

Н. В. КАРЧЕВСКАЯ

ФОРМЫ РЕПРЕЗЕНТАЦИИ ПОЛИСИНТЕТИЧЕСКИХ ПРОИЗВЕДЕНИЙ В СРЕДСТВАХ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ

Выявляются общие и специфические тенденции репрезентации полисинтетических произведений в средствах массовой информации, выделяются две категории СМИ, представляющих ценности искусства, приводятся примеры репрезентации полисинтетических произведений.

В современном мире средства массовой информации влияют на беспрецедентное число людей и становятся мощным инструментом воздействия, поскольку характеризуются быстротой и регулярностью распространения, безличностью, опосредованностью передаваемой информации. В то же время отмечается расширение границ искусства, являющееся одним из важнейших факторов естественного и необходимого процесса саморазвития. Исследование проблем интеграции современного искусства связано с решением целого ряда актуальных вопросов, среди которых: включенность искусства в общий процесс функционирования культуры; определение границ «художественного» и «нехудожественного», «края» искусства; соотношение центрального и периферийного в структуре произведения искусства; нацеленность на эстетическое осмысление повседневности; формирование системы отношений между элементами художественного произведения, самим произведением, его творцом и реципиентом и т.д. [3].

Активизация межкультурных коммуникаций между Беларусью и другими странами, изменение культурного контекста не могли не привести к трансформации взаимосвязей между искусством и средствами массовой информации. Произошедшая переструктуризация ценностей художественной культуры выразилась как в тех сдвигах, которые претерпел «рейтинг» искусств, так и отражении в СМИ. Вышесказанное обуславливает актуальность выявления адекватных форм репрезентации изменившегося содержания и структуры современного искусства, в частности, полисинтетических произведений.

Следует отметить, что спектр форм репрезентации полисинтетических произведений в СМИ широк и делится на следующие основные группы:

- репродукционные («технические») – трансляция, репортаж-трансляция, ретрансляция;
- художественно-аналитические – художественный комментарий, художественное аналитическое обозрение, рецензия;

– художественно-публицистические – зарисовка, эссе, художественная документальная радио- или теледрама, художественный очерк;

– формы новостной фактологии («информационные») – художественная заметка, теле- и радиокорреспонденция; информационный теле- и радиорепортаж (констатация факта демонстрации полисинтетического произведения), фактологическое интервью, обозрение художественного события, факта, процесса; теле- и радиожурнал как разновидность расширенного обозрения, новостной выпуск как информационный срез событий и фактов актуальной художественной жизни.

Крупные группы форм репрезентации подразделяются в свою очередь на типы. Например, среди информационных форм можно выделить репортаж с концерта, фестиваля, театральной постановки, интервью-портрет, интервью-беседу, интервью-дискуссию. Кроме того, полисинтетическое произведение может быть репрезентировано в процессе ток-шоу, телевизионного фильма (отдельно выделяется форма, которую условно можно назвать «фильм о фильме», т.е. фильм, рассказывающий о процессе подготовки полисинтетического произведения, его авторах и исполнителях).

Мы считаем, что высшими формами репрезентации полисинтетического произведения стали формы, в которых искусство и СМИ сливаются. Примерами могут служить телевизионный мюзикл и телевизионное художественное реалити-шоу.

В современной репрезентации произведений искусства в средствах массовой информации можно выделить *универсальные* тенденции (свойственные системе масс-медиа в целом), проявляющиеся, например, в падении интереса к литературе, антиинтеллектуализме, тяготении к интерпретационным формам [1]. *Специфические* тенденции обуславливаются принадлежностью и направленностью конкретных СМИ.

Анализ форм репрезентации ценностей национальной художественной культуры и полисинтетических произведений, в частности, показывает, что мы сегодня находимся в ситуации разрыва между прошлым и настоящим, в «духовных поисках» масс. Этот разрыв был зафиксирован еще Ортегой-и-Гассетом, анализировавшим механизм желаний: «Когда эпоха удовлетворяет все свои желания, свои идеалы: это значит, что желаний больше нет, источник желаний иссяк. Значит, эпоха пресловутой удовлетворенности – это начало конца» [4, с. 115]. По мнению Ортеги-и-Гассета, европейская история, искусство находятся в руках «среднего класса» (по Ортеге-и-Гассету – заурядного человека) и подчиняются его запросам. Эти запросы определяются потерей ощущения истории и вызывают распространенное заблуждение, «что жизнь легка, изобильна, в ней нет трагических ограничений, поэтому заурядный человек проникнут ощущением победы и власти». Само развитие средств массовой информации свидетельствует о возрастании роли заказчика (какой-либо влиятельной массовой социальной группы) в маркировании актуальности/неактуальности, престижности/непрестижности искусства, но, к сожалению, практически во всех влиятельных социальных группах сегодня отмечается снижение уровня потребности в искусстве. Принципиально изменились функции ис-

искусства, трансформировалось значение понятий элитарное и массовое искусство. В сферу элитарного сегодня часто попадают произведения не по той причине, что они являются лучшими, а потому, что не находят массового спроса. Так искусство расширяется за счет синтеза с неискусством, а массовое искусство тяготеет к удвоению действительности, воплощая по сути дела рекламный и психоаналитический принципы: получаемое героем удовольствие предполагает возможность его повторения в реальности, а псевдотрагическое только подчеркивает безопасность отделенного барьером экрана, сцены и т.п. зрителя. Но в то же время эта удвоенная действительность массового искусства часто остается фиктивной и иллюзорной. Тем не менее основными критериями качества массового искусства стали зримость, конкретность, псевдообъективность, при которых изображаемое выступает как «сама реальность». Репрезентация в средствах массовой информации помогает воспроизводить и усиливать иллюзию правдоподобия в искусстве. Зримое предьявляется в качестве самоочевидного и самодостаточного и противопоставляется умозрительному (интеллектуальному) [1].

Формы репрезентации художественных произведений во многом зависят от стратегической направленности того или иного СМИ. По отношению к объектам репрезентации средства массовой информации можно условно разделить на две категории.

Для средств массовой информации, относящихся к первой категории, характерно превалирование материалов, которые репрезентируют произведения исполнительского искусства – классическая музыка, опера, балет, мюзикл, поскольку эти произведения имеют широкую зарубежную аудиторию и опираются на западные механизмы функционирования. Однако среди произведений различных видов и жанров наиболее популярными, часто репрезентируемыми в СМИ являются произведения полисинтетические, т.е. сложносоставные, объединяющие в своей композиционной структуре несколько видов искусства. Даже такой вид искусства, как музыка, относящийся по своей природе к простым, для повышения эффективности репрезентации в средствах массовой информации вынужден вступать во взаимодействие с другими видами. Подобная ситуация связана с тем, что «диктатура» средств массовой информации и глобальной сети Интернет формирует доминирование визуальной перцепции, что постепенно становится одной из основных характерных черт современного искусства. Визуализация искусства стала не просто специфической чертой нашего времени, но и, в определенном смысле, самым образом эпохи [2]. Следует отметить, что, несмотря на признанную искусствоведением исчерпанность литературоцентризма, говорить о полном исчезновении письменной культуры под засильем аудиовизуального, полисинтетического искусства все же преждевременно, поскольку полисинтетическое искусство (театр, кино, телевидение) базируется на письменной культуре в виде сценария, либретто, текста, читаемого в эфире, и т.п. Более того, можно говорить о том, что полисинтетическое искусство выступает посредником между письменной культурой и реципиентом, выполняя функцию интерпретатора слова, осуществляет сложную интеллектуальную работу по пе-

рекодированию, т.е. берет на себя те операции, которые ранее совершались каждым читателем самостоятельно в воображении [1]. Потенциальные читатели все чаще добровольно делегируют работу по интерпретации смысловых значений культуры полисинтетическим жанрам искусства, превращаясь, таким образом, из читателей в зрителей. Полисинтетические произведения успешно адаптируют эти смыслы к уровню массового восприятия, тем самым способствуя сохранению общественно важного места литературы и интереса к ней.

Возвращаясь к поставленной проблеме, отметим, что еще большее внимание к репрезентации полисинтетических произведений уделяют средства массовой информации, которые можно условно отнести ко второй категории. Референтная группа СМИ этой категории принципиально отличается по своим характеристикам от реципиентов СМИ первой. Эти средства массовой информации ориентируются на репрезентацию массового искусства. Поэтому среди предпочитаемых форм репрезентации выделяются портреты звезд шоу-бизнеса, репортажи с концертов и т.п.

Следует отметить, что средства массовой информации обеих категорий ориентируются на востребованных высокопрофессиональных исполнителей с международной репутацией, что позволяет одновременно подчеркнуть вариативность современного искусства и такое его качество, как интерпретационность в противовес креативности. Поэтому возрастает цена такого жанра СМИ, как комментарий. Репрезентация полисинтетических произведений не может не испытывать влияния мировых тенденций, что иногда обуславливает смещение приоритетов в репрезентации ценностей национальной художественной культуры в СМИ, проявляющееся в ориентации средств массовой информации первой категории на репрезентацию произведений искусства, популярных прежде всего у западной, а не отечественной аудитории. Лишь некоторые СМИ из второй категории ищут формы репрезентации, способные адекватно адаптировать национальные и локально-региональные интересы белорусских зрителей и слушателей.

Выделяя общие закономерности в репрезентации полисинтетических произведений в СМИ, принадлежащих к обозначенным нами категориям, следует оговорить следующий момент. Дело в том, что полисинтетические произведения довольно часто воспринимаются как явление импортированное на постсоветский (и белорусский в том числе) рынок с Запада. Поэтому по отношению к их репрезентации в СМИ просматривается следующая позиция: в белорусских полисинтетических произведениях нет принципиальной новизны, поскольку они создаются исключительно в результате воздействия универсальных процессов коммерциализации искусства; даже те из них, которые могут заинтересовать западного реципиента, по сути, представляют собой «экспорт импорта».

По соотношению тех критериев, которые определяют и отражают отечественную культурную ситуацию в целом, СМИ двух категорий различаются взглядом на систему «contemporary art» (т.е. на искусство, интересующееся только новым, тем, что интересно здесь и сейчас). Часто приоритеты в репрезентации полисинтетических произведений между СМИ пер-

вой и второй категорий коррелируют с тем, как подаются такие произведения в столичных и провинциальных СМИ. Однако в Беларуси по сравнению, например, с Россией оппозиция между центральными и региональными средствами массовой информации практически не выражена, как и нет ярко выраженных престижных и непрестижных СМИ. К сожалению, следует отметить, что зачастую престиж конкретных СМИ определяется уровнем авторских гонораров, которые часто зависят от так называемой синхронности или асинхронности репрезентационной стратегии этих СМИ в мировом культурном процессе. То есть уровень гонораров обычно выше в тех средствах массовой информации, в которых репрезентационная политика синхронна мировому культурному процессу. В СМИ, отстаивающих национальную или региональную самостоятельность искусства, гонорары принципиально малы. Редки ситуации, когда газета, журнал или телевизионный канал игнорируют культурно значимые ориентиры, не платят солидного гонорара авторам, но остаются престижными. Ни одно белорусское СМИ, репрезентирующее ценности национальной художественной культуры, пока не достигло такого положения.

Примером того, как удачно выбранная форма репрезентации полисинтетических произведений повышает престиж самого СМИ, является телеканал «Fox-life». При подготовке проекта «So, you think you can dance?» гонорары авторов репрезентируемых произведений (балетмейстеров) были не очень высокими, но трансляция первых сезонов проекта и его успех у аудитории значительно повысили авторские рейтинги. После одной или нескольких удачных постановок автор-хореограф приглашался для участия в других проектах, получал гранты (т.е. гонорар в опосредованном виде). В следующих сезонах значительно вырос престиж канала, ввиду того что в проекте участвовали только высокооплачиваемые авторы. Таким образом, телеканалу удалось отразить наиболее репрезентативный контекст пластика-сценического искусства: в проекте участвовали лучшие исполнители и постановщики, в качестве членов жюри и гостей приглашались исключительно популярные фигуры.

Впоследствии подобная форма репрезентации полисинтетических произведений была заимствована и успешно развита российскими и украинскими телеканалами. В этой связи следует вспомнить проекты «Ледниковый период», «Болеро» («Первый телеканал», Россия), «Большой балет» («Россия-Культура», Россия), «Танцуют все» («СТБ», Украина) и др.

Все большее распространение получает такая форма репрезентации полисинтетических произведений, как видеоблог. Удачным примером такой формы в Беларуси является видеоблог Натальи Бобковой.

Таким образом, формы репрезентации полисинтетических произведений в средствах массовой информации зависят от потребителя и заказчика и дифференцируются по характеру и способам их влияния на культурные инновации. Удачно найденная форма репрезентации способствует повышению своеобразного рейтинга самого искусства и средства массовой информации, которое его репрезентирует.

1. Беньямин, В. Производство искусства в эпоху его технической воспроизводимости : избранные эссе / В. Беньямин. – М. : Медиум. Культ. центр им. Гете, 1996. – 240 с.
2. Гройс, Б. Комментарии к искусству / Б. Гройс. – М. : Худож. журнал, 2003. – 174 с.
3. Засурский, Я. Н. Информационное общество и средства массовой информации / Я. Н. Засурский // Информационное общество. – 1999. – № 1. – С. 36–40.
4. Ортега-и-Гассет, Х. Восстание масс / Х. Ортега-и-Гассет. – М. : АСТ, 2003. – С. 420.

N. KARCHEVSKAYA

FORMS OF REPRESENTATION OF POLYSYNTHETIC WORKS IN MASS MEDIA

The article deals with different forms of representations of polysynthetic works in mass media. The author emphasizes the general and specific tendencies of this process. He studies the two categories of mass media representing the values of art. The author gives the examples of representation of polysynthetic works.