме того, наиболее преданные поклонники оперы всегда имеют возможность приобрести билеты на лучшие места в знаменитом театральном здании всего за 25 долларов. Равно как и постоянные зрите-

ли Венской оперы, которые могут купить входной билет за 4 евро, чтобы послушать любимое произведение в специально отведенном театральном пространстве, предоставляющим им возможность ощутить особого рода избранность, привилегированность. Полагаю, что подобные примеры можно множить бесконечно.

Очевидно, что отмеченные особенности речевой структуры гипертекста свидетельствуют о том, что структура эта, в первую очередь, обусловлена побудительной интенциональностью и свидетельствует о модернизации стратегических коммуникаций в интересующей нас сфере под влиянием, на наш взгляд, огорчительной победы тенденции коммерциализации арт-пространства, усиления конкурентной борьбы за аудиторию.

Послесловие

В 2015 году на «ART1» появилось интервью популярного ведущего нескольких телевизионных арт-проектов А. Малича, справедливо отмечавшего, что «программы об искусстве и культуре нигде в мире не имеют высоких рейтингов, если только это не профильный спутниковый канал, за который пользователь платит сам». Но далее А. Малич обнадеживал: «Программа об искусстве – штука имиджевая, этакий элитный клуб. Если канал позволяет себе его иметь, значит, он заботится о том, как он выглядит, о том, что он несет своему зрителю. Но при этом канал не рассчитывает зарабатывать на программах о культуре те доли, которые он мог получить, показывая трупы и убийства в это же эфирное время».

Сегодня мы можем утверждать, что технологически процесс модернизации российского АМД форматируется при усвоении и присвоении, адаптации мирового и национального, исторического пиар-опыта. Сбудутся ли надежды на смягчение, нейтрализацию последствий этого процесса под влиянием эволюции представлений об элитарности? Наблюдения последних лет печальные: медийная коммуникация, связанная с искусством, приобретает такие интенционально-стилистические характеристики, которые примитивизируют дискурс, делают его циничным. Наблюдения последних лет печальные: медийная пиар-коммуникация, связанная с искусством, приобретает такие интенционально-стилистические характеристики, которые распространяются на АМД в целом, примитивизируя его и делая циничным. Хотя мы можем утверждать, что технологически процесс модернизации АМД форматируется при усвоении и присвоении, адаптации мирового и национального, исторического пиар-опыта. Так, техники продвижения новых книг включают достижения русских футуристов. Достаточно вспомнить Д. Быкова и М. Ефремова в проекте «Гражданин-поэт». Правда, теперь никто и не пытается говорить о художественных достоинствах проекта, успех его измеряется общей суммой кассовых сборов – 85 миллионов рублей. Не менее активно используются технологии формирования поэтического имени, которые успешно работали в эпоху С. А. Есенина – пьянки и скандалы.

Показательным представляется недавнее интервью С. Николаевича с Н. Цискаридзе (Культурный обмен. ОРТ. 20.11.2017). В этом интервью Н. Цискаридзе прямо говорил: *«Сейчас торжество пиара над разумом... Современный антрепренер перепутал роли. Он забыл о том, что он обслуживающий персонал».*

Ситуация может и усугубляться. Варианты усугубления демонстрирует массовая пресса. Совсем недавно корреспонденты газеты «Метро» попросили меня высказаться по поводу возможности создания музея-квартиры Максима Горького в Санкт-Петербурге. А инициатором публичного диалога стала риэлтор, желающая соответствующее жилое помещение продать. Тут хочется говорить и думать о благих намерениях если не сотрудников агентства недвижимости, то журналистов. Но читатели непременно обратят внимание на то, что в публикации была обозначена запрашиваемая продавцом сумма. А вдруг это знак приближения того времени, когда концептуальные для нашей культуры факты и явления будут использоваться только для продвижения далеких от культуры бизнес-проектов?

Литература

- Арт-журналистика в современном медиапространстве. Сборник научных статей. Казань: КФУ, 2016. 195 с.
- А. С. Пушкин об искусстве. М.: Искусство, 1990. 679 с.
- Арутюнова Н. Д.* Язык и мир человека. М.: Языки славянской культуры, 1998. 560 с.
- Бахтин М. М.* Проблема речевых жанров / Бахтин М. М. Собрание сочинений в 7-ми т. Т. 5. М., 1997. С. 159–206.
- Березин В.* Рождение нового слова / Текст и традиция. Альманах. № 1. СПб: Росток, 2013. С. 305–312.
- Вакурова Н. В.* Жанр рецензии как форма PR: Журналистика в 2008 году: общественная повестка дня и коммуникативные практики СМИ. М.: МедиаМир, 2009. С. 443–444.
- Варченко В. В.* Цитатная речь в медиа-тексте. М.: Изд-во ЛКИ, 2007. 240 с.
- Васильева Н. В.* Собственное имя в мире текста. М.: Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2009. 224 с.
- Волошин М. Листки из записной книжки / Волошин М. Собрание сочинений. Т. 5. М.: Эллис Лак, 2007. 928 с.
- Гаранина Н. С.* Стиль русской театральной критики. Учебно-методическое пособие. М: МГУ, 1970. 80 с.
- Галимова Е. Ш., Цветова Н. С.* Динамика медиапрезентации одного литературного феномена / Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 9. Русский язык и литература (Филология. Востоковедение. Журналистика). 2017. № 4. С. 650–664.
- Гегелова Н. С.* Культура на телевидении: миф или реальность? / Вестник РУДН. Серия «Литературоведение. Журналистика». 2008. № 4. С. 55–60.
- Геллер Л.* Воскрешение понятия, или слово об экфрасисе / Экфрасис в русской литературе: труды Лозаннского симпозиума. М.: изд-во «Мик», 2002. 216 с.
- Говорухина Ю.* Русская литературная критика на рубеже XX–XXI веков. Красноярск: Сиб. фед. ун-т, 2012. 358 с.
- Денисов А. В.* Музыкальный язык: структура и функции. СПб: Наука, 2003. 207 с.
- Добросклонская Т. Г.* Массмедийный дискурс как объект научного описания / Научные ведомости БелГУ. Серия «Гуманитарные науки». 2014. № 13 (184). Вып. 22. С. 203–210.

- Дубровин В. Б.* К истории советского радиовещания. Л.: Изд-во ЛГУ, 1972. 76 с.
- Дускаева Л. Р.* Диалогическая природа газетных речевых жанров. Изд. 2-е. СПб: филологический факультет, 2012. 274 с.
- Дускаева Л. Р., Цветова Н. С.* Автор медиатекста: интенционально-стилистическая характеристика / Вестник СПбГУТ. Серия 2. Искусство. Филологические науки. 2017. № 1. С. 110–114.
- Дускаева Л. Р., Цветова Н. С.* Стилистический облик многонационального периодического издания / Вестник Санкт-Петербургского государственного университета. Филология. Востоковедение. Серия 9. 2013. Вып. 3. С. 252–259.
- Дускаева Л. Р., Коняева Ю. М.* «Звездная персона» в арт-журналистике: стилистико-речевая репрезентация коммуникативного сценария // Филология и человек. 2015. № 1. С. 15–24.
- Duskaeva L. R., Konyayeva Y. M., Svetova N. S., Protopopova O. V.* Speech genre “Creative portrait”: representation of communicative scenarios // Journal of Language and Literature. 2015. Vol. 6. № 1. Pp. 149–153.
- Есин Б. И.* История русской журналистики (1703–1917). М.: Высшая школа, 1989. 370 с.
- Elsom J.* Post-war British theatre criticism. London: Routledge & Kegan Paul, 1981. 270 p.
- Журналистика сферы досуга. Учебное пособие. Под общей редакцией Л. Р. Дускаевой, Н. С. Цветовой. СПб: ВШЖиМК, 2012. 303 с.
- Каверина Е. А.* Событийные коммуникации в культуре: философская пропедевтика и маркетинговая практика. СПб: СПбГПУ им. Герцена, 2011. 187 с.
- Каверина Е. А.* Художественные журналы начала и конца XX столетия: к вопросу актуальности культурного диалога / Эстетика сегодня: состояние, перспективы. СПб: СПбГПУ им. Герцена, 2000. С. 37–40.
- Каган М. С.* Искусствознание и художественная критика. Избранные статьи. СПб: Петрополис, 2001. 527 с.
- Кадырова С. В., Немцева Е. А., Тульчинский Г. Л.* Self-management в сфере культуры и искусства. СПб: «Лань»-«Планета музыки», 2013. 224.
- Карден П.* Мережковский и английский эстетизм / Д. С. Мережковский: мысль и слово. М.: Наследие, 1999. С. 224–235.
- Колядич Т. М., Капица Ф. С.* Русская проза XXI века в критике. Рефлексия. Оценки. Методика описания. М., 2010.

- Коняева Ю. М.* Речевой жанр «Творческий портрет» в аспекте категории персональности // Медиалингвистика. 2016. № 4 (14). С. 47–56.
- Коняева Ю. М.* Речевая репрезентация творческой личности в PR-биографии / Медиалингвистика. IV Международный научно-практический семинар, сборник статей. Под ред. Л. Р. Дускаевой, отв. ред. Н. С. Цветова. 2015. С. 76–80.
- Коняева Ю. М.* Троллинг как коммуникативный феномен (из наблюдений над культурно-просветительскими медиатекстами) / Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Гуманитарные науки. 2015. № 18 (215). С. 140–144.
- Коняева Ю. М.* Творческая личность в арт-медиадискурсе / Культура/ Culture. 2015. № 12. С. 41–52.
- Крылов В. Н.* Русская литературная критика. Проблемы теории, истории и методики изучения. М.: Флинта-Наука, 2016. 237 с.
- Кулка И.* Психология искусства. Харьков: Гуманитарный центр, 2014. 560 с.
- Лапшина Г. С.* Искусство глазами журналиста. Монография. М.: Флинта-Наука, 2016. 280 с.
- Литвинцев А. С.* Канал «Культура»: на перекрестке телевизионных традиций. Ч. 1. М.: ИПК, 2007. 65 с.
- Малыгина Л. Е.* Телевизионный анонс: лингвостилистическая трансформация жанра. М.: МГУ, 2013. 310 с.
- Медиатекст и культура. Под ред. Т. П. Карпилович. Минск: МГЛУ, 2015. 168 с. *Марьина Л. П.* Журналистика и культура: динамика взаимодействия. Львов: ПАИС, 2013.
- Мильдон В. И.* Эстетика Гоголя. М.: ВГИК, 1998. 127 с.
- Набиева Е. А.* Рецензия как публицистический жанр. Монография. М.: Флинта-Наука, 2015. 156 с.
- Нахимова Е. А.* Прецедентные онимы в современной российской массовой коммуникации. Теория и методика когнитивно-дискурсивного исследования. Екатеринбург: ГОУ ВПО «Урал. гос. пед. ун-т», 2011. 276 с.
- Новикова А. А.* Арт-журналистика в современной медиасреде: между пиаром и перформансом / Век информации. 2018. № 2. Т. 1. С. 85–86.
- Перхин В. В.* «Открывать красоты и недостатки...» Литературная критика от рецензии до некролога. Серебряный век. СПб: «Лицей», 2001. 256 с.

- Политизация поля искусства. Исторические версии, теоретические подходы, эстетическая специфика. Монография. Екатеринбург: Гуманитарный университет-Кабинетный ученый. 2016. 312 с.
- Прохоров Е. П.* Введение в теорию журналистики. М.: Аспект Пресс, 2011. 351 с.
- Руденко Ю. К.* Художественная культура. СПб: Наука, 2006. 252 с.
- Тяжлов Я. И.* Актуальные формы медиатекстов, посвященных кино: жанровые и языковые тенденции / Медиалингвистика. 2016. № 2 (12). С. 71–83.
- Саенкова Л. П.* Литературно-художественная критика и журналистика: историко-культурный контекст / Вестник БДУ. Серия 4. 2009. № 1. С. 87–92.
- Самсонова А. А.* Речевая репрезентация оценки литературного произведения в журналистской рецензии / Вестник Санкт-Петербургского государственного университета технологии и дизайна. Серия 2. Искусствоведение. Филологические науки. 2016. № 4. С. 106–110.
- Самсонова А. А.* Трансформация процесса оценивания произведения искусства в медийном дискурсе как медиалингвистическая проблема / Вестник Санкт-Петербургского государственного университета технологии и дизайна. Серия 2. Искусствоведение. Филологические науки. 2017. № 4. С. 102–106.
- Самсонова А. А.* Оценивание произведения искусства в журналистском тексте (на примере романа Е. Водолазкина «Лавр») // Вестник Балтийского федерального университета им. И. Канта. Серия: Филология, педагогика, психология. 2018. № 1. С. 84–90.
- Самсонова А. А.* Специфика речевого выражения оценки в жанре рецензии // Современная медиасреда: традиции, актуальные практики и тенденции. Взгляд молодых исследователей: межвуз. сб. науч. работ студентов и аспирантов. Вып. 16. Науч. ред. М. А. Бережная. СПб.: Свое издательство, 2016. С. 165–173.
- Самсонова А. А.* Речевая репрезентация оценивания произведений искусства в журналистских текстах как медиалингвистическая проблема / Слово и текст в культурном и политическом пространстве: материалы Всероссийской с международным участием научной конференции студентов и аспирантов (Сыктывкар, 21 апреля 2017 г.). [Электронный ресурс]: текстовое научное электронное издание на компакт-диске / отв. ред. Т. Н. Бунчук; Федер. гос. бюджет. образоват. учреждение высш. образования

- «Сыктыв. гос. ун-т им. Питирима Сорокина». С. 243–244.
- Самсонова А. А.* Речевая репрезентация литературного произведения в сетевых СМИ: система оценочных средств / Электронные средства массовой информации: вчера, сегодня, завтра: XI Всероссийская научно-практическая конференция (7 апреля 2017 г.). Научн. ред. В. Д. Сошников. 2017. СПб.: СПбГУП, 2017. С. 37–40.
- Самсонова А. А.* Оценивание произведения искусства в телетексте: постановка проблемы / Медиалингвистика. Вып. 6. Язык в координатах массмедиа: матер. II Междунар. науч.–практ. конф. (2–6 июля 2017 г., Санкт-Петербург, Россия). Отв. ред. А. А. Малышев. СПб.: С.–Петерб. гос. ун-т, Ин-т «Высш. шк. журн. и мас. коммуникаций», 2017. С. 111–113.
- Селезнев Ю.* Златая цепь. М.: Современник, 1985. 415 с.
- Семинар по театральной критике. Редактор-составитель Н. В. Песочинский. СПб: Изд-во СПбГАТИ, 2013. 256 с.
- Сергеева Т. С.* Арт-журналистика и современная российская культура: ценностно-смысловые доминанты и проблема сохранения человека // Вестник Челябинского государственного университета. 2013. № 22. С. 152–156.
- Сидякина А.* Художественно-просветительские периодические издания / Журналистика сферы досуга. Уч. пособие. Под общей редакцией Л. Р. Дускаевой, Н. С. Цветовой. СПб, 2012. С. 123–131.
- Сметанина С. И.* Медиа-текст в системе культуры. Монография. СПб: изд-во Михайлова, 2002. 383 с.
- Уильямс Г.* Как писать о современном искусстве. Перевод Е. Рубиновой. М.: Ад Маргинем Пресс, 2017. 368 с.
- Уордл И.* Театральная критика. М.: ГИТИС, 2013. 200 с.
- Ульяновский А. В.* Реклама в сфере культуры. СПб-М.–Краснодар, 2012.
- Ученова В. В., Шомова С. А.* Полифония текстов в культуре. М.: Омега-Л, ИМПЭ им. Грибоедова, 2003. 302 с.
- Harries G., Wahl-Jorgensen K. [Cardiff University, UK]. The culture of arts journalists: Elitists, saviors or manic depressives? / Journalism 2007, Vol. 8(6). С. 635–638.
- Цветова Н. С.* Дискурс искусства в современной российской журналистике / Вестник Санкт-Петербургского университета. 2012, № 1. С. 231–237.
- Цветова Н. С.* Современная российская медиажурналистика: путь к покупателю / Журналистика XXI века: навстречу человеку. Ма-

- териалы секции Форума «Дни философии в Петербурге–2012». СПб: 2013. С. 103–108.
- Цветова Н. С.* Арт-портрет: интенционально-стилистическая характеристика жанра / Медиалингвистика. Вып. 3. Речевые жанры в массмедиа. СПб, 2014. С. 162–165.
- Цветова Н. С.* Федор Абрамов: эстетика слова писателя / Поморские чтения по семиотике культуры: Сб. науч. ст. и матер. Архангельск, 2016. С. 216–221.
- Цветова Н. С.* Александр Мелихов: поэтика публицистики / Дискурсология и медиакритика СМИ. Сборник научных работ. Белгород: ИД «Белгород» НИУ «БелГУ», 2017. С. 222–226.
- Цветова Н. С.* «Делать художественное общедоступным...» /Актуальные проблемы стилистики. Ежегодный международный научный журнал. 2017. № 3. С. 168–179.
- Шпильная Н. Н.* Не ешь меня, я тебе песенку спою, или как пишутся PR-тексты. Эстетическая и массовая коммуникация: вопросы теории и практики. Красноярск, 2012.
- Язык как медиатор между знанием и искусством. Сборник докладов. М., 2009.

Вопросы и задания

Задание 1. Перечислите основные сегменты современного российского медийного арт-дискурса. Дайте определение культурно-просветительской журналистики.

Задание 2. Перечислите функции культурно-просветительской журналистики.

Задание 3. Определите интенциональность данного ниже журналистского арт-текста. Мотивируйте свою точку зрения. К какому сегменту медийного арт-дискурса вы могли бы отнести это журналистское произведение?

Земля и небо Эльзы

Спектакль «Земля Эльзы» в Театре имени Ленсовета. Спектакль идет на Малой сцене, но очевидно его совсем не камерное воздействие на зал. Пьесу Ярославы Пулинович – ученицы Николая Коляды, уже далеко не дебютантки, – ставят по-разному. Самый простой и будто бы напрашивающийся ход – ограничиться мелодраматическим сюжетом из жизни сибирской деревни. В постановке Юрия Цуркану публике предлагают более глубокую вещь. История двух людей, которые на старости лет, найдя друг друга, готовы переменить свою жизнь и встречают жесткий отпор со стороны алчных родичей, – играется как притча, и вневременная, и жгуче актуальная.

Декорация Владимира Фирера почти вся исчерпывается гроздьями свежевывструганных скворечников, которых больше сотни. Они излучают свет и легкость, эти весенние домики для вольных птиц. Такая небесная деревенька. Декорация ничего не живописует, она абстрагирована, программно просветлена.

Елена Марина и Лилия Ледайкина представляют колоритную, контрастную пару из деревенского хора при клубе, в котором обязательно присутствие Эльзы. Главную героиню играет Лариса Леонова – актриса сильного драматического темперамента, умеющая в короткой сцене, в эпиходе, в монологе высказаться исчерпывающе, дать образ концентрированно драматичный. Эльзу, ребенком сосланную из Поволжья в Сибирь, потом всю жизнь прожившую в страшнейшем эмоциональном оцепенении со своим звероподобным мужем, Леонова играет не «мельча» роль и не впадая в пафос.

В этой особенной истории любви два героя. Персонаж Владимира Матвеева – школьный учитель, выведенный за штат, бегущий в деревню от тоски по Первому сентября. Новой жизни, где есть любовь и нет страха, он учит ее, Эльзу. Это делает их обоих чудовищами в глазах и деревенских, и городских. Дуэт главных, таких разных, героев производит сильное впечатление.

Край жизни перейден. Герой умирает. Эльза вновь остается одна. Но и броня ошестиненного мира, кажется, дает трещину. Мы видим целый спектр следствий драмы... Рисунок притчи вычерчен режиссером внятно и последовательно.

Земля Эльзы – это и театральная почва протагонистки спектакля Ларисы Леоновой, настолько роль для нее органична. Невероятная убедительность, притягательность центрального образа это подтверждает. Но сказанное справедливо и для всех участников постановки, включая публику, отдающуюся мощному воздействию сцены.

Надежда Таршис (Петербургский театрал. 2017. Апрель. С. 10)

Задание 4. Сформулируйте основные требования к речевой форме журналистского культурно-просветительского текста.

Задание 5. Можно ли данные тексты отнести к АМД? Аргументируйте собственную точку зрения, проанализировав смысловую структуру и речевую форму текста.

Возлюбленные ушли с молотка

Самыми дорогими лотами вечерних торгов импрессионистов и модернистов Sotheby's, прошедшими в Лондоне 21 июня, стали два портрета. Это «Сидящая женщина» (1909) Пабло Пикассо (она была продана за 43,27 млн. евро) и «Жанна Эбютерн» («Платок») (1919) Амедео Модильяни (38,5 млн. евро). И хотя ни одна, ни другая не стали самыми дорогими работами художников, вместе они принесли 81, 77 млн. евро на торгах, 27 лотов которых были проданы за 108, 28 млн.

На портрете, выполненном Пабло Пикассо, запечатлена Фернанда Оливье, возлюбленная художника, с которой он познакомился, перебравшись в Париж в 1904 году. Жанна Эбютерн – последняя возлюбленная Модильяни. Они познакомились в 1917-м. В 1920-м, когда 35-летний художник умер от туберкулезного менингита, она, беременная их вторым ребенком, покончила жизнь самоубийством. На результаты торгов эти

истории вряд ли повлияли. Зато сами торги показали, что хорошие работы, несмотря на кризис, все еще продаются.

(Коммерсантъ ВЛАСТЬ. 2016. 27 июня. С. 43)

Фольклорные вечера в ресторане «Строганов стейк хаус»

С 1 мая и каждое воскресенье в 19.00 в одном из крупнейших стейк-хаусов города «Строганов стейк хаус» будут проходить фольклорные вечера для иностранных гостей Санкт-Петербурга! В отдельном зале, оформленном в русском стиле, вам представят программу, включающую в себя: инструментальную русскую музыку (баян и балалайка), народные песни и танцы, также на протяжении всего вечера англоговорящий ведущий расскажет присутствующим о русской национальной кухне и, конечно же, о великой русской культуре.

Во время мероприятия для гостей предусмотрено три варианта сет-меню: «Русский», «Рыбный» и «Мясной», в стоимость сетов включена развлекательная программа. В случае, если гость захочет сделать заказ на блюда только из меню а-ля карт, необходима дополнительная оплата программы.

(Инфоскоп. 2016. Май. С. 16)

Антон и Виктория Макарские в Старой Руссе

Популярные артисты снимают телепроект «Святыни России»

В конце июня Старую Руссу посетили известные артисты Антон и Виктория Макарские. Супружеская пара снимает цикл документальных фильмов для телеканала «Спас». Проект выйдет в эфир в сентябре 2018 года под названием «Святыни России». Естественно, что фильм с таким названием не мог обойтись без Великого Новгорода. Святая София—общепризнанный символ духовности русского народа и России в целом. Новгородская область не случайно стала первым регионом в съемочном плане. Участники проекта уже побывали в Валдае. Приятно, что продюсеры не прошли мимо Старой Руссы, святыни гораздо менее известной широкому зрителю.

Визит в Старую Руссу был организован Городским Центром Туризма. Встречать гостей любого уровня—задача для ГЦТ привычная и приятная. В любимом горожанами и туристами кафе «Башня» Антон и Вика попробовали фирменные старорусские котлеты из ильменского судака...

Прогулка по Соборной площади стала яркой точкой в коротком, но насыщенном визите популярных артистов в сердце древней русской провинции. Впереди съёмочную группу ждала работа в Леохновском монастыре.

(Старая Русса. 2018. 12 июля. С. 4)

Задание 6. Проанализируйте определение арт-журналистики, предложенное А. Сидякиной. Согласны ли Вы с данной дефиницией?

Арт-журналистика – «регулярная и систематическая информационно-аналитическая деятельность по освещению в СМИ событий и явлений искусства и художественной жизни с использованием всех жанров и форм подачи материала, при наличии оценочности и всех жанров и форм подачи материала» (Журналистика сферы досуга. СПб: Высшая школа ж-ки и мас. ком-й, 2012. 304 с. С. 125).

Задание 7. Подчеркните те текстовые фрагменты, в которых транслируется авторская оценка. Сравните функции имен собственных в данных текстах.

1. Любовь с привидениями

На Малой сцене Театра им. В.Ф. Комиссаржевской недавно выпустили интересную премьеру.

Алексей Утеганов обратился к семейной драме Генрика Ибсена «Приведения», лично сделал оригинальную сценическую версию с комическими черно-белыми видеовкраплениями эпизодов из прошлого и предложил главную роль Заслуженной артистке России и депутату Законодательного собрания Санкт-Петербурга Анастасии Мельниковой. При всем уважении к заслугам уважаемой Анастасии Рюриковны, спектакль – прежде всего режиссерская удача и триумф художников. Постановка изобретательна и чувственна, с превосходной эстетикой и остроумными ходами.

Валерий Полуновский придумал атмосферное, красивейшее серо-белое решение декораций и реквизита, с акцентными и «игровыми» вкраплениями фарфора, стекла и хрусталя. Чинно сервированный стол становится центром событий и разборок: его не обойти, вокруг него по сути крутится действие, и в стесненных условиях камерной сцены актерам приходится изобретательно вокруг стола пробираться, задумчиво

сидеть за ним, в экстазе вскакивать на него, греметь приборами, нервно зажигать и гасить свечи... В этой семейной драме нарочито неловкая суета с семейными портретами, мучительный хруст крафт-бумаги, тоскующий голос саксофона дополняют надрыв и усиливают эффект, а блестящий художник по свету Евгений Ганзбург добавляет еще и мистической визуальной красоты в действие.

М. Кингисепп. Любовь с приведениями (Инфоскоп. 2016. Май. С. 9)

2. Чайник, Фира и Андрей

А. Гаврилов

Андрей Гаврилов – яркий, очень одаренный пианист, в 19 лет ставший победителем конкурса Чайковского, стремительно ворвавшийся в ряды музыкальной элиты, с 1985 года живет за рубежом и славится своим непростым характером, склонностью к эпатажу и эксцентричным поступкам. Он может демонстративно «заснуть» на сцене во время исполнения концерта, если его не устраивает интерпретация дирижера, или за пять минут до своего выступления, никому не говоря ни слова, покинуть концертный зал через пожарный выход. Его книга соединяет заметки о жизни в СССР (учеба в ЦМШ, консерватории, портреты преподавателей, коллег, карьерные шаги и козни со стороны властей) и размышления о музыке, о Моцарте и Равеле, о Шопене и его ноктюрнах (их исполнение прилагается к книге отдельным диском). Воспоминания Гаврилова – поразительное сочетание любви и презрения. Досталось всем, и особенно Святославу Рихтеру (Фире), с которым Гаврилов дружил: искреннее восхищение мастером сопровождается ядовитой критикой его игры, умиление сумасбродством гения – холодным приговором ему. До финальных страниц этого одновременно мучительного и увлекательного чтения не знаешь, какое чувство возьмет верх, но в последней главе – она посвящена Первому концерту Чайковского (на студенческом жаргоне – Чайника) – звучит, наконец, чистый восторг перед мощью и красотой великой музыки.

Надежда Василевская (PSYCHOLOGIES. 2014. Июль. С. 145)

Задание 8. Можно ли этот текст назвать рецензией? Подчеркните фрагмент текста, в котором представлен речевой жанр «Оценка персоны». Определите функции вводных слов и чужой речи.

Как пришить старушку?

Спектакль-бенефис блистательной актрисы Ольги Волковой – это рождественская сказка о чуде, которое происходит только тогда, когда всерьез в него поверишь. Премьерный показ в Санкт-Петербурге состоится 7 мая на сцене ДК Выборгский.

Ольга Волкова – очень заметная фигура в мире театра и кино. Критики и поклонники давно признают неподражаемой ее манеру игры. Актриса начинала свою карьеру в Ленинградском ТЮЗе, Большом драматическом театре, позже снималась в более чем двадцати фильмах и сериалах. В 1993 году Ольга Волкова получила звание Народной артистки России.

Ольга Владимировна – человек парадоксальный. Выросла в актерской семье, а говорит, что с детства мечтала вовсе не о сцене, а об археологии. И если бы училась в хорошей школе, то, как знать... Наверное, мы так бы никогда и не увидели ее ни на кого не похожих героинь в кино, в театре, на телевидении. К счастью, все сложилось так, как было предписано судьбой.

«История, созданная американским драматургом Джоном Патриком, является лирической комедией в двух действиях, – рассказывает Ольга Владимировна о своем спектакле-бенефисе. – Здесь быстро меняются положения, сцены и детали, а злые герои, как по мановению волшебной палочки, превращаются в добрых. Эта пьеса обошла практически все мировые сцены и имела оглушительный успех. Здесь есть как жизнеутверждающий позитив, так и глубина, любовь и настоящий свет.

Сюжет спектакля «Как пришить старушку?» таков: накануне рождественского праздника, спасаясь от преследования полиции, в дом к старушке Памеле забирается шайка мошенников. Одинокая пожилая женщина, которую все вокруг считают чокнутой, радуется гостям и принимает их как родных. Ее гости рассчитывают «отсидеться» в доме пару дней и сбежать. Но они даже не подозревают, как круто изменятся их судьбы после знакомства с маленькой старушкой Памелой. Теперь ее лачуга на окраине города, куда они случайно попали, станет для незваных гостей родным домом.

Оптимистический театр, который осуществил эту великолепную постановку – новое имя на театральной карте Москвы. Это сообщество неравнодушных людей, жаждущих служить театру доброму, умному, светлому, разговаривающему с человеком про человека, театру, проповедующему жизнь в лучших ее проявлениях. В ролях также заняты Александр Бордуков, Василий Слюсаренко, Юлия Гусак, Александра Свет-

ловская, Кирилл Малов, Евгений Пеккер, Анатолий Проса.

Николай Пешков (Инфоскоп. 2016. Май. С. 6)

Задание 9. Прочитайте фрагмент интервью с известным прозаиком Р. Сенчиным. Интервью было опубликовано после выхода в свет романа «Зона затопления», который многие критики назвали ремейком распутинской повести «Прощание с Матерой». Какому сегменту АМД принадлежит этот текст? Какие речевые особенности текста свидетельствуют о такой принадлежности?

Роман Сенчин

«Афиша» обсудила с автором «Елтышевых» его новый роман, «Зона затопления», знаменующий заход певца городского отчаяния на территорию деревенской прозы.

<...> Сами бы вы хотели жить в деревне?

Я городской житель, мне в деревне трудно. К тому же город дает мне работу, прокормиться книгами сегодня почти невозможно. Даже Астафьев, когда переехал в Овсянку, занимался огородом не ради душевной потребности быть ближе к земле, а потому что часто оставался без копейки в кармане. Но деревенскую жизнь я себе хорошо представляю, у меня так родители живут под Минусинском. Деревенский мир еще кое-где существует, но зависимость от города с годами становится все тяжелее. Язык деревенский растворяется в городском. Был такой подвижник, Карнаухов, он собрал ангарский словарь: там в каждой деревне свой говорок был, порой в другом селе за сорок километров могли переспрашивать, а что это значит? Увы, этих людей так уже раскидало по стране, что через несколько лет эти диалекты окончательно исчезнут. Их и так уже много лет вытравляли из литературы: Распутин жаловался, что в первой редакции «Денег для Марии» намного больше таких слов, чем в переизданиях, откуда их выбросили в рамках борьбы с областничеством.

<...> Вашим книгам помимо сквозной темы Сибири, откуда либо родом герои, либо там происходит действие произведений, присущ еще и общий дух – фаталистический, настроенный на поражение. Это близко настроению ранней «Гражданской обороны» и сибирского панк-рока в целом. Вам близка эта музыка?

Не думаю, что я фаталист. Просто в жизни мне не встречались люди,

которые исполнили свои мечты, и я сам на этот счет не обманываюсь. А насчет сибирского рока – конечно, я его слушал и пел даже в подобной группе. Ну что тут скажешь, я сам мрачный, и группы мне мрачные нравятся. Все это отражено в книге «Лед под ногами»: такая ситуация, когда вроде бы люди были рок-музыкантами, потом их жизнь разбросала, они другими делами занялись, а затем спохватились, попытались группу восстановить, но вышло все нелепо, не нужно как-то. Я думаю, что любому занятию свой срок – любые рок-музыканты, которым за пятьдесят, а исполняют они песни тридцатилетней давности, выглядят странно. Даже мне за некоторые литературные произведения моей юности стыдно – но я их и не переиздаю.

Сандалов Ф. Роман Сенчин (Афиша. 2015. Июнь. С. 18–20)

Задание 10. В каком типе музыкального издания можно опубликовать рецензию Д. Ханчина? Определите ключевые интенционально-стилистические характеристики текста. Подчеркните те фрагменты текста, которые нуждаются в литературном редактировании.

Очень зимние песни

«Atlas Sound» – сольный проект Брефорда Кокса – лидера шугейз-панк группы «Deerhunter», эксцентричного музыканта с пугающе удлиненными от синдрома Маффина конечностями. «Parallax» – его третий сольный альбом.

Из первых двух музыка, по большей части, утопала в разного рода шумах. Новый альбом вышел более внятными. На «Parallax» 12 кристально чистых песен и состоящая из двух частей инструментальная психоделическая зарисовка в конце.

В звуке преобладает акустическая гитара, ее поддерживают сухие ударные, иногда в дело вступает тонкая электроника, где-то поодаль мерещатся шорохи, отзвуки, шумы. Неожиданные смены настроения, внезапно обрывающиеся музыкальные фразы – все эти вещи, типичные для Брефорда Кокса, здесь есть. Но, по сравнению с предыдущими сольниками, в этом альбоме на первом месте не шумовые завесы и наложенные друг на друга звуковые текстуры, а красивые и трогательные мотивы.

В центре всего повествования, конечно, находится голос. Его тембр, тягучий, обволакивающий, ни на что не похожий. Голос, как клей, связывает воедино музыкальные элементы, парит над ними, доносится словно

издалека. Голос его прекрасен.

Альбом пронизан печалью и ностальгией. Он звучит как воспоминания, как дневник, или как ощущения, когда этот самый дневник вдруг перечитываешь, а потом в задумчивости прогуливаешься по зимним улицам, занесенным снегом. Именно снегом—это очень зимние песни.

Задание 11. Сравните два экфрасиса из статьи Ксении Воротынцевой, посвященной 160-летию Аполлинария Васнецова, младшего брата *«творца наших хрестоматийных витязей»*. Чем можно объяснить разную речевую форму приема? Подчеркните слова и выражения, которые традиционно используются в журналистских арт-текстах, посвященных живописи.

Младший брат

<...> Одна из самых знаменитых картин Аполлинария Васнецова—«Кама» (1895). Широкая река олицетворяет силу природы, ее воды текут неспешно, величественно. Изображая торжество естественного порядка, Васнецов, кажется, совсем забыл о человеке. Впрочем, приглядевшись, замечаешь: рыжий осенний лес частично вырублен, около неказистого домика дымится костер. Художник использовал сдержанные краски, передавая эпичность природы, ее древний и вечно живущий дух. Искусствовед Лидия Беспалова, написавшая о нем монографию, отмечала, что полотно ассоциируется со строками из стихотворения «Север» Николая Заболоцкого: «Едва течет в глубинах рек прекрасных / От наших взоров скрытая вода; / Где самый воздух, острый и блестящий, / Дает нам счастье жизни настоящей...».

Эта картина стала декларацией особого подхода к изображению природы. Аполлинарий Михайлович как бы отмежевался от творцов лирических пейзажей—например, Федора Васильева или Исаака Левитана.

<...> В ином ключе выполнена «Осенняя ветка» (1910-е). На заднем плане нарисован мужик, рубящий лес, от зрителя он наполовину скрыт золотой листвой, что подчеркивает второстепенность безымянного персонажа. Автор, смеясь, признавался, что он не горел желанием изображать людей из-за отсутствия необходимого мастерства. Однако истинная причина, скорее всего, крылась в другом: для него главным было величие русской природы—сдержанной, спокойной, прекрасной в своих незамысловатых осенних одеждах. Аполлинарий Михайлович без конца стремился к идеалу, признавался: «Картины мои поглощают меня всего, хотя разочарование в них отнимает еще больше времени».

Задание 12. Проанализируйте особенности речевого жанра «Оценка персоны», представленного в АМД.

Рыцарь обреченный

Имя писателя Сергея Ауслендера хорошо известно ныне лишь относительно узкому кругу профессионалов и знатоков отечественной литературы. Хотя когда-то его книги высоко ценили многие соотечественники – за великолепный язык, утонченность. Судьба этого незаурядного человека могла бы лечь в основу увлекательного романа <...>

Сравнить его с кем-то из популярных литераторов вряд ли получится – Ауслендер слишком своеобразен. Немногословный, сдержанный романтик с обостренным чувством истории и времени, большой умелец в изображении оттенков и полутонов. Мечтательный лирик, которому удавались удивительно точные, «чеховские» наблюдения и характеристики.

Сочинительством увлекся очень рано, после вспоминал: «Пушкин и Шекспир были чуть ли не первыми моими книгами... я писал стихи, бредил театром». Талантливый юноша из купеческо-дворянской семьи быстро вошел в круг петербургской литературной элиты. До того учился на историко-филологическом факультете Петербургского университета, регулярно посещал «Башню» Вячеслава Иванова. Его рассказы и новеллы появлялись в «Весах», «Ниве», «Золотом руне» <...>

Его произведения отличала «изысканность века, столь жадно влекущегося к утонченной красоте всех времен и народов». «История всего человечества, – считал он, дала нам неисчерпаемое богатство разнообразнейших форм и красок. Художник волен пользоваться всеми». Ауслендер стал мастером стилизации <...>

В 1912 году у него вышла вторая книга – «Петербургские апокрифы». В рецензии Николай Гумилев подчеркивал: «Сергей Ауслендер – писатель – архитектор, ценящий в сочетании слов не красочные эффекты, не музыкальный ритм или лирическое волнение, а чистоту линий и гармоническое равновесие частных, подчиненных одной идее. Его учителями были Растрелли, Кваренги и другие создатели дивных дворцов и храмов столь любимого им Петербурга» <...>

Задание 13. В 1842 году В. Г. Белинский написал одну из самых важных теоретических статей «Речь о критике», ставшей откликом на выступление профессора Императорского Петербургского университета А. В. Никитенко. Можно ли использовать идеи В. Г. Белинского при разграничении художественной критики и арт-журналистики?

Многие под критику понимают или осуждение рассматриваемого явления, или отделение в нем хорошего от худого – самое пошлое понятие о критике! Нельзя ничего ни утверждать, ни отрицать на основании личного произвола, непосредственного чувства или индивидуального убеждения: суд предлежит разуму, а не лицам, а лица должны судить во имя общечеловеческого разума, а не во имя своей особы. Выражения «мне нравится, мне не нравится» могут иметь свой вес, когда дело идет о кушаньи, винах, рысаках, гончих собаках и т. п. Но когда дело идет о явлениях истории, науки, искусства, нравственности – там всякое «я», которое судит самовольно и бездоказательно, основываясь только на своем чувстве и мнении, напоминает собою несчастного в доме умалишенных <...>

Задание 14. В 1890–1894 годах выходил один из ведущих русских театральных, музыкальных и художественных журналов. В 2017 году проект был возрожден – появился первый номер «Артиста», «бесплатного журнала о музыке и не только», имеющего популярную интернет-версию. Персонажи нового издания: ДДТ, Борис Гребенщиков, Найк Борзов, группа «Таймсквер» и др.

5 января 2018 года гл. редактор опубликовал репортаж с проекта группы «Тараканы». С помощью каких речевых средств в данном случае осуществляется эстетизация журналистского арт-текста? Как влияют на статус и функции журналистских арт-медиа-текстов публикации такого типа?

Много шума из ничего

Главный редактор «Артиста» прожил неделю в одном доме с группой «Тараканы» и рассказал, как на самом деле проходил проект «Много шума из ничего».

Несколько человек стоят вокруг вокального микрофона и ритмично кричат хором: «Жри говно! Жри говно! Жри говно! Жри говно!». Как

только фрагмент записан, все начинают громко ржать и соревноваться в остроумии: «Пацаны, а можно не п...деть? Как только заканчивают, сразу начинается галдеж!!! Я тут уже пять часов сижу и жутко устаю от всего этого», – кричит из-за пульта Дм. Кожеватов. Главный редактор «Артиста» побывал на проекте «Много шума из ничего» <...>

Музыканты никуда не разъезжаются по ночам, живут здесь<...> Спокойно обсуждают идеи и, как правило, кто-то один из них берет на себя продюсирование следующего трека<...> Теперь дело за Спириным, ему надо придумать текст.

«Несколько месяцев назад читал комментарии в интернете и увидел такое сообщение: «Тараканы» – позор российского панк-рока», – говорит Спирин, переобувая красные домашние кеды в черные, уличные. Мне эта формулировка очень польстила и запала в душу. Я даже подумал, что это хорошее название для альбома. Сегодня я решил написать трек именно с таким посылом» <...> «В куплете я хочу обыграть расхожую фразу «Назвался панком – живи х...ево», – говорит Спирин.

«Слушай: назвался панком, пей мочу и жри говно. И делай вид, как будто вкусное оно. Надо же, в первых строчках немного пнул группу «Смех» <...>

(URL: <http://artist-magazine.ru/reportazh-mnogo-shuma-iz-nichego/>.

Дата обращения: 6.08.2018)

Задание 15. Какими речевыми средствами выражена оценка в статье С. Шолохова «Канны-2017: кинострасти на экране и после»?

Привет, привет, дорогие читатели и кинозрители! Каннский фестиваль, отмечающий свой 70-летний юбилей, вовсе не похож на почтенного старца. Такое впечатление, что это молодой юноша, который хотел бы испытать все, что в жизни есть увлекательного и горячительного. Во всяком случае отбор фильмов в основной конкурс свидетельствует о том, что «юноша», отбросив предрассудки, расширяет пространство дозволенного. И вовсе не всем, кто собрался судить о его выходках, это оказалось по нраву.

(Аргументы недели. 2017. № 20. С. 15)

Задание 16. Какие функции в тексте О. Саленко выполняют имена собственные?

Сергей Тимофеевич Аксаков вполне мог остаться в русской культуре автором одного произведения. Литературные стилизации народных сказок (А. Пушкина, С. Ершова) вопреки гневу В. Белинского быстро завоевали русского читателя. «Сказка ключницы Пелагеи» устойчиво входит в круг детского чтения, причем автор зачастую воспринимается лишь неким собирателем фольклора, услышавшим устный рассказ и записавшим произведение по памяти <...>

Аксаков родился в Уфе, принадлежал к старинному дворянскому роду. Выпускник Казанского университета, служит переводчиком в Петербурге, знакомится с Г. Державиным, адмиралом А. Шишковым, сочувственно относится к его теории языка и литературы.

Занимается переводами классической литературы, а также Мольера и Вальтера Скотта. Недолго пишет стихи в сентиментальном духе <...>

Чем объяснить популярность писателя? А. Хомяков считал, что разгадка «в самой последовательности произведений, которыми Сергей Тимофеевич приобрел свое имя».

Задание 17. Какую функцию выполняют иноязычные слова в тексте Н. Ставицкого «Как смотреть авторское кино» и обзрении «Литературной газеты» «Краудсорсинг в действии»?
Общее и различия?

1. Mubi.com (бывший Auters.net) задуман цивилизованным миром как онлайн-прокат авторского кино с репертуаром, напоминающим знаменитую Criterion collection (criterion.com). Каких-то удивительных редкостей здесь не найти, но фильмографии Бергмана, Антониони, Вонга, Кар-Вая, Линча, фон Триера присутствуют в полном объеме. Применительно к нашей родине, как обычно, выясняются не самые приятные нюансы: на территории России большая часть синемаатеки Mubi недоступна. Отечественным пользователям в основном предлагается смотреть кино Восточной Европы (преимущественно какой-нибудь румынский авангард и раннего Поланского) и архивный азиатский кинематограф для сильных духом. Российские пользователи гордо проигнорировали это обстоятельство и взялись использовать Mubi нестандартным образом, превратив его в удобное, сплоченное и хорошо организованное кинематографическое комьюнити в интернете.

(F5. 2010. № 42. С. 24)

2. В середине октября 2015 года Правительство Москвы запустило краудсорсинговый проект «Моя библиотека», главной целью которого стало превращение библиотек в популярные и современные общественные пространства – культурные центры интеллектуального развития. На протяжении месяца жители столицы высказывали свои предложения и идеи, лучшие из которых легли в основу плана развития библиотек Москвы. Бесплатный Wi-Fi, услуги по копированию документов, кафетерий, пуфы и подушки на подоконниках – в дополнение к читальному залу, курсы каллиграфии и видеопозы – вместо скучных. Похожих на школьные уроки библиотечных вечеров. Только самые новые подходы смогут вернуть в библиотеки человека, погрязшего в гаджетах и развлекательном досуге. Удобные и актуальные форматы работы, качественный книжный фонд и профессиональные сотрудники – все это сокращает расстояние между литературой и читателем.

(ЛГ. 2018. № 49 (6624). С. 6)

Задание 18. В одном из интервью Председатель Совета Федерации России В. Матвиенко сказала: «Культура – огромный ресурс экономического и социального развития» (Культура. 2015. № 18(7959). С. 1). Прокомментируйте это высказывание. Как должна измениться современная российская арт-журналистика, чтобы соответствовать такой миссии?

Задание 19. Определите сверхзадачу автора текста. Какие контактоустанавливающие средства и речевые приемы использует автор в сильных текстовых позициях? Какую функцию выполняют в этом тексте прецедентные феномены? Назовите признаки индивидуального стиля Мелихова-критика.

Букашки и слоны

В биографической книге «Вирджиния Вулф: «моменты бытия»». (М., 2018) Александр Ливергант, подобно умелому романисту, сразу берет быка за рога: «Когда в 1875 году сорокатрехлетний радикал, атеист, вольнодумец, издатель и автор первого издания многотомного «Словаря национальной биографии» сэра Лесли Стивен потерял умершую в расцвете лет жену, – он посчитал, что жизнь кончилась. Она же только началась: накануне смерти жены, младшей дочери Теккерея, Харриет Мэ-

риан, женщины не слишком красивой, не слишком умной и не слишком заметной, в доме Стивенсов впервые появилась близкая подруга Харриет—сама, несмотря на юный возраст, вдова с тремя детьми, миссис Герберт Дакуорт, урожденная Джулия Джексон. Очень скоро Джулия сблизилась с домочадцами покойной Харриет, в особенности же с главой семьи, и спустя два с половиной года, в марте 1878-го, вышла за Лесли Стивена замуж: пятидесятилетний ученый муж воспылал к своей тридцатипятилетней утешительнице и советчице мгновенной и нешуточной любовью. Поначалу был отвергнут безутешной вдовой, говорившей, что после смерти любимого мужа, совсем еще молодого юриста Герберта Дакуорта, с которым Джулия прожила всего-то четыре года, «вся жизнь казалась кораблекрушением», однако продолжал осаду и своего добился. И тем самым убил, так сказать, двух зайцев. Не только обрел верную и заботливую жену, с которой прожил в мире и согласии без малого двадцать лет. Но и избавился от весьма обременительной опеки своей золовки Энни, сестры покойной жены, взбалмошной, сверхчувствительной болтушки, одолевавшей сэра Лесли чтением вслух своих бездарных романов, таких же многословных, как и она сама». В одном абзаце изящно обрисованы и характеры, и судьбы родителей знаменитой писательницы-модернистки, что бы последнее слово ни означало.

Стилистика книги всюду безупречна, что даже создает определенные сложности для рецензента, одна из задач которого продемонстрировать, что, сколь бы ни был совершенен автор, до рецензента ему все-таки не дотянуть. Увы, на всех четырехстах с лишним страницах мне удалось найти лишь один повод для придирки: на с. 14 красавица Вирджиния кажется «вылепленной из мрамора»—из мрамора все же скорее высекают. Так что в следующем издании будет что поправить, а оно, я уверен, понадобится: книга не только высокопрофессиональна, но и увлекательна, ее персонажи предстают совершенно живыми, как в авторском тексте, так и в цитатах.

Вот как сама Вирджиния вспоминала родителей за два с половиной месяца до собственного самоубийства: «До чего же красивыми были мои старики—я говорю о папе и маме—до чего простыми, до чего чистыми, до чего прямыми. Я погрузилась в старые письма и отцовские воспоминания. Он любил ее: ох, каким же он был искренним и разумным. У него был утонченный и изысканный ум, ясный, здравый ум образованного человека. Их жизнь встает передо мной спокойной и веселой; никакой грязи, никаких омутов. И так человечно—с детьми, и легким притворством, и детскими песенками». И какой же не просто безжалостной, но

издевательски безжалостной должна быть жизнь, чтобы не просто во второй раз отнять у ее отца любимую жену, но еще и превратить его в невыносимого деспота и брюзгу. Чтобы любящая дочь в своем дневнике в день его рождения посвятила ему такую запись: «День рождения отца. Сегодня ему бы исполнилось девяносто шесть... Но, слава Богу, этого не произошло. Его жизнь перечеркнула бы мою. И что бы было? Я бы ничего не написала, не выпустила ни одной книги. Непостижимо! Не проходило и дня, чтобы я не думала о нем и о матери...».

М-да, не всякая женщина решилась бы так откровенно порадоваться, что ее отец не дожил до своего девяностошестилетия. Мать, правда, умерла слишком рано, чтобы помешать творческому процессу, и, возможно, поэтому ее смерть для Вирджинии «явилась «величайшей катастрофой, какая только могла произойти». И привела к тяжелому нервному срыву – первому в череде многих. Эти приступы или срывы, или, как их еще называют, психические кризисы, и сильные и слабые, протекали примерно одинаково. Сперва учащенный пульс, так, словно Вирджиния чем-то очень взволнована, повышенная температура, сильное возбуждение. Потом – то, что она впоследствии назовет «эти ужасные голоса», они будут долго и неустанно звучать у нее в ушах. Одновременно с этим – страх людей; он был и в детстве, о чем мы уже писали, теперь же Вирджиния испытывала ужас, встречаясь даже с хорошими знакомыми, густо краснела, если с ней заговаривали, не могла себя заставить посмотреть в глаза собеседнику. И страх улицы: она никак не может забыть, как на ее глазах под омнибус попала девочка на велосипеде, а ведь произошло это несколько лет назад. Эти страхи сменялись подавленностью и непреходящим, мучительным чувством вины».

Вероятно, сегодня бы это назвали маниакально-депрессивным психозом, или, более деликатно, биполярным расстройством, и скорее всего именно болезненная хрупкость психики обусловила то, что главными событиями в ее творчестве, а во многом, видимо, и в жизни для Вирджинии Вулф сделались события не внешнего, а внутреннего мира.

Тем более что внешняя ее биография протекала без особенных, по нашим, российским меркам, потрясений, – матери умирают у всех, отцы выживают из ума у многих, это потрясения, увы, довольно заурядные. Даже испытания детьми не выпало на ее долю, а ведь именно дети одно из крупнейших явлений мира реальностей, поскольку страх за них принадлежит к крупнейшим явлениям внутреннего мира. А в остальном – внешне – на редкость благополучная судьба. Блестящие знаменитые друзья, умный любящий муж Леонард, которому утонченная интеллек-

туалка, судя по всему, платила лишь признательностью, а не любовью, — похоже, она знала страстную любовь лишь в качестве сторонней наблюдательницы, в том числе и любовь, направленную на нее самое, причем любовь не только мужчин, но и женщин (гомосексуальность или бисексуальность в этом утонченном кругу были делом самым обычным). Может быть, еще и поэтому собственные ее книги в подробных разборах Александра Ливерганта — удивительное дело! — предстают более интересными, чем при прочитывании, — второго такого случая припомнить не могу.

Умная писательница, как это свойственно едва ли не всем сочинителям и сочинительницам, пыталась возвести нужду в добродетель, провозгласить свою эмоциональную обедненность новаторством, а традиционных романистов объявить отсталыми и неполноценными, «материалистами», которые «затрачивают массу искусства и массу труда, выдавая незначительное и преходящее за истинное и вечное», которые «заныты телом, а не духом», напрасно расходуя силы «на доказательство добротности и жизнеспособия существования». Тогда как «жизнь — это сияющий ореол, полупрозрачная оболочка, окружающая нас с момента зарождения нашего сознания и до его исчезновения. Не в том ли задача романиста, чтобы описывать этот изменчивый, непознанный и необъятный дух, какие бы заблуждения и трудности при этом ни обнаружились, с наименьшей возможной примесью чужеродного и внешнего?».

Сияющий ореол, полупрозрачная оболочка — не уверен, что эти метафоры что-то означают, очень уж они отдают напыщенным пустословием. Описывать «мельчайшие частицы, когда они западают в сознание», — это уже на что-то похоже. Когда я больше сорока лет назад сочинял свою первую повесть «Весы для добра», меня захватывало одновременное присутствие в сознании действительно «мириадом впечатлений»: герой решает вопрос жизни и смерти, а одновременно слышит звуки электрички, пытается разобрать буквы на окурке и шевелит затекшими пальцами в башмаке. Но захватывало это меня исключительно потому, что этого, как мне казалось, еще никто не изображал. А когда я это один раз изобразил, повторять стало совершенно не интересно. Более того, тащить в прозу все подряд, не различая важного и не важного, мелкого и крупного, и означает гнаться за жизнеспособием, выдавая незначительное и преходящее за истинное и вечное.

Вирджиния Вулф уверяет: «*Всё* — подходящий материал для литературы, любое чувство, любая мысль... ни одно ощущение не может быть некстати», — и тут же превозносит великих русских писателей — Толсто-

го, Достоевского, Чехова – за «черты святости – если сочувствие к чужим страданиям, любовь к ближнему, стремление достичь цели, достойной самых строгих требований духа, составляют святость». Однако эти писатели вовсе не фиксируют все мелочи без разбора, – роскошества их детализации работают на душевное потрясение, коих у Вирджинии Вулф не сыщешь днем с огнем. Из «моментов бытия» выходишь с чувством бесконечной жалости к героине книги и, вместе с тем, с пониманием, отчего лично мне ее всегда было скучновато читать – недоставало масштаба личности. Ее интересуют только «тонкости», но тонкости мне интересны лишь как подробности чего-то значительного. Если же во вселенной писателя нет ничего, кроме уточнений, если он принципиально изгоняет из нее слонов и тигров, полностью сосредоточиваясь на бабочках и мушках, – одни, как изумруд, другие, как коралл! – то, ей-Богу, лучше уж прежние сиволапые «материалисты», не замечавшие букашек и таракашек, но умеющие разглядеть и нарисовать слонов, волков, обезьян и газелей. Люди духа, безразличные к материальному, не способны изображать материальный мир. Но они могут с изумительной стойкостью переносить материальные потери. Вот реакция Вирджинии и Леонарда при виде их разбомбленного дома.

Леонард: «Собственность – это, в сущности, такая обуза. Может быть, и хорошо начать все с самого начала». Вирджиния: «Со вздохом облегчения посмотрела на груды развалин... Теперь я свободна... Удивительно – облегчение от того, что что-то потеряно. Я бы хотела начать жизнь на земле, почти без ничего – свободной идти, куда хочу...».

И осенью 1940 года, сказав себе, что «любая идея реальнее любого числа военных несчастий» и что «надо придумать книгу, чтобы подавить ужас войны, страх смерти», – утешилась. Так, по крайней мере, Леонарду казалось.

«Конец придает живость, даже веселость и беззаботность каждодневной, беспорядочной жизни...», – *записывает она в дневнике в это время*.

«Почти все биографии Вирджинии Вулф – а их десятки, и не только по-английски – кончаются одинаково. Письмом Вирджинии Леонарду. Выйдя среди дня из кабинета послушать новости, Леонард, узнав от служанки, что «миссис Вулф сказала, что скоро будет», обнаружил на камине два голубых конверта, на одном из которых значилось его имя.

Пока он дрожащими руками рвал конверт, а потом лихорадочно, перепрыгивая глазами со строчки на строчку, читал написанное, утопившуюся Вирджинию в наглухо застегнутом зимнем пальто с оттопырен-

ным от камня карманом сильным течением несло под мост через Уз.

Вот это письмо:

«Дорогой, я чувствую, что снова схожу с ума. Я уверена в этом, как и в том, что повторения этого кошмара мы просто не вынесем. Я знаю, что больше уже никогда не приду в себя. Я опять слышу голоса и не могу сосредоточиться. Поэтому я собираюсь сделать то, что кажется мне единственно правильным. Ты подарил мне счастье, больше которого не бывает. Ты был для меня всем, всем во всех смыслах. Наверное, мы были самой счастливой парой на свете, пока не началась эта жуткая болезнь, с которой я не в силах больше бороться. Я знаю, что порчу тебе жизнь, что без меня ты смог бы работать. И ты будешь работать, я верю. Видишь, я даже простую записку и ту уже не способна написать. Я не могу читать. Просто мне хотелось сказать, что именно тебе я обязана всем, что было хорошего в моей жизни. Ты был невероятно терпелив и удивительно добр. Мне хочется это сказать, хотя это и без того всем известно. Если кто-то и мог бы меня спасти, так только ты. Я потеряла всё, кроме уверенности в твоей доброте. Я не могу больше портить тебе жизнь. По-моему, мы с тобой были самыми счастливыми людьми на свете.

В.»

Благодарение Всевышнему, в этот трагический час несчастной женщине не пришло в голову насыщать свое прощальное письмо побочными мириадами впечатлений, все подчинено главному чувству, главной мысли. И потому потрясает.

На оборотной стороне листа было написано: *«Уничтожь все мои бумаги»*.

Однако стереть свой образ из людской памяти писательнице не удалось: рядом с местом ее обитания открыт ресторан «Вирджиния Вулф», где подают сэндвичи «Вирджиния джамбо клуб», а в соседней пивной кружки ставят на картонные подставки с изображением писательницы. На некоторых изображениях в профиль она прекрасна как античная камея, но пивцам пива вряд ли до этого есть дело.

Букашки и таракашки быта и без того всегда стремятся истребить слонов и тигров бытия, но не думаю, что писатели еще и должны оказывать им поддержку.

А. Мелихов

Теоретические вопросы к экзамену

1. Феноменальность дискурса искусства в современном российском медиапространстве.
2. Основные этапы истории российской культурно-познавательной журналистики.
3. АМД: объем и структура.
4. Арт-журналистика и художественная критика: сходство и различия.
5. Современная российская арт-журналистика: основные тенденции эволюции.
6. Речевая практика в современной арт-журналистике.
7. Арт-журналистика о современной массовой культуре.
8. Оценка в современном журналистском арт-тексте.
9. Принципы и приемы пиар-презентации произведения искусства.
10. Принципы и приемы рекламирования арт-объектов.

Учебное издание

Цветова Натоалья Сергеевна

ИСКУССТВО В МАССМЕДИА

Редактор: А. Н. Жаворонкова

Компьютерная верстка: Мещерин В.В.

Подписано в печать 23.01.20189. Формат 60 × 84^{1/16}.
Бумага офсетная. Гарнитура Times. Печать цифровая.
Усл. печ. л. 5,29. Тираж 100 экз. Заказ № 771.

Отпечатано в Издательстве ВВМ.
198095, Санкт-Петербург, ул. Швецова, 41.