
РОЛЬ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ В ФОРМИРОВАНИИ НОВЫХ ТИПОВ СИНТЕЗА ИСКУССТВ

Н.В.Карчевская,

доцент Белорусского государственного
университета культуры и искусств,
кандидат искусствоведения

Исследование проблем интеграции современного искусства связано с решением целого ряда актуальных вопросов, среди которых: включенность искусства в общий процесс функционирования культуры; границы «художественного» и «не художественного»; вопрос о «крае» или границе искусства; соотношение центрального и периферийного в структуре произведения искусства; вопрос о нацеленности на эстетическое осмысление повседневности; система отношений между элементами художественного произведения, самим произведением, его творцом и зрителем и т.д.

Невиданное ранее расширение границ искусства сегодня является одним из важнейших факторов естественного и необходимого процесса саморазвития искусства. Тотальное проникновение в культуру и искусство средств массовой информации, информационных систем, компьютерных технологий, Интернета – характерная черта постмодернизма. Все создаваемые СМИ и Интернет типы виртуальности в той или иной мере воссоздаются в «текстах» и артефактах постмодернистского искусства. Подобная ситуация обусловлена частными пересечениями современного искусства с окружающим миром, безграничностью выбора материалов или методов. Глобальность современного искусства проявляется в разрушении культурных барьеров между элитарностью высокого искусства и всеобщей доступностью массового. По наблюдениям критиков, синтез массовости и элитарности вскоре станет важнейшей практической задачей культуры XXI в.

Определенная степень интеграции между элитарным (профессиональным) и массовым (популярным) искусством существовала и ранее. Например, характерный или бытовой танец в академическом балете, ампирные мотивы в русской деревянной резьбе или народные мотивы в композиторской музыке. Кроме

того, представители элитарного искусства предпринимали попытки воздействия на массовую «публику»: известна роль классического танца в формировании жанра народно-сценической хореографии, великих композиторов в популяризации и развитии народной музыки и т.п. Однако ранее грань между элитарным и массовым искусством была четкой и устойчивой.

В настоящее время происходит неуклонное стирание «поляризации» элитарного и массового, что открывает перспективу еще большего умножения взаимосвязей, ведущих, в свою очередь, к новым типам дальнейшей интеграции и синтеза. Активно стимулировало эти процессы формирование «медиа-культуры», которая представляет собой «совокупность информационно-коммуникативных средств, материальных и интеллектуальных ценностей, выработанных человечеством в процессе культурно-исторического развития, способствующих формированию общественного сознания и социализации личности» [1, с. 42]. Н. Кириллова подчеркивает, что медиакultura представляет собой культуру нового информационного типа, которая постепенно становится глобальной. Сегодня феноменом массовости охвачены самые разные сферы художественного творчества, в том числе и академическая музыка, и балет, и опера, драматический театр, изобразительное искусство, кино и т.п., и поэтому то, что в прошлом существовало как элемент элитарной (аристократической, салонной) культуры сегодня становится неотъемлемой частью масскультуры (и наоборот). Кроме того, считавшиеся ранее недоступными для масс виды и жанры искусства знакомы теперь практически каждому.

Во многом активизация интеграции элитарного и массового искусства обусловлена теми изменениями, которые претерпела в историческом плане аудитория искусства. В предшествующие периоды истории аудитория искусства ограничивалась исключительно избранной грамотной аристократической элитой и лишь небольшая часть населения имела возможности для «рецепции» искусства (покупка книжных изданий, посещение театров, выставок, путешествия в те города, которые были центрами развития искусства). Эти потребители, реципиенты искусства способствовали выработке высоких художественных стандартов, именно ими задавался тон и проводились границы между массовым (как тогда называли «лубочным») и элитарным искусством. Сегодня эти реципиенты составляют лишь часть аудитории, оказавшись поглощенными массами. Наряду с

понижением среднего уровня вкусов аудитории искусства наблюдается повышение вкуса его отдельных групп, а также возрастание количественного состава аудитории, обращенной к содержанию массовой коммуникации. Однако оппозиция массового и элитарного искусства не исчезла, просто их взаимодействие стало невероятно подвижным. Некоторые явления искусства стали достоянием масс, популяризовались, некоторые – наоборот, покинули область массового употребления и перешли в категорию «элитарного».

На наш взгляд, нельзя недооценивать роль СМИ в процессе подобного смешения «массового» и «элитарного» искусства, поскольку именно под воздействием СМИ происходит рост рынка искусств. Культурная экспансия средств массовой коммуникации сделала возможным приобщение к литературе, искусству все большего количества населения. Все эти изменения условий культурной жизни сломали традиционные вековые формы существования традиционных видов искусств. Кроме того, колоссальный рост народонаселения привел к стремительной урбанизации (росту городов), прямо отразившейся на таких традиционных формах потребления культуры, как развлечения, зрелища.

Сегодня общее признание получил тот факт, что, например, в последние десятилетия доминирующее положение в обществе начинает занимать широко представленная на каналах MTV, Муз-ТВ массовая музыкально-танцевальная культура, в особенности развлекательная поп-музыка.

Заметим, что ни одна эпоха ранее не отличалась столь агрессивным доминированием в культуре потребительской и коммерческой индустрии. Бизнес и его технологии, широко применяющиеся в сфере современного искусства, давят на профессиональное искусство, отодвигая на периферию культуры все, что не вписывается в рамки утилитарно-потребительских стандартов. В этом периферийном пространстве, которое постепенно становится сегодня элитарным, оказались многие талантливые, значительные достижения современного академического искусства.

Активное применение технических средств (компьютерной графики, видео, а в последнее время новых, цифровых технологий, визуальных спецэффектов т.д.), ориентация шоу-бизнеса на СМИ и экранную телевизионную культуру, в частности, сформировали установку массового рецепиента искусства на зрелищность,

яркость синтетического шоу.

Отметим, что современное искусство характеризуется доминированием визуальной перцепции, что детерминировано «диктатурой» средств массовой информации и глобальной сети Интернет. Визуализация искусства стала специфической чертой современности. Развитие экранной культуры (кино и телевидения) не просто обеспечивает потребителю искусства возможность выбора, но и постоянно стимулирует его к совершению этого выбора. Прямым свидетельством является расширение покупательского спроса на приобретение домашней видео- и ТВ-аппаратуры с такими функциями, как быстрое переключение каналов, «картинка в картинке», видеопрокат, существование в литературе огромного количества произведений, построенных по принципу видеоряда (женский роман). Кроме того, это ощущается в усилении «клиповости» мышления деятелей театра, хореографии и т.п. Данная тенденция, сформировавшаяся, помимо прочего, под влиянием всеобщей коммерциализации, характерна для всей культуры и искусства последних лет.

В результате сегодня формируется новый тип виртуальной реальности в искусстве, восприятие которого не требует большого интеллектуального и эмоционального напряжения, душевных переживаний. Медиакультура порождает и новый тип художника, который, говоря словами Маклюэна, «должен переместиться в башню управления обществом» [2, с. 189]. Технические возможности современной индустрии развлечения позволяют авторам от масскульта тиражировать безличную продукцию «поп-культуры» и с помощью рекламы и технологий по созданию имиджа манипулировать общественным сознанием, создавая бесчисленное множество «звездных» проектов и телешоу, которые мы наблюдаем на телеэкранах.

Найдя опору в масс-медиа, массовое искусство постепенно стало новой альтернативной реальностью, в которой стираются границы между искусством, творчеством и коммерцией. Давление интересов бизнеса ощущается сегодня во всех видах и жанрах искусства, в том числе и в искусстве академическом. На этом строится вся система современной концертной, фестивальной жизни, по законам индустрии потребления развивается сегодня и музыкальный театр. Специфические черты массовой культуры XX в. сформировались под влиянием процессов технизации и визуализации, определивших в полной мере ее современный облик, а также

способствовавших глобальному расширению ее влияния на общество. Одним из главных факторов «омассовления» искусства конца XX – начала XXI в. стали также коммерциализация и влияние глобальных процессов развития индустрии потребления. В немалой степени этому способствовало развитие медиакультуры, которая, в свою очередь, стимулировала формирование благоприятной информационно-коммуникативной среды (медиасреды) для распространения и тиражирования массовой продукции (художественное произведение эпохи постмодерна превращается в «продукт» массового производства и потребления). Таким образом, в XX–XXI вв. масс-медиа стали неотъемлемой частью культуры. В ней рождаются новая мифология и новые художественные языки, которые приобретают международное значение, распространяясь по всему миру.

1. Кириллова, Н. Медиакультура: от модерна к постмодерну / Н. Кириллова. – М.: Академ. проект, 2005. – 448 с.

2. Маклюэн, М. Понимание Медиа: внешние расширения человека / М. Маклюэн; пер. с англ. В. Г. Николаева. – М.: Гиперборей: Кучково поле, 2007. – 464 с.