



Междисциплинарные науки

УДК 316.772.5

С.А. Аракельян

Аракельян Сабрина Арамовна, студентка 4 курса группы АРТБ/бак-18 факультета социально-культурной деятельности и туризма Краснодарского государственного института культуры (Краснодар, ул. им 40-летия Победы, 33), e-mail: avagimova.sabrina@mail.ru

Научный руководитель: **Морозов Сергей Александрович**, доктор философских наук, профессор кафедры арт-бизнеса и рекламы Краснодарского государственного института культуры (Краснодар, ул. им 40-летия Победы, 33), e-mail: morozovsakras@yandex.ru

АРТ-БЛОГИНГ КАК НОВЫЙ ВЕКТОР РАЗВИТИЯ МЕДИАТВОРЧЕСТВА ЦИФРОВОЙ ЭПОХИ

В данной статье рассматривается арт-блогинг как новый вектор развития медиатворчества цифровой эпохи. В русле новых медиа стали появляться новые средства интерактивной коммуникации в цифровом пространстве, стираются границы между традиционными средствами массовой информации и коммуникации, существующие на сегодняшний день. В ходе исследования было раскрыто понятие «арт-блог», определены характерные типы по тематическим предпочтениям арт-блогов, выявлены разновидности блогов по принадлежности к определенной медиаплатформе.

Ключевые слова: арт-блог, журналистика, медиатворчество, цифровые технологии, художественный блог, культурный блог, коммуникации, искусство, современное искусство.

S.A. Arakelyan

Arakelyan Sabrina Aramovna, 4th course student of ADB-18 group of the Krasnodar state institute of culture (33, im. 40-letiya Pobedy st., Krasnodar), e-mail: avagimova.sabrina@mail.ru

Research supervisor: **Morozov Sergey Aleksandrovich**, doctor of philosophy, professor of department of art business and advertising of the Krasnodar state institute of culture (33, im. 40-letiya Pobedy st., Krasnodar), e-mail: morozovsakras@yandex.ru

ART BLOGGING AS A NEW VECTOR OF MEDIA CREATION DEVELOPMENT OF THE DIGITAL AGE

This article discusses art blogging as a new vector for the development of media creation of the digital age. In line with the new media, new means of interactive communication have begun to appear in the digital space, the boundaries between traditional mass media and communications that exist today are being erased. In the course of the study, the concept of "art blog" was revealed, characteristic types of thematic preferences of art blogs were identified, varieties of blogs were identified by belonging to a certain media platform.

Key words: art blog, journalism, media creativity, digital technologies, art blog, cultural blog, communications, art, contemporary art.

Цифровые технологии оказывают большое влияние на развитие сферы культуры и искусства. Так, в русле новых медиа стали появляться новые средства интерактивной коммуникации в цифровом пространстве, стираются границы между традиционными средствами массовой информации и коммуникации, существующие на сегодняшний день. Традиционные и инновационные средства массовой информации широко распространены в медиaprостранстве. Связано это с тем, что технический и технологический

потенциал интернет-платформы позволяет любому пользователю создавать собственный контент и продвигать его с помощью различных каналов интернет-коммуникации. Так, свою популярность среди пользователей приобрел формат личного интернет-блога, в данном случае – арт-блога.

Официальных исследований по теме арт-блога в настоящее время недостаточно для обширного изучения, поскольку арт-блог в том виде, в котором существует сейчас, – совершенно новое явление в цифровой сфере. Поэтому главной целью настоящего исследования является определение основных признаков и черт художественного блогинга как нового популярного направления в медиатворчестве цифровой эпохи, а также на базе анализа контента популярных арт-блогеров выявление особенности воздействия цифровой среды на возникновение инновационных видов коммуникации и творческого самовыражения.

Первый блог (от англ. *weblog*) был создан в 1992 году основателем всемирной паутины (интернета) Тимом Бернерс-Ли. Тогда Тим публиковал обычные текстовые заметки о развитии «всемирной паутины» и появлении новых сайтов. Спустя десятилетие, формат блогов приобрел настолько большую популярность, что их объявили отдельным сетевым жанром сетевой литературы [3].

Современный арт-блог представляет собой популярный формат цифрового онлайн-блога, который направлен на культуру и искусство. В последнее время, как и в случае с другими типами блогов, некоторые художественные блоги взяли на вооружение функции социальных сетей «Web 2.0» [2]. Блоги об искусстве, которые способны быстро подстраиваться под новые технологии, могут быть источником информации о художественных мероприятиях, способом обмена информацией и изображениями или онлайн-площадкой для виртуальных встреч ценителей культуры и искусства.

Т.С. Сергеева и Е.С. Дорошук определяют арт-блог как «тип блога, создаваемый на темы искусства, презентующий искусство в разных его видах

и жанрах <...> на современном этапе реализует функции социальных сетей, так как становится основным каналом распространения информации об искусстве» [1, с. 51].

Тематика арт-блогов включает в себя не только публикацию собственного творческого контента, но и новости о культуре и искусстве, материалы об арт-маркетинге, мнения художественных критиков и многое другое. Существование разных коммуникационных форматов в рамках арт-блогов также обусловлено тем, что интернет и цифровые технологии открыли большей части населения широкий доступ к различным сферам искусства и специальным знаниям, что поспособствовало переходу искусства из элитарного к массовому [1, с. 51]. В результате, такие изменения привели к тому, что в современном медиaprостранстве появляются новые творческие личности, желающие самовыражаться и самореализовываться.

Т.С. Сергеева и Е.С. Дорощук в своем исследовании выделяют следующие характерные типы по тематическим предпочтениям арт-блогов:

- 1) художественные арт-блоги (основываются на темах художественного творчества);
- 2) литературные арт-блоги (раскрывают проблематику литературы);
- 3) арт-блоги о музейной деятельности (проблематика музейного дела и творчества);
- 4) арт-блоги о музыкальной деятельности (затрагивают темы классического и современного музыкального творчества);
- 5) арт-блоги о киноиндустрии и киноискусстве;
- 6) арт-блоги о телевидении как искусстве;
- 7) арт-блоги о медиаискусстве (затрагивают тему *digital-art*);
- 8) арт-блоги о балете и танцевальном искусстве.

Процесс коммуникации в сфере блогинга основывается на постоянном контакте блогера с аудиторией. Поэтому часто блогеры выступают в качестве «лидеров мнений», создают коммуникацию между людьми и событиями. Такая коммуникация предполагает ответственность, оперативность,

интерактивность и «чуткость» к запросам аудитории, поскольку важнейшая цель блогера – формирование здоровой цифровой среды [1, с. 52].

Актуализация пользовательских арт-блогов связана с их широкой репрезентацией в социальных сетях – Instagram, TikTok и YouTube, – занимающих лидирующие позиции среди всех сетевых платформ, существующих в настоящее время.

Анализируя отечественные художественные блоги, можно выделить три их разновидности по принадлежности к определенной медиаплатформе:

1) блоги на порталах об искусстве с возможностью для пользователя создания собственной страницы, открытого комментирования и публикации рецензий (например, «Сигма»);

2) авторские блоги на персональных страницах в социальных сетях, включая блоги профессиональных критиков (Instagram, TikTok) и блоги интернет-пользователей, цифровых художников (YouTube);

3) автономные арт-блоги (например, «Блог Художник Online»).

Проведенное исследование множества отечественных и зарубежных арт-блогов позволило сформулировать следующие выводы:

– субъективная подача контента и личностный характер: блогер более свободен от цензуры, а подача материала является облегченной и рассчитанной на массовую целевую аудиторию;

– каждый блогер стремится к созданию собственного уникального контента, который сможет заинтересовать как можно больше пользователей, старается адаптировать собственный продукт под уже работающие форматы, популярные среди зрителей и легкие для их восприятия;

– происходит сепарация контента на легкий и сложный форматы, которые создаются для разных целевых групп. Например, в социальной сети TikTok короткие видео представляют собой облегченную подачу информации, а на YouTube длинные видео воспринимаются иначе, там зачастую публикуется «сложный» контент, который нужно анализировать;

– цифровое пространство работает на эмергентность, создавая новое

поле для развития творчества, которое по своей сути наиболее многофункционально и многоаспектно;

– преобладает игровая модель с целью развлечения аудитории.

Резюмируя вышесказанное, можно отметить, что исследование арт-блогинга как нового направления развития медиатворчества в цифровую эпоху находится только в самом начале. Интернет – это сеть, новый инструмент для творческой деятельности, который легко поддается изменениям и подстраивается под окружающие события, а как известно из исследований, арт-блог не может существовать без этого инструмента.

Список используемой литературы:

1. *Сергеева, Т. С.* Своеобразие российского арт-блогинга как новой формы медиатворчества цифровой эпохи / Т.С.Сергеева, Е.С. Дорощук // Теоретические проблемы искусства, художественного образования и культурологии. – 2021. – № 3(28). – С. 50-57.

2. Арт-блог // Wikichi: [сайт]. – URL: https://wikichi.ru/wiki/Art_blog (дата обращения: 30.11.2021).

3. Когда же появился первый блог? // 7bloggers: [сайт]. – URL: <https://7bloggers.ru/kogda-zhe-poyavilsya-pervyj-blog/> (дата обращения: 30.11.2021).