



ЛУГАНСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ
АКАДЕМИЯ КУЛЬТУРЫ И ИСКУССТВ
ИМЕНИ МИХАИЛА МАТУСОВСКОГО



КАФЕДРА
ТЕОРИИ И ИСТОРИИ
ИСКУССТВ

В. В. Шатилов

Тексты в арт-бизнесе и основы арт-журналистики



Учебное пособие

МИНИСТЕРСТВО КУЛЬТУРЫ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«Луганская государственная академия культуры и искусств
имени Михаила Матусовского»

В. В. Шатилов

Тексты в арт-бизнесе и основы арт-журналистики

учебное пособие

Санкт-Петербург
Издательский дом «Scientia»
2025

УДК 070.1(075.8)
ББК 76.005я73
Ш28

Рецензенты:

Герасименко Ирина Анатольевна — доктор филологических наук, профессор, проректор по научной работе и инновационной деятельности, Донецкий государственный педагогический университет им. В. Шаталова;

Аронова Виктория Витальевна — кандидат экономических наук, доцент, заведующая кафедрой менеджмента и социокультурных технологий, Луганская государственная академия культуры и искусств имени Михаила Матусовского.

Шатилов, Вадим Вадимович

Ш28 **Тексты в арт-бизнесе и основы арт-журналистики: учебное пособие /** В. В. Шатилов; Луганская государственная академия культуры и искусств имени Михаила Матусовского. — Санкт-Петербург: Сциентиа, 2025. — 148 с.

ISBN 978-5-907902-57-2.

Учебное пособие адресовано студентам гуманитарных вузов, для которых журналистика не является профильным направлением подготовки, однако их будущая профессиональная деятельность непосредственно связана с культурными индустриями и арт-бизнесом.

В пособии излагаются методические основы составления служебных и сопроводительных текстов, писем партнёрам и спонсорам, а также рассматриваются ключевые аспекты арт-журналистики. Каждая тема снабжена теоретическим материалом, примерами, вопросами для самоконтроля и заданиями различного уровня сложности.

Пособие подходит как для аудиторной, так и для самостоятельной работы, а также может служить опорой в формировании профессиональных компетенций в области культурной коммуникации и арт-бизнеса.

УДК 070.1(075.8)
ББК 76.005я73

*Учебное пособие рекомендовано к изданию
Учёным советом Луганской государственной академии
культуры и искусств имени Михаила Матусовского.*

© Шатилов В. В., 2025

© Луганская государственная академия
культуры и искусств имени Михаила Матусовского, 2025

© ИД Scientia (оформление), 2025

ISBN 978-5-907902-57-2

*Посвящается моей маме
Шатиловой Наталье Станиславовне
за её неизменную поддержку,
терпение и веру в меня.*

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	7
РАЗДЕЛ I. СЛУЖЕБНЫЕ ТЕКСТЫ	10
1. Типология текстов в сфере культуры	10
2. Общие принципы написания служебных текстов	13
3. Написание новостных заметок	15
3.1. Актуальность	16
3.2. Критерии новостной значимости	18
3.3. Виды новостных текстов и их структура	20
3.4. Заголовок в структуре новостного текста	22
3.5. Лид или информационное вступление	23
3.6. Основной блок новостного текста	24
3.7. Структура и оформление короткой новостной заметки ..	27
3.8. Структура и оформление развёрнутой новостной замет- ки	28
3.9. Мягкая новостная заметка	29
3.10. Структура и оформление составной новостной замет- ки	30
3.11. Размещение новостных текстов	32
4. История появления и функция пресс-релиза	33
4.1. Структура пресс-релиза и пресс-пакета	33
4.2. Требования к структурным частям пресс-релиза	34
4.3. Оформление пресс-пакета	36
РАЗДЕЛ II. АРТ-ЖУРНАЛИСТИКА	38
5. Основные жанры арт-журналистики	38
6. Интервью	39
6.1. Функции и виды жанра интервью	39
6.2. Роль собеседника	41
6.3. Подготовка к интервью	42

6.4. Манипуляции со стороны собеседника	49
6.5. Редактирование интервью	52
6.6. Этика интервьюера	54
7. Комментарий и рецензия	55
7.1. Структура	57
7.2. Виды концовок	58
8. Репортаж	60
8.1. Структура и виды репортажа	60
8.2. Приёмы создания драматизма в тексте	61
РАЗДЕЛ III. СОПРОВОДИТЕЛЬНЫЕ ТЕКСТЫ	65
9. AS / Artist statement / Декларация художника	65
10. CV / Curriculum vitae / Краткое жизнеописание	68
11. Портфолио	70
11.1. Титульный лист	71
11.2. Основная часть	72
11.3. Форматы и оформление	73
11.3.1. Печатное портфолио	73
11.3.2. Цифровое портфолио	75
11.3.3. Онлайн-портфолио	76
12. Open call / Приглашение к участию	78
12.1. Структура текста	78
12.2. Этапы отбора заявок	81
12.3. Каналы привлечения участников	84
РАЗДЕЛ IV. ПИСЬМА ПАРТНЁРАМ И СПОНСОРАМ	85
13. Партнёры и спонсоры проекта	85
13.1. Что можно предложить?	86
13.2. Чего не стоит обещать?	86
13.3. Структура письма для партнёра и спонсора	87
13.4. Способ связи с адресатом	89
ЗАДАНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ	91
Задание для самостоятельной работы № 1	91
Задание для самостоятельной работы № 2	91

ОГЛАВЛЕНИЕ

Задание для самостоятельной работы № 3	95
Задание для самостоятельной работы № 4	95
Задание для самостоятельной работы № 5	96
Задание для самостоятельной работы № 8	97
Задание для самостоятельной работы № 9	98
Задание для самостоятельной работы № 11	99
Задание для самостоятельной работы № 12	99
ВОПРОСЫ ДЛЯ САМОКОНТРОЛЯ	100
ПРИЛОЖЕНИЯ	103
СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ	145
ЭЛЕКТРОННЫЕ РЕСУРСЫ	146

ВВЕДЕНИЕ

Современная индустрия культуры — это сложная и динамично развивающаяся система, в основе которой лежат коммуникационные процессы. В условиях глобализации и цифровой трансформации медиасреды успешная реализация культурных проектов во многом зависит от качества взаимодействия между всеми участниками этого поля. Специалисты в области арт-менеджмента, рекламы и PR сталкиваются с необходимостью не только создания востребованных проектов, но и грамотной их презентации. В этом им помогают различные жанры служебных текстов, которые обеспечивают как внутреннюю деловую коммуникацию, так и внешнее взаимодействие с медиа, спонсорами, партнёрами и, конечно же, целевой аудиторией.

Данное учебное пособие адресовано студентам гуманитарных вузов, для которых журналистика не является профильным направлением подготовки, однако их будущая профессиональная деятельность так или иначе связана с культурными индустриями и арт-бизнесом.

В пособии рассматриваются ключевые виды текстов, используемых в культурных индустриях: новости, пресс-релизы, интервью, рецензии, репортажи, приглашения к участию (open call), а также деловые письма спонсорам и партнёрам. Каждый из этих форматов имеет свою структуру, языковые особенности и коммуникативные задачи. Поэтому автору служебных текстов необходимо не только теоретическое понимание специфики данных текстов, но и практические навыки их создания.

Освоение служебных текстов актуально не только для специалистов в области арт-менеджмента, арт-журналистики, PR и организации культурных мероприятий, но и для широкого круга представителей творческих профессий — художников, фотографов, режиссёров, дизайнеров, музыкантов и других деятелей культуры.

ВВЕДЕНИЕ

В современном мире саморепрезентация и медиакоммуникация становятся важнейшими инструментами продвижения творческих проектов, позволяя эффективно взаимодействовать с аудиторией и успешно конкурировать на рынке культурных индустрий.

Структура пособия сочетает изложение теоретических основ с практическими рекомендациями, обеспечивая комплексный подход к освоению материала. Каждая глава содержит анализ типологии и структуры различных текстов, примеры успешных практик, разбор типичных ошибок и задания для самостоятельной работы.

Автор надеется, что данное пособие станет полезным инструментом для формирования профессиональных компетенций в области подготовки служебных и сопроводительных текстов, освоения основных жанров арт-журналистики и поможет студентам развить навыки, необходимые для эффективной коммуникации в современной культурной среде.

Полный текст издания недоступен
по решению правообладателя

Учебное издание

Шатилов Вадим Вадимович

**ТЕКСТЫ В АРТ-БИЗНЕСЕ
И ОСНОВЫ АРТ-ЖУРНАЛИСТИКИ**

Учебное пособие

Компьютерная верстка: Р. И. Газизов

Дизайн обложки: В. В. Шатилов

Подписано в печать: 01.12.2025 г.
Формат 60×84¹/₁₆. Усл. печ. л. 8,6
Тираж 100 экз., Заказ № 25/146.

Издательский дом «Сциентиа»
г. Санкт-Петербург, пер. Дегтярный, д. 22, литер А
Тел. +7 (812) 649–93–76
www.scientia-pub.org
email: info@scientia-pub.org

Отпечатано в типографии «Паблит»
г. Москва, ул. Полярная, д. 31В, стр.1