

Искусство и СМИ

Сборник научных трудов

под ред. Т.А. Дьяковой

Воронеж, 2012

УДК 659
ББК 76.0

Авторы: Голуб В.А., Горбунов А.Ю., Дьякова Т.А., Ежова Е.Н., Ищенко Е.Н., Кройчик Л.Е., Лютый В.Д., Подгайный Б.В., Сергунина Н.А., Симонова С.А., Томсон О.И., Трёмбовельский Е.Б., Тулупов В.В., Шевкунов А.Н., Шестерина А.М., Шильникова О.Г.

Искусство и СМИ. Сборник научных трудов. [Под ред. Т.А. Дьяковой]. – Воронеж : Факультет журналистики ВГУ, 2012 – 188 с.

Коллектив авторов издания исследует состояние современного искусства, отношение средств массовой коммуникации к существующим в этой сфере проблемам и уровень подготовки журналистских материалов культурно-художественной тематики.

УДК 659
ББК 76.0

© Факультет журналистики ВГУ, 2012

Введение

Осенью 2011 г. в Воронежском государственном университете состоялась Международная научно-практическая конференция «Искусство в пространстве современной культуры». В результате её работы стало очевидно, что необходим анализ современной культурной ситуации в стране, определение места и роли искусства в пространстве культуры, прогнозирование характера дальнейших изменений в художественной сфере и выявление путей и форм проникновения искусства в повседневную культуру.

Одна из центральных проблем, обсуждаемых на форуме, была связана с определением характера профессионального освещения культуры и искусства в СМИ. Сегодня печатные и электронные СМИ являются наиболее эффективными каналами освещения событий культурной жизни, информирования о самых заметных событиях художественной сферы. Но едва ли можно сами средства массовой коммуникации считать носителями культуры.

Современная культура находится в состоянии системного кризиса. Негативные процессы в отечественной культуре обусловлены рядом причин, главные из которых связаны с глобальными изменениями в мировой цивилизации. Если на Западе переход к новым культурным реалиям происходит менее резко, поскольку эти изменения обнаружили себя значительно раньше и растянулись во времени, то в России за последние десять-пятнадцать лет процесс трансформации культуры затронул все без исключения сферы культурной жизни. Неблагоприятная ситуация связана не только с тем, что происходит в профессиональных художественных средах, но и с тем, в каком плачевном состоянии пребывают культура бытовая, культура повседневности, культурный уровень основной массы населения. Эти негативные явления нельзя отрывать от проблем слабой социальной защищённости общества, переходными процессами, связанными с реформами в системе среднего и высшего образования, снижением политической активности общества.

1. Художественная культура России начала XXI века: состояние и перспективы

Дьякова Т.А.

Принцип нравственных запретов в культуре

*Важно многим создать удобства.
(Это можно найти у Гоббса).
Я сижу на стуле, считаю до ста.
Чистка – грязная процедура.
Не принято плясать на могиле.
Создать изобилие в тесном мире –
Это по-христиански. Или:
в этом и состоит Культура.*

И.А. Бродский

Культура – живой, постоянно развивающийся организм. В начале XX века многие философы и культурологи предрекали скорую и неизбежную гибель этого организма. Закат Европы с подачи О. Шпенглера мыслился как предreshённый итог надвигающейся техногенной цивилизации. Разрушение культуры становилось знаком крушения самого европейского мира. Но история последнего столетия несколько скорректировала апокалипсические прогнозы учёных.

В своё время представители авангардистского искусства предлагали XX веку разнообразные варианты переустройства мира, а следовательно, и спасения европейской культуры. Хрупким стержнем всех предлагаемых построений был индивидуализированный миропорядок, ориентированный на эстетические вкусы и предпочтения художественной элиты.

Но искусство, которое с начала 1960-х гг. стало заполнять глобальное пространство мира, проповедовало «двойное коди-

рование», т. е. сохранять в себе отдельные черты элитарности, но при этом уже соответствовать эстетическим запросам масс. Очень скоро игра в двойного агента потеряла смысл – высоколобое меньшинство «растворилось» в среднестатистическом большинстве. Искусство стало осваивать язык, понятный массам. И эту ситуацию теперь, как и в начале XX века, невозможно оценивать оптимистически.

Прошрое столетие стало площадкой для стремительного развития медиа, превращения их в самый главный ресурс культуры. Сами медиа становились иными по сути: динамичными, массовыми, легкодоступными. Главное же заключалось не в наборе тех характеристик, которыми обладали медиа, а в том, к каким внутренним изменениям в человеке они привели. По мысли М. Маклюэна медиа стали выступать своеобразными переходными звеньями между технологиями и человеческими телами. В условиях тотальной аудиовизуальности наши глаза, уши и руки перестали принадлежать телам, а стали принадлежать телекомпаниям, к которым подключены. И это изменение привело одновременно и к саморасширению, и к самоампутации.

Фридрих Киттлер [1] справедливо указывает на то, что первые признаки серьёзных утрат во внутреннем переживании культурной ситуации человеком были отмечены в психологии тогда, когда эра оптических медиа только зарождалась. З. Фрейд в своей работе «Недовольство культурой» констатировал, что современный человек благодаря подзорным трубам, микроскопам, граммофонам и телефонам стал своего рода «протезированным богом», но и абсолютно жалким без них. Благодаря кино, телевидению и Интернету зависимость всей системы чувств человека, а следовательно, его мироощущений, реакций и оценок, в значительной степени усилилась. И это обстоятельство накладывает гигантскую ответственность на тех, кто при помощи медиа управляет мировоззрением современного общества, формирует его культурную картину мира.

Об ответственности СМИ перед обществом сегодня очень мало кто вспоминает. Государство беспокоит степень лояльности телеканалов и печатных изданий к существующей полити-

ческой системе, их коммерческая самостоятельность. А задачи культурного воспитания аудитории, формирования целостной системы национальной культуры оказываются за бортом основных требований к СМИ.

Вопрос о том, как именно трактуется сегодня культурная сфера, приводит нас к разговору о проекте нового закона о культуре, который был предложен в октябре 2011 г. Главным инициатором стал Комитет Государственной Думы по культуре. Документ разрабатывался при участии Российского института культурологии.

Содержательной частью законопроекта занималась группа экспертов во главе с Кириллом Разлоговым, известным российским киноведом и культурологом. По этому поводу он сказал: «В новом законе о культуре для нас как разработчиков и учёных самым важным было изменение представления о культуре в традиционном, ведомственном восприятии. Так как с точки зрения общественной жизни культура это одно, а с точки зрения государства – это другое. В сферу деятельности Министерства культуры попадает только наследие и современное искусство. В законе мы дали определение культуры, принятое ЮНЕСКО в начале 80-х годов» [2].

ЮНЕСКО определяет культуру как комплекс особых духовных, материальных, интеллектуальных и эмоциональных характеристик общества или социальной группы, которые охватывают не только искусство и литературу, но также образ жизни, уклад совместного проживания, системы ценностей, традиции и верования. «Поэтому принципиально важно, что в сферу действия закона о культуре входят не только интересы ведомства, но и практически все те культурные составляющие всех других ведомств, которые имеют дело с людьми» [3].

В процессе обсуждения был скорректирован объект законодательных инициатив о культуре – не овеществлённые результаты культурного прошлого и современности, а люди, выступающие носителями культурных смыслов. Культура выступает основополагающей основой творческого развития и самореализации личности. Именно данный ракурс понимания обсуждаемого процесса делает понятным тезис о том, что культура

есть стратегический ресурс развития страны, средство национальной самоидентификации, ментальной основы нации, а следовательно, приоритетного развития общества.

А вот от декларации новых подходов к культурной политике до реальной ситуации в российской действительности – гигантская пропасть. И прежде всего, это касается системы образования. Культурные навыки должны прививаться с самого раннего детства. Не менее важно, чтобы благоприятные для творческого развития личности условия были обеспечены на всём протяжении жизни. Благодаря этому и формируется культурная среда.

Вопрос об уровне развития отечественного образования, по мнению профессора культурологии А.С. Запесоцкого, представляется двойственно. Одну картину реальности создаёт телевидение и ряд прочих СМИ. Согласно версии официальных медиаисточников «руководство модернизирует страну сообразно вызовам времени, стремясь вывести Россию на передовые позиции в глобальной конкуренции; решению этой задачи подчинены национальный проект «Образование», инициатива «Наша новая школа», регулярные заседания всевозможных советов, комиссий, новые, судьбоносные решения госорганов, масштабное финансирование и т. п. Другая картина — научная, складывающаяся постепенно из результатов разрозненных исследований ученых, данных госстатистики, понемногу просачивающихся в информационное поле. И эта картина весьма существенно не совпадает с первой. Писатели, деятели культуры и искусства, учителя, да и просто хорошо образованные, думающие люди самых разных профессий, жившие при советской власти, наряду со многими бесспорно позитивными переменами в жизни страны замечают симптомы опасных тенденций. Это касается в первую очередь квалификационного и духовно-нравственного облика подрастающих поколений, вступающих во взрослую жизнь. Сегодня общественной практикой формируется качественно новый тип личности, стоящий на несколько ступенек ниже человека советской эпохи. Применительно к культуре в целом также налицо деградация, формирование иного, значительно более низкого типа культуры» [4].

По мнению Запесоцкого, деградация системы образования и воспитания в стране начала проявляться около двадцати лет назад, когда были утрачены цели формирования личности, а именно цель в педагогике является системообразующей. Как следствие, образование перестает быть системным и становится хаотичным. «Вместо педагогической цели образовательным учреждениям навязана цель предпринимательская, коммерческая — обогащения» [5].

Российская академия образования систематически ведет исследования педагогических аспектов деятельности практически всех этих институтов. Накоплен значительный эмпирический материал, прошедший необходимую теоретическую обработку. Результаты анализа выявили в числе острейших проблему оппозиции деятельности педагогического сообщества страны и ведущих отечественных СМИ. Выяснилось, что сегодня в России доминирует влияние на молодежь отдельных СМИ, в особенности — центральных каналов телевидения [6].

Приходится вновь возвращаться к вопросу о том, что основным началом в формировании современной культуры являются медиа. Переход от книжной культуры к экранной (медийной) оказывается ведущим фактором глобальных трансформаций культуры. Индекс интереса к литературе серьёзной, порождающей импульс в нравственно-духовном преобразовании личности чрезвычайно низок. Социокультурные исследования, проводимые в Санкт-Петербурге, например, показали, что более 40 % жителей культурной столицы не читают художественную литературу совсем. Остальная часть опрошенных уделяет чтению в среднем около 8,5 часов в неделю. Среди самых популярных авторов — Д. Донцова, Б. Акунин, А. Маринина, П. Коэльо, Т. Устинова, Д. Браун, С. Лукьяненко. Причём данное лидерство характерно почти с теми же показателями не только для Санкт-Петербурга, но и Курска, где был также произведён аналогичный опрос. Авторы, получивших серьёзные литературные премии, в России знает и читает очень маленькая аудитория. Авторы, представленных в толстых литературных журналах, плохо знает даже профессиональная среда. Возникает ощущение, что популяризация серьёзной художественной литературы не является приоритетным направлением куль-

турной политики страны. Так, на недавнюю встречу председателя правительства РФ В.В. Путина с российскими писателями были приглашены в основном представители «глянцевой» литературы, а не писатели, которые ставят в своём творчестве острые социокультурные вопросы, побуждают к серьёзной аналитической оценке современности, побуждают к соотнесению содержания книг с личными нравственными установками.

Вопрос о понижении значимости книжных источников всего лишь технологический. Важно, что вместе с уходом потребности в постоянном и вдумчивом чтении не возникло адекватных механизмов, стимулирующих творческое и критическое саморазвитие личности. А ведь ориентирование средств массовой информации со стороны государства является обязательным условием сохранения и развития национальной культуры, которую следует понимать как систему благоприятных условий для личностного роста каждого отдельного россиянина.

Но просветительские цели деятельности СМИ зачастую уступают место развлекательности, что особенно характерно для наиболее популярных медиаканалов – радио и телевидения. Качественная журналистика вытесняется материалами PR-содержания. Культурные явления и процессы представляются и оцениваются нередко мало профессионально. Данная ситуация свойственна практически всем регионам страны. Воронеж – не исключение. Журналистов, постоянно и грамотно отслеживающих художественные процессы, в городе очень мало. Специализированные издания с большими трудностями находят финансовые и творческие ресурсы для полноценного функционирования. Фигура художественного критика в Воронеже уже попала в разряд исчезающей. А ведь профессиональная оценка специалиста не может быть заменена любительскими комментариями в социальных сетях. О справедливости данных выводов достаточно красноречиво говорит отражение событий Первого Платоновского фестиваля в СМИ. Работа журналистского сообщества была организована некачественно. Системного анализа проведённого в городе фестиваля пока так и не последовало на страницах прессы.

Деятельность творческих Союзов в Воронеже (как и в других городах РФ) практически неизвестна населению: на концерты воронежских композиторов ходит одна и та же небольшая аудитория, выставки воронежских художников собирают опять же журналистов, информирующих о событии и небольшую аудиторию ценителей, Союз театральных деятелей пребывает в своём замкнутом и очень безмятежном состоянии. Не случайно, что в помещениях творческих Союзов сегодня всё больше продают меха, чем проводятся нужные воронежской культуре мероприятия. При этом нельзя не отметить много интересных и ярких работ воронежских художников, композиторов, музыкантов.

Оживлённая дискуссия по вопросам современного актуального искусства, которая проходила в конце сентября 2011 года в рамках конференции «Искусство в пространстве современной культуры», подтвердила, что в обществе одновременно существуют две принципиально противоположные концепции художественного творчества: искусства, предназначенного для передачи аудитории образно оформленной идеи чувственного постижения мира, и искусства, выступающего в роли социально-культурной практики, актуализирующей для аудитории политические и социальные идеи без учёта художественно-эстетического опыта прошлого. Эта ситуация требует и теоретического осмысления, и, главное, необходимости легализовать для воронежцев широкую возможность знакомства с различными художественными идеями и их обсуждения.

За последние два года в Воронеже сделаны существенные сдвиги в реализации ярких культурных инициатив: Международный Платоновский фестиваль, приезд всемирно известных исполнителей, восстановление парка «Алые паруса», завершение реконструкции исторического здания Драматического театра и многое другое. Отраднo, что среди руководителей области есть просвещённые управленцы, осознающие важность развития культуры и роль искусства в модернизации общества. Но пока данные процессы неразрывно связываются с усилиями конкретных людей, а не с изменением всей системы. Культура, искусство и образование финансируются по остаточному принципу.

Разрыв между высокими художественными достижениями и повседневной культурой общества увеличивается. Отсутствие целостной, а главное, ориентированной на духовное развитие общества программы культурной модернизации общества порождает не только хаос эстетический, но общекультурный.

Процесс формирования современных российских СМИ происходил через отрицание партийных и цензурных принципов работы. Тотальный контроль со стороны государства за информационными каналами был преодолён лишь на короткое время. Сегодня этот контроль процветает как и в советское время. Зато безвозвратно исчезла воспитательная роль СМИ. Впрочем, если понимать воспитательное воздействие как систему идеологического оболванивания, то сожалеть здесь не о чем. Но воспитание как нравственный диалог СМИ с аудиторией – это одно из главных условий формирования культуры в условиях тотального расширения медиавлияния. Журналист в современных условиях перестаёт быть фигурой, поднимающей своим авторитетом, своей нравственной позицией, своим профессионализмом уровень культурных установок и запросов общества.

Трудно не согласиться с категоричным утверждением А.С. Запесоцкого, верным в своей идее: «Формальное игнорирование российской властью воспитательной функции СМИ привело в последние годы и к возникновению феномена, который специалисты называют «понижающей селекцией», — своего рода воспитания со знаком «минус», когда в человеке возвращается, культивируется все низменное, антигуманное. Систематическая апелляция к первобытным животным инстинктам, задействование обычно подавляемых культурой дремучих механизмов подсознания деструктивно влияют на личность» [7].

Культурное развитие общества всегда измеряется уровнем развития духовного облика личности, наличием в ее сознании установок ко внутреннему творческому саморазвитию и потребностью приложить свои способности и силы к процессу совершенствования отечества. Анализируя литературные процессы пушкинской эпохи, Ю.М. Лотман в своё время выделил

универсальный критерий культурности, с которым я не могу не согласиться. Какие бы времена ни настали.

«Культура XIX века с наибольшей силой реализовала себя не в вершинных созданиях человеческого ума, а в резком подъёме среднего уровня духовной жизни. Современная теория культуры определяет её уровень объёмом информации, входящей в активную память коллектива, степенью организованности его внутренней структуры. Эту последнюю можно представить как систему нравственных запретов, социально-психологическим регулятором которых является *стыд*. Можно сказать, что область культуры – это сфера тех моральных запретов, нарушать которые стыдно. Каждая эпоха создает в этом отношении свою систему стыда – один из лучших показателей типа культуры» [8].

К сожалению, сегодня я вынуждена признать исчезновение этого регулятора из нашей жизни. Слово в современной журналистике редко базируется на основе нравственных запретов. Но самое скверное, что общество уже и не ждёт от СМИ этого.

[1] См. Киттлер Ф. Оптические медиа. Берлинские лекции 1999 г. / Ф. Киттлер, пер. Б. Скурагова. – М. : Логос/Гнозис, 2009. – С. 23-24.

[2] <http://www.muzcentrum.ru/orfeus/programs/issue2898/>

[3] Там же.

[4] Запесоцкий А.С. Образование и культура: проблемы российской модернизации / А.С. Запесоцкий // Социология образования. – 2010. – № 7. – С. 4.

[5] Там же. – С. 5.

[6] Запесоцкий А.С. Образование и средства массовой информации как факторы социализации современной молодежи / А.С. Запесоцкий. – СПб. : СПбГУП, 2008. – 462 с.

[7] Запесоцкий А.С. Трансформация культуры: производство смыслов и управление информационными / А.С. Запесоцкий // Вопросы философии. – № 5. – 2011. – С. 169.

[8] Лотман Ю.М. Поэзия 1790–1810х годов // Поэты 1790–1810х годов / Вст. Ст. и сост. Ю.М. Лотмана. – Л. : Сов.писатель, 1971. – С. 11.

Философия и искусство: новая драматургия отношений

История взаимоотношений философии и искусства, несмотря на достаточно длительную традицию изучения, все еще полна загадок и представляется благодатным полем для исследователя. Кроме того, сама современность представляет нам новые повороты знакомого сюжета.

Хорошо известно, что в определенные исторические эпохи развитие философии и искусства было весьма тесным. С одной стороны, временами искусство в наиболее яркой и наглядной форме демонстрировало отрефлектированный в философских концепциях «дух эпохи» (вспомним ренессансный гуманизм или романтизм). Не стоит забывать и о том, что сама философия питалась живыми соками художественного восприятия мира. По этому поводу Э. Сурио писал: «Могу ли я понять «Рассуждения о методе», если я не знаю..., что помимо Рембрандта, который только что фактически перенес столицу живописи из Харлема в Амстердам, еще писал старый Рубенс...; что Франс Хальс, Браувер ... и Ван Остаде были еще в хорошей форме; что в Италии жили не только Галилей и Торричелли, но и Монтеверди, а Венеция торжественно открыла именно в этом, 1637 г. первый публичный оперный театр?»[1]. Тем не менее, в классических философских штудиях искусство было, все же, предметом чаще факультативным, чем обязательным. Искусство – как обращенное к иррациональному в классической традиции трактовалось подчас весьма своеобразно. Один из прекрасных примеров – платоновское идеальное государство, в котором есть место искусству, в частности, словесному. Правда, к поэту, в силу его «непредсказуемости» необходимо приставить ... философа-критика. Причастный к познанию сущности блага и красоты, последний подскажет поэту нормы «правильности», которые тот обязан соблюдать в своих произведениях. Философский иррационализм XIX века в лице Шопенгауэра и Ниц-

ше не просто «реабилитирует» искусство, но возносит его как особый путь прикосновения к трансцендентному.

Рубеж XX – XXI веков принес идею тотальной «перезагрузки» культуры, которая заставила задуматься о том, все ли культурные феномены могут уцелеть в новом историческом контексте. Одной из первых под сокрушительные удары критики попала философия. Как точно отмечает А.А. Горных, «изменилась сама классическая культурная парадигма, в которой философия выполняла синтетическую функцию по отношению к религии и математическому естествознанию, объединяя их в рамках общего проекта «Единой Науки», или Идеологии (Л. Альтюссер), обеспечивающей истине аподиктические, божественные гарантии» [2]. Слом культурного кода европейской культуры – Наука / Искусство / Религия / Философия – привел к идее «конца философии». Анализируя довольно жаркие дискуссии вокруг этой идеи, Х. Фэйрлэмб приходит к выводу, что логически они вытекают из обсуждения проблемы оснований. Поскольку философии, как считали многие, не удалось в конечном итоге найти «предельные и достоверные» основания знания, а попытки поиска «абсолютного гаранта знания или значения» [3] не привели к позитивным результатам, то и сам фундаменталистский импульс философии является принципиально неверным. Следовательно, философия должна покинуть пределы культуры, чувствуя себя нерадивым учеником, не справившимся с домашним заданием. Но, если последний все же имеет возможность реабилитироваться на следующем уроке, философии – увы! – таких шансов может и не представиться. Лишаясь привилегий быть основанием, фундаментом духовного пространства в широком смысле, философия вынуждена уступить свое место иным культурным институциям.

Между тем, прав Н.С. Розов, утверждая, что «попытки «отмены» философии (ее преодоления, закрытия, возвещения о ее смерти и т.д.) – долгая и поистине славная философская традиция» [4]. В самой природе философского знания, его критичности и рефлексивности, не знающих границ и пределов, отсутствии пиетета к авторитетам скрыта способность к саморазрушению

и деструкции. Наиболее яркий пример того, что «новое – хорошо забытое старое» – дискуссии в постгегелевской философии. Тогда идея «конца истории» неизбежно повлекла за собой идею «конца истории философии», ее исчерпанности и завершенности. Поэтому для философов постгегелевской эпохи принципиально важным оказалось опровержение этого тезиса при помощи различных интерпретативных стратегий, применяемых к истолкованию гегелевского учения. Любой философ после Гегеля должен был ответить ему хотя бы для того, чтобы обосновать собственное существование в рамках уже «завершенного» дискурса.

Кроме того, гегелевская философия в полной мере воплотила «помешательство на почве объективности» (С. Кьеркегор), свойственное европейской традиции, приводя к абсолютному забвению человеческого измерения собственного дискурса. В неогегельянской интерпретации А. Кожева эта идея звучит так: «на самом деле конец человеческого Времени или Истории есть... окончательное уничтожение ... Действия в самом сильном смысле этого слова ... А также и исчезновение *Философии*: раз Человек по сути своей больше не меняется, то нет более оснований и для того, чтобы изменять (истинные) принципы, лежащие в основе познания Мира и Я. Все же остальное может бесконечно меняться: искусство, любовь, игра и т.д., конечно, все, что делает Человека *счастливым*» [5]. Постгегелевская философия предложила различные пути, следуя которыми философия все же осталась в культуре, отстаивая собственные духовные привилегии.

И вот – вновь – вызов истории. Возникает законный вопрос, если не философия, то что же? Что теперь придет на смену традиции поиска ответов на извечные вопросы, преследующие человека в его бытии в мире? Что придет на смену философии в той ее ипостаси, которая связана с познанием человеческого бытия, «мира человеческого»? Возьмется ли кто-нибудь за миссию объединяющего культурного начала?

Один из возможных вариантов ответа дал американский теоретик искусства Джозеф Кошут: «Двадцатый век принес с собой то, что можно назвать концом философии и началом

искусства ... Само искусство – это философия, ставшая конкретной» [6]. Итак, искусство в культурном коде современности может занять новое место, отвечая на пресловутые «проклятые вопросы» человеческого бытия, или ... искусно и изящно игнорируя их, перенося акценты к иным пределам.

Попробуем проследить, как искусство пытается декларировать и реализовывать свои претензии на особое место в современной культуре.

Прежде всего, актуальное искусство [7] все более утверждает себя не только в качестве развлечения, утешения, эмоциональной отдушины, но и способа познания новой реальности, окружающей современного человека, его места в политическом, социальном, культурном пространстве. Идея познавательной функции искусства, прозвучавшая в когнитивизме, поначалу вызывала лишь законное недоумение. На какое познание истины может претендовать искусство с его субъективностью, неverifiedируемостью, неповторимостью и невозпроизводимостью? Налицо отсутствие всех тех признаков, которые ассоциируются с познавательной деятельностью, надежно закрепившись не только в сознании «высококолых» теоретиков науки, но и существуя на уровне массовых стереотипов. При ближайшем рассмотрении оказывается, что говорить о познавательной миссии искусства не только уместно, но и вполне обоснованно. Правда, для этого необходимо сделать ряд существенных уточнений. Искусство есть исследование в самом широком смысле. Исследование мира, человека, его взаимоотношений с другими людьми. Другой вопрос, что результаты, этих – если так можно выразиться – штудий оформлены иначе, нежели исследования в привычном понимании, а их трансляция происходит особыми способами... Эту идею в свое время высказал Х.-Г. Гадамер: «Для произведения искусства <...> остается в силе то утверждение, что оно само говорит нам нечто – причем таким образом, что сказанное им никогда не удастся исчерпать в понятии» [8]. Виной тому – «незавершенность любого духовного опыта», который всегда продлевает свое бытие в культуре за пределы наличного бытия, сохраняя по-

тенциальную возможность быть наполненным новыми смыслами. Но ведь подобная «незавершенность» характеризует и философское познание мира, открывающем все новые и новые горизонты. Да и претензии на абсолютность научных истин носят довольно ограниченный характер и могут употребляться в специально обозначенном контексте. Выходит, искусство не столь уж неправое, претендуя на свое место в познавательном пространстве.

Актуальное искусство все чаще ассоциирует себя с провокацией. Если вдуматься, провокационность заложена в самой природе искусства. Провоцировать на переживания – разве это не самая традиционная и хорошо известная функция искусства? Сошлемся лишь на наиболее часто цитируемое высказывание Л.Н. Толстого: «Искусство есть деятельность человеческая, состоящая в том, что один человек сознательно известными внешними знаками передает другим испытываемые им чувства, а другие люди заражаются этими чувствами и переживают их» [9]. Заразительность, приводящая к со-переживанию и со-чувствию, неизменно заставляет зрителя, читателя, слушателя трансформировать, расширять внутренний эмоциональный мир («над вымыслом слезами обольюсь...»).

Однако искусство провоцирует не только чувства, но и разум. Невероятные сочетания, внешняя бессмыслица, анти-эстетизм, китч, включенный в контекст актуального искусства, «необработанные» обрывки реальности, прямо таки вопиют: «Раскройте смысл, проинтерпретируйте нас!». Актуальное искусство невозможно понять вне познавательного контекста. Нельзя, конечно, сказать, что оно не затрагивает сферу чувств человека, обращаясь лишь к его разуму. В то же время, «залаживание» «распавшейся связи времен», выражающейся в значительной мере в утрате общего эмоционального контекста, отсутствии у разных поколений общих как по силе и напряженности, так и по содержанию эмоциональных связей и ассоциаций с теми или иными событиями и артефактами, размывание общего слоя переживаний побед и поражений, требует от художника обращения к неким – с одной стороны – предельно

общим, а с другой – предельно конкретным вещам. К примеру, известные инсталляции, воспроизводящие элементы убогого советского быта, требуют не только эмоциональной, но и рациональной расшифровки. Поколение, рожденное «уже не в СССР», вряд ли испытает такие же эмоции, которые возникнут у тех, чье отнюдь не убогое бытие на фоне убогого быта проходило в коммунальных пределах. Так что же это тогда – фиксация, подобная исторически хроникам, музей «бытовой культуры», или, все же, художественная провокация, помещенная в контекст современной галереи?

Актуальное искусство претендует не только на философствование в его классическом понимании, но и активнейшим образом включается в политический, экономический, социальный контекст, да так, что уже не представимо вне их. Что мы имеем в виду?

Современный арт-рынок породил новых для художественной сцены персонажей: художника, жаждущего признания «здесь и сейчас», толмача-переводчика, роль которого исполняют чаще всего галеристы, выбравшиеся из скорлупы замкнуто-элитарной профессии искусствоведа, требующей затворничества и тишины, в мир галерей и арт-ярмарок. Породил он и новую драматургию их отношений и взаимодействия друг с другом, с одной стороны, и со зрителем-потребителем, с другой. Получается, что для актуального искусства важным оказывается стремление не просто выражать пульс времени, но и формировать его, ведь для того, чтобы постоянно быть в «контексте» проще всего стать его творцом. «Одинокий голос человека» теряется в смысловой какофонии, рождающейся и гибнущей у него на глазах, столь же сиюминутной, сколь и случайной.

При всей спорности и сложности бытия искусства в контексте современной культуры – а говорить и исследовать современность всегда непросто – можно смело утверждать, что актуальное искусство, философствуя и провоцируя, заставляет современного человека обращаться к не только к расшифровке «готовых» смыслов, но призывает к совместному их «изготовлению», обнажая культурные пустоты, требующие заполнения.

В свою очередь, трансформируется и философия, обращающаяся к непривычным и еще совсем недавно невозможным в рамках привычного дискурса феноменам и проблемам.

-
1. Сурио Э. Философия и искусство // <http://filosfak.ru/biblio>
 2. Горных А.А. Формализм: от структуры к тексту и за его пределы / А.А. Горных. – Минск: И.П. Логвинов, 2003. – С. 11-12.
 3. Fairlamb H.L. *Critical Conditions : Postmodernity and the Question of Foundations* / H. L. Fairlamb. – Cambridge ; New York : Cambridge University Press, 1994. – P.255.
 4. Розов Н.С. Социологическая «отмена философии» – вызов, заслуживающий размышления и ответа // Вопросы философии. – 2008, № 2. – С. 38.
 5. Цит. по: Декомб В. Современная французская философия. / В. Декомб. – М. : Весь мир, 2000. – С. 31.
 6. Kosuth I. *Art after Philosophy and After. Collected Writing, 1966 – 1990.* Cambridge (MA) and London: Mass. Institute of Technology, 1991. – P. 14, 52.
 7. Уточним, что понимаем этот термин в том смысле, который закрепился в отечественной искусствоведческой традиции, разводящей понятия «актуальное искусство» (contemporary art) как объединяющее новейшие художественные течения в искусстве с 1960-х годов до настоящего времени, и «современное искусство» (modern art), к которому относятся направления 1900-х — 1950-х годов.
 8. Гадамер Х.-Г. Текст и интерпретация / Х.-Г. Гадамер // *Герменевтика и деконструкция* / под ред. В. Штегмайера, Х. Франка, Б.В. Маркова. – СПб. : Б.С.К., 1999. – С.205-206.
 9. Толстой Л.Н. Что такое искусство? // *Собр. соч.* Т. XV. М., 1983. С. 80.

К проблеме нравственного оправдания современного искусства

*Единственный смертный грех художника
– это искажение изначального богоподобия
человеческой души*
Адальберт Штифтер

Хотелось бы начать с того, что искусство, наряду с мифом – самая древняя форма культуры. Это, конечно, не может быть случайностью. В мифе первобытный человек обосновывал картину мира, формировал иерархию природы, преодолевал страх смерти. В искусстве – разрисовывал стены и своды пещер, воплощал в камне образ женщины-матери, извлекал музыкальные звуки из предметов природы. Однако, создавая художественные образы, наши далекие предки старались не просто воспроизвести окружающий мир, они стремились пропустить его через себя, через свои чувства, иначе говоря, очеловечить бытийное пространство.

Искусство сразу стало важнейшей составляющей человеческого существования, оно изменялось вместе с культурой, развивалось, приходило в упадок и снова возрождалось. Были эпохи, когда искусство доминировало над всеми формами культуры, например, культура эллинского классицизма, итальянского Ренессанса. Были эпохи морализаторства, например, западноевропейское Средневековье. Однако, как бы мы ни относились к искусству – скептически, агрессивно, безразлично или восторженно, – без него культура существовать не может, даже несмотря на то, что искусство трудно оправдать с утилитарной точки зрения.

Действительно, если на стену повесить картину выдающегося художника, в квартире не изменится температура или влажность воздуха, картина не увеличит габаритов жилплощади, она вообще не будет нести каких-либо полезных функций, если только не закроет дырку в обоях. Но человек, которому эта кар-

тина понравилась, и он ее все-таки приобрел, будет счастлив рассматривать ее снова и снова, ибо она способна изменить его настроение, и даже – мировоззрение.

Дать определение произведения искусства также достаточно сложно. Чего стоит хотя бы известное мнение искусствоведов о том, чем искусство отличается от ремесла: неким неопределяемым «чуть-чуть», которое проводит нерушимую грань между посредственностью и шедевром. Здесь уместно процитировать мнение пушкинского Сальери: «Какая глубина! Какая смелость и какая стройность!». Чем не формула гениальности? Докопаться до глубинных смыслов, бесстрашно вторгнуться в неизведанное, разрушить любые каноны, и при всем этом сохранить идеальную гармоничную форму – то есть совершить невозможное, достать-таки луну с неба!

Искусство, в отличие от науки и нравственности, имеет бóльшую «популярность» в обществе. Способное передавать сильнейшие и тончайшие эмоции, воздействующее часто цветом, звуком, формой или пластикой прежде всего на органы чувств, оно как бы выходит из-под власти слова, обращенного к нашему разуму. Понятия долга и морали не могут оправдывать наличия искусства, по крайней мере, они не являются основанием для его возникновения и существования. Искусство способно доставлять наслаждение. Его важнейшая категория – понятие прекрасного. Исходя из вышесказанного, можно утверждать, что искусство получает некоторое социальное алиби быть немного вненравственным и даже совсем безнравственным. Однако абсолютизация красоты выливается в форму эстетического идолопоклонства, фактически выражающегося в распространенной формуле «искусство требует жертв».

Далее, искусство способно создавать миры-подобия, миры-мечты, даже антимир с помощью гения художника, музыканта или поэта. Оно расширяет границы человеческого бытия, часто минуя логику и даже эмпирический опыт. Поэтому роль искусства трудно переоценить и в конструировании органической целостности культуры, особенно, если речь идет об этико-эстетических составляющих.

Здесь необходимо разобраться в этих «составляющих». Традиционная метафизическая картина мира, основу которой образовывал этико-эстетический синтез в триединстве истины, добра и красоты, была поколеблена в эпоху Возрождения тенденциями автономизировать эстетическую сферу. Э. Панофски точно называет автора и произведение, с которого этот процесс приобрел необратимый характер: это Леон Баттиста Альберти и его сочинение «Десять книг о зодчестве», в котором он противопоставил метафизическому пониманию красоты чисто феноменальный взгляд греческой классики. Панофски пишет: «отказ от метафизического объяснения красоты впервые ослабил нерасторжимую с древности связь между *pulchrum* и *bonum* – хотя и не столько путем явного отрицания этой связи, сколько путем молчаливого игнорирования ее». [1, 39]. Это было началом обособления эстетической сферы и в конечном счете привело к тому, что Теодор Адорно в своей работе «Эстетическая теория» назвал «падением эстетических жанров как жанров».

Такова точка расхождения истины, добра и красоты, обособление которых породило не только этику и эстетику как самостоятельные теоретические дисциплины, но привело к абсолютизации истины, абсолютизации добра и абсолютизации красоты как автономных и самодостаточных начал. Разрушение этико-эстетического единства истины, добра и красоты отразилось на индивидуальном нравственном состоянии сознания человека, чья духовная целостность была нарушена, и реализовалось в негативных формах общественно-культурного бытия. Абсолютизация истины (гносеологизм) создает предпосылки для господства сциентизма, абсолютизация добра (морализм) отражается на формировании антигуманных политических идеологий, абсолютизация красоты (эстетизм) провоцирует декадентские тенденции и приводит к засилью примитивных форм массовой культуры.

Таким образом, абсолютизация какой-либо ипостаси неизбежно приводит к деформации духовных ценностей. Эта деформация, на наш взгляд, наиболее ярко выражена в современной постмодернистской культуре. Постмодернизм – опре-

деленный образ жизни, ориентированный на перманентный успех в обществе, пусть даже любой ценой. Однако современный человек, успешно делающий карьеру и зарабатывающий деньги, терпит неудачи в установлении прочных человеческих отношений: ему трудно быть верным, жертвенным, необходимым своему избраннику. Компенсируя свою отчужденность в обществе, «средний» человек начинает испытывать навязчивую потребность в вещах, еде, он ненасытно поглощает информацию, без разбора смотрит телевизор, слушает радио. Неприкаянный и одинокий даже среди других, как правило, себе подобных, человек тянется к доступным ему удовольствиям. Он словно пытается компенсировать отсутствие людской привязанности изобилием комфорта и поверхностных впечатлений. Приобщение к классике требует определенных усилий, поэтому большинству легче приблизиться к актуальному искусству, модным инсталляциям и перформансам, которые, претендуя на элитарность, тем не менее неуклонно двигаются в массы.

Сегодня нужные идеи облекаются в привлекательный антураж традиционных великих культур. Старинные легенды, древние символы смело модифицируются в угоду политическим лидерам. В этом плане трудно переоценить значение массовой культуры. Однако и в искусстве, провозглашающем себя свободным от политики, сотворение чего-то принципиально нового и воплощение эстетических идеалов также сменяются массовым тиражированием накопленного эстетического опыта. Пытаясь преодолеть это «топтанье на одном месте», постмодернисты стремятся придать формализованным, легко узнаваемым структурам новизну с помощью эффекта неожиданной смены акцентов, парадоксального перемещения эстетических доминант.

Самыми наглядными в этом смысле представляются инсталляции современных художников. Инсталляция – это и есть перемещенный предмет в чистом виде. Инсталляцией может быть практически все – лоскут, приклеенный к бумаге, стопка газет, стул, стеклянная банка. Однако сами по себе эти предметы – только вещи. Метаморфоза в их восприятии происходит, когда они выставляются напоказ на соответствующей выставке,

получают знак авторской принадлежности и этикетку с названием. В этом случае эти предметы становятся, с точки зрения их авторов и приверженцев этого творчества, уже произведениями актуального искусства, обладающего всеми атрибутами искусства как формы культуры. И уже трудно определить, то ли эстетствующий автор дошел до крайней точки своих творческих экспериментов, то ли он совершенно приблизил искусство к массам, внедрив его в само наше повседневное существование. То же самое можно сказать и о другой форме актуального искусства – перформансе, осуществляемой на публике, среди толпы, в жизни. Форма перформанса, создавая иллюзию игры, позволяет ему вторгаться в подлинную реальность и подменять ее собою.

Но если теперь само бытие не более чем шоу, как считают деятели актуального искусства, нет смысла противопоставлять искусство и не искусство. С одной стороны – обыденные предметы, вещи и поступки, с другой – претензии на художественно-философскую глубину в трактовке их создателями. Тогда как определить, с точки зрения самого же автора, критерии произведения искусства? Ведь никто не докажет, что стол – это произведение актуального искусства, а не просто столярное изделие.

Создатели актуального искусства не трансформируют реальность и человеческие переживания в художественные образы. Они делают искусством саму жизнь в ее данности. В частности, у перформансов есть все видимые признаки игры. Но это не игра, потому что в любом акте актуального искусства содержится определенный умысел, который на самом деле одновременно прост и сложен: актуальное искусство демонстрирует, что в этом мире нет ничего важного, прекрасного и святого, что нельзя было бы переиграть в несущественное, безобразное и безнравственное.

Современная культура создает виртуальные миры, компенсируя таким образом свою неспособность или нежелание качественно изменять реально существующие. Получение удовольствия здесь и сейчас более заманчиво, чем долгое восхождение к недоступным идеалам. Искусство, транслируемое по телевидению, становится массовым товаром, аналогичным доступной одежде или еде. Поэтому оно предписывает человеку жить

весело, услаждать и не утруждать себя. В таком аспекте телевидение заглушает щемящее чувство одиночества, присущее современному человеку, успешно создавая у зрителя чувство сопричастности ко всему, происходящему в мире. Телезритель, в одиночку сидящий перед телеэкраном, ощущает себя членом некоего виртуального сообщества, утрачивая, незаметно для себя, грань между реальностью и вымыслом, обретая виртуальные смыслы своего существования.

Ситуацию в неклассической постмодернистской культуре России достаточно точно охарактеризовал В.Н. Назаров, описав ее в терминах смены «этоса» на «эстетизм» как новой детерминации в этике: «Одной из характерных особенностей эпохи постмодерна является *эстетизм*, связанный с переориентацией культуры на чувственно-эстетический, «зрелищный» способ восприятия мира. Эта переориентация в первую очередь отражается на нравственном состоянии. Все больше людей руководствуется в своих поступках не моральными убеждениями и духовными установками, а чувственными предпочтениями и пристрастиями. В такой ситуации обоснование морали на философских или религиозных началах становится весьма проблематичным. Место последних занимает массовое искусство, создающее «социально-эмпатический» тип отношений между людьми» [3, 289].

Современности, действительно, уже не свойственно мыслить бытие в целостных категориях, и сама жизнь распадается на ряд мелочных ситуаций, не связанных единым смыслом, детерминированных лишь нуждой существования. Гуманитарии часто называют это аксиологически нейтральным термином «повседневность», тем самым как бы легализуя наличную дезинтеграцию высших проявлений духовной жизни. Таким образом, в действительной ситуации сущее становится должным, а должное не сущим, вернее, не существенным. Кризисность ситуации создается не тем, что в плане сущего отсутствует единство, но тем, что стремление к нему не является уже должным для человека. Это и есть то, что большинство исследователей называет понятием «духовный кризис», который, таким обра-

зом, можно определить как отсутствие стремления к целостности, единству, гармонии и смыслу.

Абсолютизация эстетического начала в конечном итоге приводит к ценностному и онтологическому релятивизму в искусстве, эстетике и искусствоведении. Об этом свидетельствуют представители этой области культуры. Современный художник и теоретик искусства В.Л. Крылов в книге «Убить искусство» так характеризует специфику современного искусства: «...сложилась ситуация, при которой любой человек, занимаясь абсолютно любым делом, может объявить себя художником, а свое совершенно произвольное занятие – искусством, и никто не сможет его опровергнуть... Пестрота явлений, объединяемых сегодня понятием «искусство», поражает, но возразить ничего невозможно потому, что никто не может определенно сказать, что же такое искусство. Определения искусства нет – значит, этим словом можно обозначить все, что угодно!» [4, 3].

Итак, в современных так называемых «изящных искусствах» красота становится самоцелью. Превратившись в особую автономную область деятельности духа, красота прежде всего выражает презрение пользе. Это своего рода «духовная услада», цель которой заключена в самой себе – в служении красоте. Чистый эстетизм сторонится не только утилитаризма, но также и рационализма. Философ В.Н. Шердаков приводит доводы сторонников чисто эстетического подхода к действительности, которые, кстати, не лишены убедительности и привлекательности. «Принцип эстетизма ставит красоту выше добра. Нравучительность убивает художественное творчество так же, как и рационализм. В искусстве не должно быть назидания и моральной дидактики. Красота, по мнению Л.Н. Толстого, противоположна добру, так как «добро большею частью совпадает с победой над пристрастиями, красота же есть основание всех наших пристрастий». Можно прийти к морализму от эстетизма, но не менее проторенным путем является и обратный путь от служения добру к служению музам. Жизнь не познание и не нравственное самообуздание – провозглашают сторонники эстетизма. Жизнь – это созидание, творчество. Подобно тому, как творит худож-

ник свои произведения, так же вдохновенно нужно строить и свою жизнь. Художник имеет право выйти за сферу морали, быть равнодушным к добру и злу, сбросив оковы норм и запретов. Существует лишь один абсолюте – красота» [5, 51-52].

Но на самом деле эстетизм видит в красоте лишь спасение от перенапряжения, усталости и бессилия. Действительно, искусство несет с собой определенные психотерапевтические функции. Это и уход от неприглядной действительности, и отвлечение, и повышение тонуса жизни, и релаксация вкупе со снятием стресса, и сублимация нереализованных желаний. Но целью такого искусства является не целостное постижение бытия, а уход от действительности в самодостаточную сферу красоты. И это трудно назвать духовной полноценностью. Полнота художественного творчества достигается, конечно, не в морализаторстве и не в подражательности, но в акте целостного этико-эстетического и гносеологического мировосприятия. Тогда это не только созерцание, но созерцание, переходящее в преображение.

Философское здание смысложизненной эстетики основывается на фундаментальных предпосылках о доброй, идеальной благоустроенности бытия, которая выражает себя исключительно в форме красоты. Красота имеет, таким образом, и нравственный, и онтологический смысл, отклонение от которого дает многообразнейшие извращенные формы красоты (уродство). Нравственный смысл эстетики находит свое программное воплощение у Вл. Соловьева в трактате «Красота в природе»: «...эстетически прекрасное должно вести к реальному улучшению действительности» [6, 351]. Наличная действительность требует непрестанного совершенствования, так как в своем перводанном виде она не соответствует никаким идеальным представлениям человека.

Этическое начало пронизывает эстетическое, сообщая ему высший провиденциальный смысл одухотворения и пресуществления действительной жизни. Красота как *эстетическое свойство* бытия (в данном случае природы) должна преобразить «злую жизнь», то есть реализовать свой высший *этический потенциал*. «Красота нужна для исполнения добра в ма-

териальном мире, ибо только ею просветляется и укрощается недобрая тьма этого мира» [7, 392]. Иными словами, можно сказать, что красота есть этическая энтелехия природы.

Преображающая сила искусства содержит в себе, таким образом, синтетические потенции, способные претворить истину и добро в полноту действительности. Тем самым Вл. Соловьев вменяет искусству задачи, намного превосходящие собственно эстетические, которые были всегда ограничены пространством творческого своеобразия художника и созданной им художественной реальности. Здесь речь идет уже о космологических параметрах преобразующего действия искусства, включающего в себя не только собственно художественный мир, но мир как таковой, требующий преобразования посредством красоты.

Возвращаясь к проблемам современной культуры, необходимо отметить, что в установке многих деятелей искусства на эстетический ригоризм, на наш взгляд, кроется причина потери смыслов в современной культуре. Как бы в современном обществе ни были важны деньги, они никогда не смогут стать духовным двигателем культуры в целом. Как бы ни была привлекательна для большинства продукция массовой культуры с ее ориентацией на успех и глянцевою внешность, подлинное искусство будет стремиться выражать и этические императивы.

Весь ход развития культуры свидетельствует о том, что стремление к универсальному неслиянно-нераздельному этико-эстетическому единству есть двигатель духовного прогресса человечества, независимо от этнических, экономических, социальных и других различий. Без этого перманентного восхождения языческие, монотеистические, технократические культуры не нашли бы идеологического фундамента для своего существования. Более того, именно это стремление стало стержнем, даже методологией в пространственно-временном развертывании человеческого бытия.

1. Панофски Э. *Idea: К истории понятия в теориях искусства от античности до классицизма.* / Э. Панофски. – СПб. : Аксиома, 1999.

2. Бахтин М.М. *Автор и герой в эстетической деятельности* // Вопросы литературы и эстетики. / М.М. Бахтин. – М. : Худ. лит., 1975.

3. Назаров В.Н. История русской этики. / В.Н. Назаров– М. : Гардарики, 2006.
4. Крылов В.Л. Убить искусство: От Малевича и Пикассо до Глазунова и концептуалистов / В.Л. Крылов. – М. : Астрей, 2005.
5. Шердаков В.Н. Добро – истина – красота. / В.Н. Шердаков– М. : Знание, 1983.
6. Соловьев В.С. Красота в природе / В.С. Соловьев // Сочинения в 2 т. – Т. 2 / Общ. ред. и сост. А.В. Гулыга. – М. : Мысль, 1988, 351.
7. Соловьев В.С. Общий смысл искусства / В.С. Соловьев // Сочинения в 2 т. – Т. 2. / Общ. ред. и сост. А. В. Гулыга. – М. : Мысль, 1988.

От года культуры – к веку культуры?

2009 год в Воронежской области был объявлен Годом культуры. Поскольку в последние десятилетия эта сфера не входила в число приоритетных направлений развития страны, инициатива соответствующего ведомства воспринималась прямо-таки даром с небес. Деятелями культуры была поддержана предложенная программа, включающая, например, блестящую идею о Золотом кольце Воронежской области, об устройении этнографических выставок и экспозиций фольклора (в том числе музыкального), о создании новых и модернизации старых музеев, об увековечивании и реставрации памятников старины, о разного рода художественных проектах, о поддержке учреждений культуры и творческих союзов, по-новому развивающих укоренившиеся традиции разных искусств. В Российской провинции акций подобного масштаба в то время больше не было. И потому воронежский прорыв стал событием номер один не только для нашего региона.

Проведен Год культуры был достойно, без трескотни и внешнего пафоса, а с необходимой мерой серьезности и глубинности в постановке и решении назревших творческих вопросов. Появилась даже надежда – а не перерастет ли он в Год культуры всей страны и не станет ли началом пути к Веку культуры. Некоторые акции последующих лет, осуществленные в Воронеже под патронатом губернатора А.В. Гордеева, обнадеживали. Помимо многих вернисажей, приглашений ярких артистов, исполнителей, музыкальных и театральных коллективов, в их числе – включение нашего региона в эстафету Всероссийского и Всемирного Пасхального фестиваля, неоднократный проезд симфонического оркестра Валерия Гергиева, признание на правительственном уровне официального статуса Молодежного оркестра Юрия Андросова, проведение целой серии фестивалей современной музыки «Созвучие», цикла «Джазовая провин-

30

ция», а также Брамсовского фестиваля, Болховитинских чтений, наконец, кульминационное и небывалое по масштабу событие – Международный Платоновский фестиваль, уже первое проведение которого в 2011 году принесло Воронежу репутацию одного из самых ярких культурных регионов России и Европы.

Зная о неоправданно большом распространении во всем мире так называемой массовой культуры, можно с удовлетворением констатировать, что на всех перечисленных, как и на многих других подобных форумах, был очевиден приоритет высокого академического искусства, по образцам которого потомки и судят обычно о действительных (а не мнимых) достижениях времени. Произведения этой сферы живут несравнимо долго, словно бы вновь и вновь подтверждая: «культура – это то, что остается, когда все остальное забыто». Последние слова принадлежат Эдуарду Эррио – автору книги о Бетховене и, что не менее примечательно, видному французскому политическому деятелю.

Другой вопрос – об отношении к современному искусству самих современников. Это отношение не всегда бывает адекватным его истинному значению. Так и сегодня: в представлении, скажем, очень большой части молодых людей категория «современная музыка» ограничивается образцами рока и поп-индустрии (иногда еще и авторской песни – продуктом, как раньше говорили, самодеятельного творчества). Эти роды культуры, давшие немало шедевров, ныне многосторонне изучаются. Да и в программах консерваторий и колледжей они тоже представлены, но только как некая часть современной музыки, достойная специального осмысления. Конкретные же явления получают при этом не только позитивные, а и негативные оценки. Ведь на данном направлении появляется немало эстетически ущербных и низкопробных, этически нестрогих, агрессивных, вычурных и эклектичных примеров, которые как бы засоряют художественную среду, создавая и в пределах культуры некие экологические проблемы.

А спросите встретившихся на улице представителей студенческого возраста разных профессий об их отношении к современной музыке. Большинство из них наверняка даст в целом

положительные, а то и фанатически восторженные оценки. Но им и в голову не придет подумать при этом, скажем, о дирижерах, скрипачах и певцах с мировым именем, о композиторском искусстве Губайдулиной, Щедрина, Шнитке, Шостаковича, Эшпая, Слонимского, Лютославского, Лигети, Мессиаана или о каких-либо иных, сопоставимых с названными, гигантах музыкального творчества. Коих в XX–XXI веках немало. Таков уж, к сожалению, уровень представлений в молодежной среде о границах современного творчества и о самой этой дефиниции.

Данный факт в какой-то мере, быть может, и закономерен. Не случайно же высокое и духовно наиболее богатое искусство стало считаться менее демократичным. Об этом говорил однажды Г. Свиридов: «Чем ни глубже духовно музыка, тем менее она распространяется в мире. Чем она ни сокровеннее, тем более узок круг людей, воспринимающих это сокровенное. И наоборот: чем ни поверхностней музыка касается предмета внутреннего созерцания, тем легче ее распространение. Большой соблазн для художника (и для слушателя. – Е.Т.) заключается в этом поверхностном касании».

Такого рода обстоятельства нельзя не учитывать, ставя сложнейшие вопросы просветительства и совершенствования эстетического вкуса. Они не решаются числом рекламных щитов, радиоанонсов, призывов и интернет-сайтов. Здесь действены только глубинные и долговременные процессы воспитания и самовоспитания – музыкантов-исполнителей, что не торопятся осваивать современный, особенно авангардный репертуар, организаторов культурных процессов (представителей власти, администраторов, музыкальных критиков, продюсеров), в конечном же счете – зрителей и слушателей. Их совокупный художественный вкус определяет уровень и качество культуры общества, а соответственно и социальный запрос – композитору, писателю, живописцу – на те или иные виды творчества, на жанры, темы и формы их воплощения, на «сокровенное» или на «поверхностное касание», отвечающее по большей части развлекательным и чисто фоновым функциям.

Вышупомянутые художественные проекты, реализуемые в последние годы в Воронежской области, позволяют говорить, как уже отмечено, об их направленности на сферы «внутреннего созерцания», о выдвигании на первый план серьезного академического творчества (не в ущерб иным), способного скорректировать соответствующим образом интересы и вкусы общества. Оговоримся, что культура – это не только искусство, хотя оно и является ее наиболее концентрированным выражением. Вырастая на почве культуры, оно затем вписывается в нее как ее центральный элемент. Оно способно менять ее облик и через нее воздействовать на все сферы деятельности человека. Может быть, поэтому у воронежцев наконец-то появилась надежда на то, что культура в их регионе будет мыслиться не побочной сферой, не областью только досуга, а стержнем и платформой всей жизни, в том числе – и экономики, и промышленности, и законотворческой политики.

Профессор Московской консерватории, крупный композитор и художественный руководитель прославленного во всем мире Ансамбля современной музыки Владимир Тарнопольский (по приглашению Союза композиторов он многократно приезжал в Воронеж с концертами и лекциями) как-то заметил, что несколько поколений россиян мечтали о создании своего современного автомобиля и что эта мечта остается пока призрачной. Ведь для ее осуществления нужно владеть не только техническими, но и особо тонкими эстетическими представлениями, чувством композиции и красоты, что формируются через то самое, обделенное вниманием современное творчество – театр, музыку, живопись. Добавим, что без этого владения невозможно создать не только автомобиль или, скажем, любой качественно выполненный дизайнерский проект, а и достойное внимания и по-настоящему новаторское (не просто новое) произведение искусства.

Здесь мы невольно вторглись в область философских размышлений о несводимости феномена художественной культуры к сфере искусства. Само искусство – это только часть (может быть, и важнейшая или сердцевинная, но все же часть)

художественной культуры. Оно из нее, как из некоей естественной среды, рождается и в ней же до некоторых пор вызревает. А рождаясь и вызревая, делает богаче саму эту среду, способствуя прорастанию новых побегов – новых произведений искусства, типов творчества, форм и жанров. Художественная культура оказывается, как видно, неким фондом праэлементов (применительно к музыке, по Б. Асафьеву, «интонационным словарем») для нового искусства (вспомним средневековый, но значимый для всех переломных эпох термин Филиппа де Витри «ars nova») – фондом, который включает в себя искусство прошлого («ars antique»), но не исчерпывается им.

Каждое произведение искусства – это некий концентрат художественно-творческой энергии, заложенной во времени и общественном сознании. Но общая художественно-творческая панорама не есть только сумма нарождающихся новых опусов. То есть, повторю: феномен «художественного» не есть прерогатива искусств. Он не чужд всем другим сферам деятельности человека, которые обычно художественными не считаются. Здесь как нельзя лучше подойдет притча о трех строителях, которых спросили: «Чем вы тут занимаетесь?» Первый ответил: «Камни таскаю», второй – «Зарабатываю на жизнь себе и своей семье», а третий – «Строю Шартрский собор». И чем сильнее проявлено в обществе художественное начало, чем выше его потенциал, чем больше в нем строителей шартрских соборов, тем вероятнее и то, что созданное творцами этого общества искусство будет востребовано и что механизм его воспроизводства не остановится.

В Воронеже, где уже давно существует семь творческих союзов, с воспроизводством и востребованностью произведений большого искусства особых проблем нет – об этом говорят как аншлаги в театрах и концертных залах, так и обилие премьерных показов. А теперь – после Года культуры и обнадеживающих событий последующих лет – есть основания считать, как отмечено выше, что мы находимся где-то в начале коренных преобразований в психике людей и что планка отношения в обществе к культуре и деятелям искусств теперь едва ли пони-

зится. Когда-то Валерий Брумель ошеломил мир, прыгнув на 2 метра 30 сантиметров. А позднее и он сам, и другие стали прыгать еще выше. Так что вопрос – «Не перерастет ли год культуры в век культуры?» – действительно актуален.

У нас в области вообще нет морального права понизить планку – ведь в сфере региональной культуры (сошлюсь только на примеры культуры музыкальной) такое число проблем и белых пятен. Подумать только: в столице Черноземья нет акустически совершенного концертного зала, нет органа, при филармонии нет дотируемого академического хора, оркестра народных инструментов, струнного квартета, театр оперы и балета вынужден зарабатывать на эстраде. Отсюда неизбежные дыры в пространстве музыкальных представлений ее жителей. Люди рождаются и умирают, так и не услышав живую тех, к примеру, гигантских открытий в области органной музыки, что за последние несколько столетий сделали крупнейшие композиторы – ну, хотя бы от Фрескобальди и Баха до Мессиаана и Губайдулиной. А разве нормально, что Академия искусств, ведущая не только масштабную педагогическую и научную работу, но и колоссальную концертную и просветительскую деятельность, теснится в непригодном помещении в отдалении от исторического центра города (сколько слушателей теряют возможность быть на ее концертах и иных творческих акциях!). И т. д., и т. п.

Воронежцы привыкли к гордому определению, красующемуся на многих рекламных щитах, – «Культурная столица Черноземья». И воспринимают его как естественное и неоспоримое. Но столь высокий и ответственный статус теперь непросто удерживать. Со всех сторон «столицу» теснят интенсивно развивающиеся культуры соседних, часто более богатых областей, уже не понаслышке знакомых и с органной культурой. Говорю это со всей ответственностью как руководитель композиторского объединения «Центр России», включающего 18 областей. В Липецке теперь есть не только муниципальный симфонический оркестр, а и оркестр народных инструментов и академический хор; там проходят авторские вечера Родиона Щедрина, Андрея Эшпая, Владислава Казенина, фестивали имени Хренникова. В Белгоро-

де и Брянске тратятся огромные деньги на престижные фестивали современного творчества с участием крупнейших композиторов, зарубежных и отечественных коллективов и солистов. В Курске набирают силу Свиридовские форумы. Ну, а многодесятилетние «рахманиновские месячники» в Тамбове снискали завидную репутацию во всем мире. Так что воронежцам ох как нужно постараться, чтобы укрепить позиции лидера и центра.

И вот здесь приходится затронуть некоторые «но», относящиеся, в частности, к теме «Культура и власть». Когда-то в одной из наших газет промелькнуло суждение видного философа Георгия Орланова (его имя включено в «Философскую энциклопедию»), работавшего в Академии искусств и Администрации города, а теперь – в Государственной думе: «Власть хорошей не бывает, она бывает плохой, очень плохой и очень-очень плохой». Как бы ни относиться к таким полшутливым гиперболам, признаем, что общество не случайно считает их небезосновательными. Поэтому-то и стало чуть ли не правилом хорошего тона ругать начальников и оппонировать власти.

Не будем все-таки делать это априори, тем более что в Воронежской области именно от власти исходили многие из перечисленных выше позитивных инициатив последних лет. Для определения же действий конкретных ведомств и их сотрудников есть «лакмусовая бумажка» – отношение к культуре в целом, к творцам и к печати.

На федеральном уровне, как известно, так и не приняты насущнейшие для общества законы – о культуре, о творческих союзах, о меценатстве. На многих каналах телевидения процветают низкопробные телешоу и ущербные сериалы, формирующие соответствующий вкус, который, в свою очередь, обеспечивает им высокий рейтинг. Тут все идет по кругу. И в итоге культура для подавляющей части населения – это средство только развлечения.

На региональном уровне, во всяком случае, в Воронежской области, многое, как было сказано, меняется к лучшему. Но и здесь есть настораживающие примеры.

Несколько лет тому назад Союз композиторов, как и Союз писателей, был изъят из Закона о бюджете, где значился отдель-

ной строкой. С тех пор существеннейшей стороной его жизни стала финансовая несвобода и, как следствие, вынужденное выклянчивание хоть каких-либо ресурсов на проведение творческих акций – фестивалей, пленумов, авторских концертов, тематических вечеров, занятий музыкальных клубов. Эти акции публикой востребованы и ожидаемы, о чем можно судить по наполняемости залов и прессе – не зря же Союз композиторов называют в печати эпицентром музыкальной культуры региона. Но, к сожалению, есть и обратная сторона этого лестного определения – будучи *de jure*, согласно законодательству новой России, не учреждением, а общественной организацией (поэтому он и снят с государственного финансирования), Союз, оставаясь эпицентром культуры, способствуя возвращению ее новых плодов, стал еще и эпицентром общих проблем этой культуры. Причем здесь они, в силу сказанного, особенно болезненны. И если пульс его творческой жизни не ослабевает, то лишь благодаря энтузиазму и внутренним побуждениям композиторов и исполнителей, оркестров и хоров, которые из месяца в месяц и из года в год реализуют программы Союза «за так», не имея хоть сколько-нибудь достойного материального вознаграждения. «Почему я пишу? – Потому», – ответил за всех творцов поэт Блез Сандр.

Нельзя, впрочем, сказать, что художники у нас не в почете – им ведь дают почетные звания, награждают орденами, а то и хоронят на Аллее славы и устанавливают в их память мемориальные доски. Но я помню, как Геннадий Ставонин – автор семи симфоний и четырех музыкально-театральных произведений – опер, оперетты и балета-симфонии (на его доме тоже есть мемориальная доска) – незадолго до смерти в отчаянии от бедности позвонил мне и сказал: «Все, Женя, больше не могу – выхожу на площадь, обливаю себя бензином и сжигаю». – «А у тебя деньги на бензин есть?» – перебил я его. «Нет», – рассмеялся Геннадий в ответ... Вот так мы жили в лихие девяностые, да еще и шутили. Но и позднее один из мэтров Союза обронил: «Десять лет буду писать по симфонии, квартиру не куплю».

Другой пример. Когда чуть более года тому назад монография автора этих строк и А. Шалагиной «Территория творчества: о сообществе композиторов Воронежского края» уже находилась в производстве, из Областного комитета по печати, взявшего на себя функцию не только спонсора, но и цензора, в издательство «Кварта» поступил телефонный наказ: «Изъять две главы». Именно те, в которых обрисовывались проблемы и нужды Союза, о чем можно судить даже по их названиям: «В защиту своей гильдии» и «Диссонансы и консонансы – творческие союзы в перекрестье проблем и суждений».

Этот знак несвободы, который навесили управленцы, показался не менее настораживающим. Но возникла курьезная ситуация: именно эти публицистически наиболее острые главы в московском всероссийском издательстве были перепечатаны как статьи в сборнике «50 лет Союзу композиторов России» (Москва, 2010), вышедшем к юбилею организации, основанной великим Шостаковичем. А несколько раньше они же, кроме того, публиковались в журнале «Музыкальная академия» (2005, № 4) и в книге «Композитор в современном мире» (Челябинск, 2009). Как видно, действия воронежских перестраховщиков, попытавшихся заглушить голос музыкальной публицистики, оказались заблокированными иногородними издателями.

Но что же так напугало нашу власть? Может быть, упоминание о том, что бывший министр культуры и, позднее, глава Федерального агентства по печати и кинематографии Михаил Швыдкой в своем телешоу «Культурная революция» выступил как противник закона о творческих союзах. На что ему опытный обозреватель ИТАР ТАСС, специально изучавшая проблемы творческих организаций, Ольга Свистунова тут же отрекомендовала: «Давайте ничего не рушить, хотя Вы, господин Швыдкой, и провоцируете к этому». Подумать только – недавний руководитель головных ведомств культуры провоцирует к уничтожению ее центров, какими, по сути, и являются Союзы.

Не буду, впрочем, множить примеры – их могло бы быть больше. Упомяну еще лишь о смещении со своего поста главного редактора газеты «Воронежский курьер», негативно воспри-

нятом представителями воронежского бомонда, составляющими духовно-интеллектуальную элиту общества. Ведь газету всегда отличал глубокий и непредвзятый анализ региональной (и не только) культуры, как и иных сфер жизни (в статье «Хронометр мыслей и событий» от 2 сентября 2008 года мне доводилось в связи с 18-летием газеты поделиться на ее страницах суждениями о многосторонней деятельности сотрудников).

Но сейчас вспоминается другая история семилетней давности, доказывающая достоинства этого СМИ как бы от противоположного. Тогда сотрудники газеты, включая и главного редактора, изменили вдруг привычному курсу на поддержку творческих союзов и выступили против них: «Ликвидация союзов принесла бы только пользу», – запальчиво писал в ходе вспыхнувшей дискуссии один из них. Но что примечательно: редакция печатала не только свои материалы, а и статьи многочисленных оппонентов, приняв, в конечном итоге, значительную долю их аргументов. Это была честная и яростная, длившаяся несколько месяцев борьба, в которой участвовало порядка 2025 человек – профессоров разных вузов, деятелей искусств и их поклонников, журналистов, композиторов, пианистов, музыковедов. Она перекинулась в другие СМИ и завершилась уже в столичном журнале, став знаковым явлением культуры страны. Ее страницы интригуют и сегодня как уникальный документ переходного времени, насыщенного противоборством взглядов и позиций. И оглядываясь назад, понимаешь, как много новых подходов и мыслей родила та полемика, хотя поначалу обеим сторонам все казалось ясным, не требующим ни спора, ни обсуждения, ни новых вопросов, ни свежих идей, ни неожиданных ракурсов, ни осознания своих слабых мест (думалось, их просто нет), ни осмысления сильных доводов оппонентов (казалось, будто бы они изначально неправы во всем).

А могла бы такая полемика развернуться сегодня? Уверенно дать положительный ответ затруднительно, когда знаешь некоторые (похожие на старые, 4080летней давности) реалии жизни. Но и отрицательный ответ давать не хотелось бы. Все-таки – иные времена!

Вспомним пушкинское – «Какая смелость и какая стройность». Эти слова восхищения – емкая характеристика Моцарта (ее можно отнести и к самому поэту), произнесенная героем одной из «маленьких трагедий». И они же – некая формула истинности творчества, определяемая категорией «моцартианство». Вспомним всегда сохраняющие новизну и актуальность идеи движения «бури и натиска», теоретиком которого был современник Моцарта, друг и сподвижник Гете Иоганн Гердер (1744–1803). Обязательным условием творчества он признавал полную независимость от любых регламентаций, лишаящих художника внутренней свободы, поскольку вне независимого художественного волеизъявления творческие импульсы слабеют, чахнут и гибнут.

У нас, конечно, есть достаточно оснований смотреть в будущее с оптимизмом, поскольку приведенные эпизоды (отрывки отжившей системы) – не более чем эпизоды. Но и их не стоит замалчивать, дабы они не стали (упаси, Боже!) новой (старой) нормой жизни даже в локальном и географически ограниченном пространстве.

Так перерастет ли Год культуры в Век культуры?

Переживая Media

Характерной чертой нового периода в искусстве стало его стремление к эксперименту, то, что Томас Манн определил как *placet experiri* – жажду эксперимента, искус любопытства и познания, часто любой ценой и в любой ранее считавшейся запретной, табуированной области. Нацеленность на эксперимент стала тем краеугольным камнем, который разделил новое искусство от искусства всех предыдущих периодов. Уход от «объективной» репрезентации к личному самовыражению как новой стратегии в искусстве XX века потребовал от художников применения всего спектра возможностей, включающих даже новые технологии, как средства выражения и передачи смыслов своих идей о времени и о пространстве. Выбранное направление развития свидетельствует об интересе творцов основательно утвердить себя и наиболее полно распространить влияние на социум. В процессе достижения целей они почувствовали себя абсолютно свободным в способах самовыражения, что привело их в пучины неизведанных «многоканальных» видов искусства [1].

Плюрализм творческого жеста стал особой приметой современного художественного мировосприятия и мышления. Но другой стороной подобной свободы оказалась тенденция, отмеченная во многих произведениях современных мастеров, свидетельствующая о фрагментарности творческого мировидения, словно способности глаза оказались ограниченными. В конце XX века экспериментальное искусство включило в свое пространство плоды последней технической революции, впитало в себя изобретения, до недавнего времени существовавшие вне мира искусства, а фотография, кино, видео стали частью современного искусства, и эффект дифференциации целостности в искусстве продолжал только усиливаться.

Формы искусств, родившиеся из слияния искусства и технологии, постепенно начали обретать черты эфемерности, с

каждым годом все более и более усиливающиеся. Многие из них можно определить как «искусство времени». Фотографии удается схватить и сохранить момент; образ же, созданный в компьютере, не принадлежит ни времени, ни какому-либо определенному месту. Оцифрованные образы живописи записываются на диск компьютера, монтируются, стираются, тем самым технические новшества позволяют отменить все ограничения между прошлым, настоящим и будущим. Не боясь применять в своем творчестве последние технические разработки, художники становятся их апологетами, а новые средства их не отталкивают, а вдохновляют.

Кажется, что последние генерации художников вторят своими действиями традиционным живописцам, используя технологии для создания своих произведений. Но, как когда-то заметил М. Маклюэн, «medium is message», и об этом ведает каждый художник. Он хорошо осведомлен что итог его творческого акта зависит от правильности выбора формата холста, техники исполнения, материала, в котором будет воплощен его замысел, поскольку все эти параметры в дальнейшем окажут на произведение свое магическое действие.

Главной парадигмой XX век с его научно-технической революцией явилась **скорость** перемещения во времени и в пространстве. «Время – деньги» – стало девизом мира развитого капитализма. Благодаря развитию кино и фотографии человек получил возможность реально увидеть время в движении. Подобные задачи передачи движения во времени всегда стояли и в традиционных видах искусства. Для двухмерного холста, где изображение стремится к пространственному прорыву, это было сопряжено с различного рода сложностями. И, тем не менее, в живописи есть тому немало примеров. Разглядеть подобные эффекты – дело для сегодняшнего сознания, смирившегося с миром движущихся образов, довольно сложное, но владеющий подобной техникой видения всегда бывает награжден мощными эстетическими переживаниями. Эффект «движения времени» прослеживается на примере многих традиционных живописных произведений различных мастеров, таких как

Е. Моисеенко «Генерал Доватор» 1947 г. или, к примеру, Т. Назаренко «Декабристы. Восстание Черниговского полка» 1978 г. В работе Назаренко наплывы времени, словно движение тумана памяти, снимают последовательно слой за слоем напластования прошедших эпох, обнаруживая смысл жеста свободолюбия декабристов.

В холсте «Обращение Савла», созданного Пармиджанино в 1528 г., мастеру удается визуализировать движение времени, что позволяет зрителю буквально прочувствовать протекающий во времени сложный процесс душевного перевоплощения ревностного гонителя христиан в исступленно верующего в Христа. Подобные примеры искусства говорят о том, что во все эпохи художники стремились передать метафизическое время, которое открывалось зрителю в его медитативном состоянии, поскольку живопись тяготеет именно подобной форме сознания.

Движение и время стали теми важными вопросами, которые заставили развиваться искусство XX века в направлении их разрешения. Кинематограф, фотография, видеоарт и другие направления, появившиеся в последнее время, напрямую связаны с новыми представлениями о времени и отношением к нему. В манифесте голландской группы «Де Стейл», основанной в начале прошлого века радикальными художниками вокруг одноименного журнала, отмечен важный факт, касающийся восприятия времени. «Существует старое и новое сознание времени. Старое ориентируется на индивидуальное. Новое ориентируется на универсальное. Спор индивидуально с универсальным проявляется как в мировой войне, так и в современном искусстве... Новое являет то искусство, которое обнаруживает новое сознание времени: современное соотношение универсального и индивидуального...»

С тех пор когда был опубликован манифест, было с избытком сказано и написано о направлениях искусства, связанных со временем и возникших благодаря развитию техники, мы же остановимся на интернет-арте, виде искусства, способного наглядно продемонстрировать еще одну его сторону.

Этот новый вид искусства сформировался в недрах Интернета и стал сферой приложения интересов современных художников, зависит от времени и является реакцией на развитие технических возможностей сети Интернет. Мы не станем вдаваться в подробности хрестоматийных знаний о формировании сетевого искусства как особого свойства арт-произведения, где текст и флешобразы изменяются во времени, превращаясь в новый визуальный язык неизвестного ранее искусству пространства WEB. Отметим лишь то, что здесь рождается зона новой эстетики, где созданные образы существуют в виртуальной среде, а потому можно назвать сетевое искусство самым эфемерным видом из всех известных до сих пор.

Используя пространство Интернет, художники превратили его из публично-коммуникативной среды в арт-медиаальную, применяя его возможности как те средства, с помощью которых можно создать новейшее искусство.

1994 год вошел в историю как год, в котором начались медиатехнологии и цифровое искусство. Термины «the Net», WEB, киберпространство и «дотком» стали атрибутами интернационального сообщества, создающего сетевые проекты поверх экономических, социальных и музейных институций для представления визуальных проектов и открытых для коммуникаций.

Художникам, которые «по старинке» стремятся к автономному творчеству, экспериментируют с новыми технологиями, приходится в борьбе за утверждение своей позиции и влияния на зрителя проявить недюжинную активность, возможно – даже агрессию и в выборе тем, и в способах их воплощения. Главной же задачей коммуникационного искусства становится создание таких произведений, которые потребовали бы от зрителя участия в их преобразовании. Здесь предусматривается визуальный диалог, в процессе которого происходит многократная трансформация исходного изображения. Принципы интерактивного сочинительства в коммуникационных сетях применяются авторами не для представления результатов своей деятельности, а, пользуясь возможностями сети, провоцируют творческий процесс со стороны зрителя для создания

многочисленных интерпретаций и образов, изначально предложенных как исходный материал. То есть такой художник создает «полуфабрикат» [2], с одной стороны, законченный, но в то же время требующий продолжения. Это главные условия коммуникативного творчества, где каждый из участников может реализовать себя.

Традиционно любая культура апеллировала к произведению искусства как таковому, будь то картина на холсте, скульптура, книга, гравюра. Они являлись посредниками в отношениях между зрителем и художником. Многие виды искусства новых технологий стремятся нарушить эти устойчивые формы отношений, создавая такие связи со зрителем, благодаря которым происходит развеществление и дематериализация самого произведения искусства. Работы перестают существовать в виде реальных объектов. Резкое смещение этих акцентов в сторону создания процесса сотворчества зрителя и художника не только меняет сложившиеся законы искусства, само произведение перестает нуждаться в каком-либо материале (будь то камень, краска на холсте, отпечаток на бумаге и т. д.). Таким образом, происходит трансформация представлений о традициях художественного творчества. То есть сам процесс остается, а его итоги не предусматриваются.

В классической модели художник существует как источник информации, а ее приемником является зритель. За зрителем закреплено право принять или отвергнуть материализованное сообщение, созданное художником. В диалоге Художник – Зритель исторически сложилось так, что автор априори наделен привилегированным статусом. Он является создателем произведения и носителем художественной идеи.

Современные медийно-коммуникационные модели искусства способствуют развитию иной парадигмы, представляющей художника в качестве инициатора открытой зоны, где происходит сотворчество зрителя и художника.

В классической традиции художественное произведение имеет физическую и семантическую целостность, оставаясь открытым только для интерпретаций. В случае же с сетевым

искусством, направленным на коммуникацию и сотворчество, готового произведения искусства не существует. Оно не репрезентирует, а непосредственно показывает ход существующего и длящегося во времени процесса. Оно виртуально и эфемерно, зависит от многих физико-технических параметров. Таким образом, новый художник вынужден постоянно расширять свой опыт знаний, включая и тот, что скорее присущ инженеру. Эти знания должны постоянно им поддерживаться и пополняться, т. к. развитие программного обеспечения происходит достаточно быстро. Сталкиваясь с подобными трудностями, медийный художник почти не имеет возможности быть хорошо осведомленным в технических новинках. А потому достаточно часто можно услышать от профессиональных программистов обвинения в адрес сетевых художников в их профессиональном невежестве, в результате чего при создании сетевого проекта им приходится прибегать к опыту программиста, который вправе выдвигать условия, ограничивающие пожелания автора. Тем самым акт творчества перестает быть посланием одного лишь автора и превращается в коллективный труд.

Авторское послание медийного художника утрачивает классические приоритеты еще и потому, что в дальнейшем произведение создается художником совместно со зрителем, который, становясь одним из участников проекта, тем самым теряет свое традиционное место оппонента, завоеванное в исторических и гуманитарных ристалищах с художником.

Но самое главное, что неизбежно утрачивает искусство в случае такого сценария развития – художник, как и его произведение искусства, перестает нести персональную ответственность за свой творческий жест. И это оказывается для художественного произведения абсолютно новой категорией.

Оно стремительно начинает походить на игру, где распахнуты все возможности и невозможны ни боль, ни смерть. Превращение эпохи репрезентаций в эру презентаций, наблюдаемое во всех медийных формах искусства, вызывает тотальный пересмотр всех веками сложившихся связей в цепочке художник – продукт его творчества – зритель.

Вместо создания выражения или передачи содержания и значения создается некий контекст, смысл которого постепенно утрачивается, а вслед за этим происходит утрата ролей – как художника, так и зрителя. Вклад каждого участника не складывается в произведение, а является частью общего коммуникационного поля, модифицируемого участием любого субъекта. Здесь не случается художественного произведения, так как любое традиционное произведение – это проявленная воля художника, материализованная и зафиксированная в материале.

Искусство, построенное по коммуникативному признаку, априори лишилось статуса в границах традиционной культуры, апеллирующей к фиксации и репрезентации индивидуального взгляда, поскольку стало бесконечным процессом конструирования и трансформации смыслов. Оно не выливается в законченное сообщение по определенному поводу, которому требуется обусловленный им самим же канал трансляции [3].

Возможно, понимание кодов подобного искусства должно определяться с каких-то иных позиций? Психологи уже давно рассматривают Интернет, присваивая ему компенсаторную функцию [4], и видят в его использовании замену недостатка реального общения. Тогда, может быть, медийное искусство интернет следует рассматривать с позиции социально-коммуникативного подхода к творчеству как части человеческого бытия, которое, как и прежде, нуждается в коллективном труде, стремительно исчезающем из повседневной жизни. (Здесь следует отметить, что почти все формы интерактивного искусства новых технологий развиваются по принципу коммуникативности.)

Подобные коллективные действия не являются здесь средством передачи информации, а присутствуют как своеобразная форма клубного общения [5] и, объединенные на почве коммуникативных форм искусства, демонстрируют свой достаточно аморфный характер.

Интерактивные направления, которые сегодня с успехом развиваются в медийном искусстве, представляют социально-коммуникативную природу процесса творчества, которая раньше была чужда для искусства. Проступающая новая пара-

дигма творчества оппозиционна традиционной, определяющей себя как диалог Автора со Зрителем. Складывающиеся формы интеллекта наступившей эпохи новых технологий меняют сознание людей и выдвигают новые требования перед искусством.

Во всем этом существует серьезная опасность, с которой трудно примириться. Постепенно стираются четкие определения «что такое искусство? кто такой художник?», потому и предугадать ответ на вопрос о стратегиях развития медийно-коммуникационной культуры достаточно сложно, поскольку произведения искусства теряют свойства уникальности, а автор и зритель перестают быть собой из-за симбиоза с медиа.

«Но где опасность, там вырастает и спасительное» [6], – подобная дихотомия, отмеченная М. Хайдеггером, предполагает продумывание форм и возможностей преодоления тотальных медиа и изобретение различных способов сопротивления любым их влияниям не только в искусстве, но и в реальности. На Ужас, вызванный утверждением «media are here», философ постсовременности Славой Жижек предлагает простой ответ: «No, thanks!», который обладает практическим потенциалом сопротивления любым медиатрансформациям.

1. Дриккер А. Эволюция культуры: информационный отбор / А. Дриккер. – СПб. : Гуманитарное агентство «Академический проект», 2000. – С.116.

2. См.: Гершкович З.И. Художественное творчество и техника массовой коммуникации (эстетико-социологические проблемы) / Художественное и научное творчество. – Л. : Наука, 1972. – С. 209236.

3. Дриккер А. Указ. Соч. – С.107.

4. Черных А. Мир современных медиа / А. Черных. – М. : Территория будущего, 2007. – С. 210.

5. Дольник В.Р. Непослушное дитя биосферы / В.Р. Дольник. – СПб. : Черно-на-Неве, 2004. – С. 72.

6. Хайдеггер М. Вопрос о технике. Время и бытие / М. Хайдеггер. – М., 1993. – С. 234.

Родовое древо и современное искусство

1

Литература, по существу, есть смыслообразующая часть культуры. Так или иначе, все иные компоненты или духовно-телесные отображения культуры несут на себе отпечатки столь присущего литературе духовного поиска, раздвигающего душевные человеческие рамки, преодолевающего их – и тем самым подтверждающего, казалось бы, не требующую доказательств давнюю истину: человек есть существо метафизическое.

Тем не менее, этот постулат всякий раз облекается многочисленными оговорками, и вот уже их плотная короста едва ли не покрывает его совсем, так что он только угадывается, почти удалённый из каждодневного человеческого существования – именно поэтому зримо лишённого черт надвременного бытия. Только в личностном начале присутствует таинственный бытийный сколок. Когда оно явно приглушено, быт берёт верх, тело управляет душой, а душа обречённо низвергается в сумеречную пучину подсознания.

Но вот однажды личность забывает себя, заземляет воздушные сердечные порывы, услащает горечь разочарований и собственной тяжкой вины – и обращается к примерам прошлого, утешается логикой разумного, убаюкивает себя тёплой негой инстинктивного... Так возникает духовная смерть, и человек начинает «жить в духовной смерти». Он становится рационален, послушен внешнему расчерчиванию его теперь съёжившегося «я» (прежде потенциально космического), уподобляется шахматной фигуре – схематичному облику, прикреплённому накрепко к алгоритму действий и перемещений, не существующему вне этого алгоритма.

Нельзя сказать, что такой абрис присутствия в мире человека явно психологически обеднён, как раз напротив. Психея-душа милостива и избыточна по краскам и формам, но нет в них гармонии, неуловимого совершенства, которое и не форма, и не

содержание, а зыбкое расположение света в душе, его движение и конечное преобладание.

Таков «мёртвый человек» культуры, предсказуемый и забавный, не холодный и не горячий – тот, который «тёпл». Утесняя им литературу, выталкивая из неё человеческую личность, культура нарушает закон облекания:

внешнее становится внутренним и разрушает целостный духовный организм;

следствие занимает место причины – литературоцентричная культура превращается в культуроцентричную словесность;

органическая структурная триада «личность – литература – культура» подменяется стартовым отсчётом дурной бесконечности: «культура – культура – культура...».

В этих современных удручающих обстоятельствах ответственность собственно литературы повышается неизмеримо. Она призвана объяснить читателю реальность, какой бы страшной и смутной та ни была... Показать высокое в человеке, потаённый отпечаток изначального образа Божьего... Приблизить горожанина к природе, чтобы вновь соединились мир зверей, растений, полей и рек – с миром трепещущей человеческой души, которая бесконечно устала от самой себя и ищет абсолютного закона доброты, правды, милосердия и любви.

И вот тут уместно обратить наш взгляд на современную русскую поэзию, поскольку именно ей в огромной степени свойственна интуиция и способность показать малыми словами – великое, а в житейском – проявить вневременное.

Но совершенно неожиданно мы обнаружим, что русская поэтическая почва перенасыщена семенами цветов и трав, прекрасных и целебных, однако в отсутствии древесных корней и плотного ствола являющих собой поросль в каком-то общем смысле сезонную, скоропреходящую. Она не связывает живыми жилами разные земные слои и не устремлена в наступающий день.

И станет понятно, что современная поэзия обеднена талантами, к которым приложим образ родового древа, объединяющего прошлое, настоящее и будущее. Это древо словно бы присутствует моментально в разных временах и в разных про-

странствах, присоединяет к себе всё дорогое, лечит больное и чахнувшее, даёт живительный сок зелёным и слабым побегам, дабы завтра они окрепли и продолжили русскую жизнь, у которой не видно начала и нет конца, ибо она – вековечна. Но всё же есть имена и стихи, поразительные по жизненной силе, сосредоточенной в них.

Один из таких феноменов, быть может самый яркий, – поэзия Дианы Кан, в которой практически невозможно обнаружить то бессильное уныние, которое, словно паралич, поразило нашу поэзию в последние годы.

2

Степень подробности в изображении мира и человека может многое сказать о духовном устройстве художника. Современное искусство поистине обезображено свалкой самых различных принадлежностей сегодняшнего быта и шире – сегодняшней цивилизации.

Между тем, мелочь душевных движений и чувств порочно дополняют эту «мусорную» картину городской жизни. В отрыве от природы и в сознании её враждебности человеку его душевный мир опустошается, теряет духовные ориентиры и принимает за нечто подлинное – пустышки, муляжи...

Так в поэзии появляется дробность восприятия, драпируемая едва ли не *списком* мельчайших лирических зарисовок, которые призваны скрыть неспособность автора к переживанию глубокому, соединяющемуся множеством тончайших нитей с мирозданием. В итоге читателю предлагается вникнуть в быт сочинителя, войти в его чувствования – порывистые, кратковременные, необязательные, возникающие, кажется, на пустом месте и не способные заполнить собой даже малую клетку этой пустоты. Слова и строки здесь исчезают даже раньше, нежели кончится видимый текст, поскольку они лишены силы к автономному существованию – без имени и голоса автора. И потому глаз проваливается в страницу, словно в рыхлый снег, под которым не нащупать твёрдой почвы. Тем не менее все признаки стихотворной речи тут могут быть налицо.

Читателю это обстоятельство совершенно не интересно, потому что книга им открывается в надежде найти собеседника, но вовсе не затем, чтобы лишний раз убедиться в похвальных версификационных умениях автора. Который в данном случае – лишь мастер-специалист, неизмеримо далеко отстоящий от гения, художественный слуга, возомнивший себя творцом.

В нынешние времена порог конфликта «Моцарт-Сальери» резко снизился. Причина в том, что само определение творчества как-то неуловимо соединилось с правом художника на самовыражение. Однако здесь была утрачена важнейшая бытийная связь между первым и вторым: всякий художественный акт никоим образом не должен ставить под сомнение настоящее имя его творца – имя Художника.

Это правило справедливо как для искусства, так и для творческих его предместий. Произвольно начинающий писать стихи, сочинять музыку, создавать картину прежде должен *осознать* себя художником – и только потом, фигурально говоря, выходить на люди под таким именем.

Сегодня «условие самовыражения» оттеснило изначальное «условие художника» на второе место. И стало возможным вытворять в искусстве всё что вздумается, потому что именно таким наглядным способом, почти законно, подтверждается присвоенное самозванцем право называться художником – пожизненно и неотменяемо. В какой-то степени это явление смыкается с другим, получившим фатальное распространение в нынешние дни: искусство, и литература в том числе, катастрофически теряют *одухотворённость* как главный смысл акта творчества. Тут есть несомненные черты апокалипсиса.

Чем в большей степени человек в искусстве предстаёт как существо сугубо телесное, тем несчастнее он кажется – мгновенный, обречённый и одинокий в своей телесной замкнутости, абсолютно не соединяемый со всеми иными, которые не есть «Я». Даже преуспевающий сейчас, назавтра он увидится маленьким и беззащитным перед ударом судьбы, безвольно лежащим на твёрдом камне или мягкой постели, существом, выговаривающим мольбы, которые никто не слышит.

Его взгляд и слух с ужасом фиксируют это, превращая почти бессвязный угасающий шёпот в лишённый звука вопль конца.

Современное искусство оказывается, таким образом, некоей художественной дверью в метафизическое ничто. Впечатления зрителя не проникают в глубь человеческих фигур, выписанных на холсте, ибо это – объекты, духовная связь с которыми, по определению, невозможна. Они отдельны и ужасающе конечны при всей, подчас, «божественной нерукотворности» их прекрасного тела.

Этот философский и эстетический фон чрезвычайно важен. Мы должны понимать, что нас окружает, в какое время мы живём, что нам предлагает сегодняшняя культура с назойливостью «напёрсточника» – прежде, чем откроем редкую книгу, художественный мир которой исполнен высокого национального задания и духовной ответственности.

Однако отыскать такую книгу в океане современной печатной продукции крайне сложно. И тут во многом ключевую роль играют средства массовой информации.

3

Уже стало обыденным утверждение, что в наши дни литературная критика практически умерла. Её место демонстративно заняли рекламные рецензии, представляющие читателю вновь испеченные книги. Причем ракурс, в котором рассматривается то или иное произведение, как правило, избирается в соответствии с интересами книгоиздателя. Появился и термин, вполне цинично характеризующий такое положение вещей: «рынок рецензий». Об этом прежде нельзя было и подумать: все-таки искусство и интеллект, несмотря на идеологические скрепы советских лет, внутренне тяготели к чистоте и старались избегать ангажированности.

Однако теперь в информационном поле появился «владелец заводов, газет, пароходов»: с одной стороны – издательский капитал, с другой – собственник бумажных и электронных СМИ. И все они озабочены только одним – *продажей* эстетического продукта.

Есть в таком положении что-то от прилавка с китайскими пуховиками: ядовитые краски, поддельная торговая марка, вместо пуха северной птицы – перо среднерусской курицы. И никаких внутренних обязательств перед покупателем: в нашем случае – читателем.

Одновременно сложился и штат «текстостроителей», которые в одних обстоятельствах предстают как люди академические, а в других – испытывают неодолимую тягу заняться чем-нибудь искрометным – наподобие «дневной красавицы» из одноименного фильма Бунюэля.

Так формируется интеллектуальное и художественное пространство, в котором вчерашние толкователи сюжетов Андрея Тарковского со значительным выражением лица рассуждают о пошлостях кинолент Тарантино.

Бойкий беллетрист Борис Акунин сначала становится чемпионом книгопродаж, а потом и «тонким умом», «яйцеголовой» персоной.

Дарья Донцова, при имени которой почему-то вспоминается карандаш от тараканов «Машенька», популярный в середине 90х годов, встречается с одним из руководителей государства и щебечет о литературных проблемах.

Примеры такого рода можно приводить бесчисленно. Сколько угодно можно иронизировать над партийной характеристикой времен развитого социализма: «ум, честь и совесть нашей эпохи». Однако вряд ли кто-то будет отрицать, что во многом благодаря средствам массовой информации из современной жизни практически удалены уже и сами понятия ума, чести, совести.

В середине 1970-х годов воронежский поэт Михаил Болгов в одной из статей о литературе заметил: «Современность до нищеты обескровлена отсутствием предпринимательства вне выгоды». Тогда подобное замечание выглядело несколько экзотично. Но прошли десятилетия, и печаль, о которой провидчески упоминал художник, стала обыденностью, нравственным ужасом, границы которого измученная душа нашего современника почти уже и не осознает.

Нет сомнений, выход из сложившейся ситуации, так или иначе, зависит от личного самоопределения литератора, журналиста, читателя.

В свою очередь, медийное сообщество с какой-то дежурной сноровкой озаботилось неким нравственным кодексом, в соответствии с которым газетный или журнальный автор как будто должен определять свою профессиональную и гражданскую позицию. И почти одновременно страна узнала, что в одном из центральных информационных агентств уволен опытный публицист, посмеявшийся жестко высказаться в отношении гей-парадов. Вот они, гримасы и ужасы нашего «толерантного городка»! Однако личностная позиция была заявлена, и это внушает читателю надежду, что автор все-таки *волен* писать то, что он думает.

К тому же, не стоит полагать, что нынешний читатель в массе своей состоит из зрителей развлекательных передач центральных телеканалов, порочных завсегдатаев «Комедиклуба» и клерков многочисленных офисов. Это среда сравнительно малочисленная, потому что иначе – страна наша не устояла бы на песке глупости, разврата и бессердечности. Внутренний долг перед прошлым, перед собственными детьми, ответственность за дело, которому ты отдаешь свои силы, – вот фундамент, который и по сей день не размыт мусорными водами российского рынка.

А раз так – то стоит лишь самоопределиться в нравственных координатах человеку пишущему и человеку читающему, и зияющие раны на теле родной земли и прорехи в душевном и сердечном пространстве нашего современника постепенно начнут затягиваться.

Ибо, как сказал один из героев современного писателя Дмитрия Орлова: «Если потеряно не всё, то не потеряно ничего...».

Актуальное и реалистическое искусство: конфронтация или параллельность?

На первый взгляд, вопрос это чрезвычайно простой, на который можно сразу давать однозначный ответ, который содержится в вопросе. И слова, произнесённые неким человеком: «Да! Конфронтация!», могли бы выглядеть экстравагантно. Но оттого, что мы считаем такой подход забавным, вопрос не снимается. И есть художники, и гораздо чаще нехудожники, которых этот самый вопрос занимает. Вынужден констатировать, что «круглые столы» о сущности современного искусства с совершенно разными людьми то тут, то там возникали у меня и у моих знакомых с незапамятных пор. В последние четыре года эти стихийные и организованные диспуты или обмены мнениями в Воронеже стали происходить чаще. И, как правило, участники обсуждений проявляют большое количество неудовольствия друг другом. Так как всякого рода упрёки, иногда возмущения, высказываются именно у нас в галерее, то понятно, что в основном они направлены в адрес современного искусства.

Одной из причин неудовольствия, на мой взгляд, является эпитет «современное». Ведь представители реалистического или а-ля реалистического изобразительного искусства нулевых и десятых годов нашего века тоже хотят называть своё искусство современным. При этом альтернативное искусство может в свою очередь называть или назвать себя реалистическим. Тут нужно сделать небольшое отступление. Я какое-то время интересовался вопросами кинообразования. И в конце 80-х годов мы столкнулись с тем, что фильмам, в которых нарушены стандартные правила построения, не так просто дать краткое определение. Старый эпитет «авторское» кино очень неточен, кроме того, все фильмы имеют авторов, «фестивальное» – расплывчато, а определение «интеллектуальное» может обижать

людей. С середины 80-х был термин «параллельное» кино, но через 6 лет андеграунд вышел на поверхность, и название потеряло смысл. К середине 90-х годов появился эпитет «другое» кино, а чуть позже аморфное слово «арт-хаус». Сейчас применяют слово «новое», а иногда «альтернативное» кино. Всё это является по-прежнему абсолютно неудовлетворительным. Хочется сказать просто – «кино». Возможно, и в Россию придёт время, когда термин «современное» по отношению к изобразительному искусству отпадёт, останется слово «искусство». Так может отпасть смущающее людей определение. Правда, и после этого у возмущённых скорее всего останется вопрос, которому на сегодня исполняется 100 лет. При взгляде на объект современного искусства произносится:

1

«А почему *это* является искусством?». И тут возникает вторая причина конфронтации. Чтобы понять её, нужно ответить себе на ряд вопросов. Чего ждёт потребитель от искусства? Чего он хочет? И почему он *этого* хочет. Если коротко, то кажется, что большинство *фактически* воспринимает искусство как успокоительное. Люди хотят получить какой-нибудь незамысловатый ответ, а то – и иллюстрированную поговорку. В общем, от искусства ждут конкретной пользы.

И это не страшно, но, на мой взгляд, совершенно недостаточно. Например, мы по-прежнему будем или можем быть романтичными, по-прежнему будем или можем нуждаться в переживании от контакта с произведением искусства. Но, кроме чувства, мы будем или можем нуждаться и в знании – знании, которое «исходит» от произведения при таком контакте. И представитель современного искусства говорит нам: моё произведение является или может являться источником не чувств, а знаний. Но это непривычный для нас тип знаний, знание здесь совершенно не явное, и, как и философия, такое произведение будет содержать много вопросов. Нас по-прежнему интересует человек, его мир и его взаимоотношения с этим миром. Сове-

менное искусство и ставит свои новые и парадоксальные вопросы. И спасибо, что не даёт на них ответа.

Московский художник, преподаватель Института проблем современного искусства Стас Шурипа подчёркивает, делает акцент на подобную функцию современного искусства – являть собой «необъективное» или «молчаливое знание». Для меня, например, может быть недостаточно молчаливого знания, которое исходит от того или иного произведения (а для кого-то достаточно, в этом нет ничего предосудительного), и вопросы, которые при этом возникают, могут казаться мне сегодня неуместными или вообще не интересовать меня. То есть при возможности выбора сам я по-прежнему предпочту переживание или удивление. Но это переживание, разумеется, может исходить не только, так сказать, от искусства прошедших десятилетий и столетий или традиционного искусства, но и от совершенно нового произведения. Если, например, взглянуть на творчество известного московского художника Андрея Кузькина с его десятками записок и рисунков, которые он экспонировал в Воронеже на большой коллективной выставке в декабре 2009 года, или с его новым произведением 2011 года – металлическими ящиками, куда он поместил наобум многие свои вещи, произведения, документы, а затем заварил эти ящики сваркой. Так вот, это произведение изобразительного искусства – несколько заваренных металлических ящичков, о которых, как я сказал, нам *кое-что* известно, – полно для меня как мысли, так и чувства. И это сугубо образное произведение. Совсем как произведение XIX-го века. Вот как описывает мотивы своего нового приобретения Пьер Броше – известный французский коллекционер, живущий с 1990 года в Москве и собирающий более 20 лет современное российское искусство:

2

«Художник Андрей Кузькин в 2011 году собрал все, что у него есть в мастерской: личные вещи, рисунки, работы, живопись, скульптуры. Сделал 50 цинковых ящичков, все его вещи сложили туда и заварили. Он не знал, что в каждом конкретном

из них. Он начал новую жизнь. Когда я увидел эту акцию в «Открытой галерее», то был в шоке. Я купил этот объект неделю назад, так как считаю, что это один из главных проектов последних 23 лет. Здесь Кузькин сделал такой шаг, взял все, что у него было до этого момента, запечатал и начал совершенно новую жизнь. Для меня как для коллекционера это гениально. Мы ведь что делаем? Мы собираем столько всего, что уже невозможно все вместить, мы создаем какую-то коробочку. Здесь можно задать вопрос: что бы вы взяли с собой, если бы могли взять только один ящик? А не два-три вагона. А здесь я даже не знаю, что в этой коробке Кузькина, даже не знаю, есть ли там искусство. Это очень философская вещь. Также, когда я вижу этот ящик, я думаю о работах Романа Опалки, который умер этим летом. Это художник из Польши, который эмигрировал во Францию. В 1965 году он стал на картинах писать числа – 1, 2, 3, 4, 5, 6 и т. д. Он писал эти цифры 40 лет, до самой смерти. У него 120-130 картин, он дошел до цифры около трех миллионов, он всю жизнь рисовал картины с цифрами, а еще на каждой картине он добавлял 1 % белого. И к концу жизни получились белые цифры на белом фоне. Еще он себя фотографировал в одной и той же рубашке в одном и том же месте своей мастерской. Видно, как он стареет, от того момента, когда он начинал, до момента своей смерти. Мне казалось, что смерть Опалки и проект Кузькина как-то связаны».

Продолжая, отмечу, что даже если произведение искусства транслирует мне только «молчаливое знание», и это новое «необъективное» знание мне кажется неожиданным, я буду вполне расположен к такому искусству. Кроме того, «неприятное», на первый взгляд, неудобное для восприятия новое произведение может открыться для человека спустя несколько дней, недель или даже месяцев. Оно может **вдруг для нас** засиять.

Так как мы обсуждаем вопрос о том, можно ли, и как именно практически уклониться от конфронтации реалистического и современного искусства, то мы вынуждены вновь и вновь искать и пробовать называть причины этой самой конфронтации. А они, вне всякого сомнения, кроются в человеке: потребителе

искусства, а также художнике. Хочется выделить что-то общее в поведении человека, критикующего современное искусство.

И тут опять придётся сослаться на практику галерейной работы. Вот приходит на выставку критик старой закалки, или студент художественного учебного заведения, или, предположим, человек, который участвовал в строительстве ДК им. 50-летия Октября. Заводят они знакомый (часто наизусть) разговор. В этом случае в целом бросается в глаза одна общая черта – подозрительность.

3

В чём подозреваются представители современного искусства? Во многих и многих грехах. Но если в общем, то на язык просится: «Сегодня он полюбит джаз...» Сочтём эту самую подозрительность небольшой человеческой слабостью и добавим ещё несколько наблюдений. А наблюдения эти состоят в том, что современному искусству больше открыты люди, не имеющие художественного образования: физики, математики, географы, медики и т. д. Такое впечатление, что у них сильнее развито образное и абстрактное мышление или точнее, что они независимы и более свободны в восприятии искусства и в своих суждениях.

Но вернёмся к нашим так называемым «сторонам» конфронтации. Какие примеры чаще всего приводят стороны, и в чём состоят их обвинения?

В адрес современного искусства:

- чёрный квадрат (около 100 лет), пресловутые баночки Мадзони (больше 60 лет), человек-собака (17 лет);
- «приколы», бездуховность, пессимизм, смерть искусства, болезненные ощущения, отсутствие в произведениях мысли, а также жизнерадостности, утверждения жизни и самой жизни.

В адрес основного потока изобразительного искусства восьмидесятых, девяностых, нулевых и десятых:

- закаты, рассветы, букеты;
- косность, унылость и тоска, дизайнерский «креатив» и бездуховность, навязчивые повторы, отсутствие в произведениях жизни.

Как видим, взаимные обвинения почти дословно совпадают: отсутствие жизни. Получается, что у сторон разное представление об этой самой жизни. Что с этим можно сделать? Ничего. Взрослого человека нельзя изменить. С одной стороны – усталый человек, который не хочет себя беспокоить и не может позволить себе думать ни о чём, кроме как о светлом будущем или о светлом прошлом, с другой стороны – человек, предпочитающий жить с открытыми глазами и ясным сознанием, и который, тем не менее, на поверку оказывается куда большим романтиком и идеалистом, чем человек, продуцирующий свои «чувственные» пейзажи. Ведь как сказано: «Нет зрелища прекраснее, чем разум в схватке с превосходящей его действительностью».

И что ещё интересно – обе стороны, как выясняется, соглашаются, что «искусство – средство духовного сопротивления», и вслед за Пикассо могут повторить, что искусство – и оружие защиты, и оружие нападения. Более того, обе стороны говорят, что у художника должна быть «способность выразить ноту, на которой звучит его время». В общем-то, последнее и есть кредо актуального искусства. Только «стороны» понимают все эти тезисы, видимо, противоположным образом.

После всего сказанного самому мне представляется очевидным:

4

– всякая конфронтация в восприятии нового и старого улетучится, если человек поймает себя на мысли, что можно любить не только несколько широко признанных направлений XIX-го и XX-го веков, но и искусство XXI-го века, что это совершенно естественно, увлекательно и... просто, или наоборот, перестанет считать, что уместно только искусство десятых годов XX-го века и перестанет стесняться «всеядности». Проще всего в этом убедиться, вспомнив искусство кино. Тут для многих, в том числе и для ярых сторонников современного искусства, любимое есть в каждом из десятилетий, начиная с 20-х годов прошлого века;

– искусство прошлого тоже было когда-то современным, и, например, русская икона и русский авангард много ближе, чем та же икона и передвижники;

– о примерах чутья и интуиции на *новые* и поистине *современные* произведения или даже явления искусства специалист должен рассказывать не только в прошедшем времени какой-нибудь 40-летней давности, но и быть способным к этому чутью и к этой интуиции и сегодня, и более того – обязательно демонстрировать эти примеры в настоящем, в сегодняшнем времени, ведь искусство не может позволить себе остановиться.

И тут следует оговориться. Размышления мои о возможности «любви и дружбы», отсутствия конфронтации внутри мира искусства всё же в большей степени относятся к потребителям искусства, а не производителям. Так, например, я могу выступать лишь от своего лица. С художниками – сложнее. При этом нужно заметить, что я говорю не о ремесленниках, не об изготовителях «шкатулок», у которых, конечно, тоже тяжёлый и кропотливый труд, а именно о художниках, то есть людях, у которых степень свободы несоизмеримо выше, чем у всех остальных, так сказать, смертных.

Известно, что художник – это далеко не благопристойный исполнитель, который исповедует бюргерские «умеренность и аккуратность». Новый художник – это всегда «преступник», и потому в этом случае наши увещевания будут бессильны. Художник преступает прежде всего правила благоразумия, а также эстетические правила, и вообще – правила обыденной психологии. Такими преступниками были и писатель Достоевский, и десятки художников (те же импрессионисты или, например, Андрей Монастырский со своими «Коллективными действиями»), и композитор Стравинский, и поэт Андре Бретон, и фотохудожник Борис Михайлов. Списку нет конца.

И «трудное», современное искусство так или иначе будет по-прежнему научать людей, по крайней мере – какое-то их количество, «терпеть» острые и неудобные высказывания художников. Терпеть так, как терпят боль. Иначе не узнаешь, что рука близка к огню.

2. Современные СМИ в пространстве современной художественной культуры

Кройчик Л.Е.

Двадцатый век мы прожили бездарно

Заметки о кризисе культуры

Эпилог

21 июня 2012 года газета «Известия» поведала о том, что министр культуры Владимир Мединский порекомендовал генеральному директору канала НТВ Владимиру Кулистикову убрать из сетки вещания фильм «Служу Советскому Союзу», предназначенный к показу в День памяти и скорби (22 июня).

Свою просьбу министр мотивировал тем, что к нему за последние два дня поступило свыше двух тысяч писем с просьбой убрать из эфира фильм, искажающий правду о войне.

НТВ просьбу министра не уважило – фильм 22-го июня 2012 года был показан в связке с другим фильмом, рассказывающим о войне – знаменитым некогда творением Михаила Чиаурели «Падение Берлина». Незапланированный показ этого фильма, видимо, должен был уравнивать две неправды – трагическую сказочную историю о том, как советские политзаключенные, поддержанные советскими же уголовниками, громят гитлеровский десант в пространстве советского Заполярья, и помпезную сказку о героике последних дней войны.

Неподчинение Владимира Кулистикова, думаю, было продиктовано не столько лукавым озорством подчиненного («Вы хотите песен – их есть у меня»), сколько обуювшей властные и прочие структуры потребностью поддерживать диалог с гражданами.

Рейтинг рейтингом, но и об уроках Болотной площади забывать не следует: надо уметь слышать глас народа.

Народ воспитывать надо.

И вот еще одно подтверждение: 24 мая 2012 года газета «Известия» публикует статью Татьяны Белкиной «Минкульт заказал зрелищ», в которой говорится о том, что «Минкульт планирует оплатить съемки драмы «о судьбах глухой русской провинции», комедии «о поиске и воспитании чувств современной молодежи», остросюжетной социальной драмы «о противостоянии злу и насилию», а также лирической мелодрамы. На создание кинокартин ведомство отводит срок от 18 до 24 месяцев. То есть к лету 2014 года все четыре картины должны быть готовы» [1].

На каждую ленту министерство отпускает по 28 миллионов рублей.

Кто сказал, что не продается вдохновенье?

Пушкин Александр Сергеевич.

Ошибалось «наше все», ох как ошибалось.

И вдохновение есть, готовое к продаже, и сроки указаны, и тематика. И даже есть потенциальные исполнители заказов.

Вспомнилось: еще в советские времена в титрах милых фильмов значилось: «Снят по заказу Министерства культуры».

Что-то изменилось с той поры?

Да ничего, собственно.

Как там говорилось у Антона Павловича Чехова?

«Все будет идти по-прежнему».

Заказные материалы существуют не только в журналистике – в художественном творчестве тоже.

Само понятие «художественное творчество», правда, претерпело изменения. Слово «произведение» потеснено ныне термином «проект».

А чему удивляться-то?

Еще в советские времена писатели, с легкой руки Алексея Максимовича Горького, стали именоваться инженерами человеческих душ.

Конструкторами то есть.

Людьми, вооруженными лекалами, рейсфедерами, листами ватмана, логарифмическими линейками (сегодня все это вкуче – персональный компьютер, с помощью которого все можно обчислить).

И уже как-то подзабыли мы, что слово «культура» означает возделывание, возвращение, то есть длительный процесс формирования чего-либо.

В нашем разговоре речь идет о формировании личности, о возвращении творческой индивидуальности, о воспитании человека, способного к постижению мира во всем его красочном, эстетическом, эмоциональном многообразии.

О восприятии прекрасного.

«Хорошее должно существовать независимо от отплаты»

Слова в кавычках принадлежат Льву Додину – руководителю Санкт-Петербургского Малого театра драмы – театра Европы.

Но ведь бытовая мудрость гласит – «За все приходится платить».

За плохо сказанное слово (неудобное власти) художник расплачивается либо жизнью, либо изгнанием, либо забвением. В России так было всегда. Радищев, Полежаев, Герцен, Чернышевский, Достоевский, Амфитеатров, Клюев, Бабель, Ясенский, Васильев, Корнилов, Солженицын, Довлатов...

Дело не в списке имен – в тенденции.

Тенденция эта – нетерпимость к самостоятельности мысли.

В тоталитарном представлении о том, каким должно быть культурное пространство государства.

Если с этих позиций взглянуть на минувший двадцатый век, то мы его прожили бездарно.

Три революции.

Гражданская война.

Поучаствовали в двух мировых войнах и в десятке локальных конфликтов – Финляндия, Монголия, Китай, Ближний Восток, Африка, Северный Кавказ.

Меняем государственный гимн и флаг.

Империя. Буржуазная республика. Социалистическая республика. Социальное государство.

Кровь. Насилие. Несвобода.

Не до культуры было.

Не до искусства.

Удивительная вещь: интеллектуальный потенциал России в двадцатом веке, несмотря на неспособность и неготовность меняющихся властей его поддерживать, тем не менее никогда не спускался ниже критической черты, за которой начался невозвратимый крах.

Даже трагический раскол отечественной культуры после октября 1917 года не отменил культуру вовсе – возникли два параллельных пласта, в которых равноправно существовали Рахманинов и Шостакович, Бунин и Ахматова, Зворыкин и Павлов, Шаляпин и Собинов, Репин и Кончаловский.

Спасала великая опора – традиции национальной культуры. Ее готовность к подвижничеству, к просветительству, к постоянному творческому поиску, небоязнь нового.

Спасала ее национальная самобытность и толерантность. Русская национальная культура мирно соседствовала с национальными традициями других народов, населявших империю и Советский Союз.

Спасала вера (может, несколько наивная) в то, что лозунги добра, справедливости и будущего всеобщего счастья, начертанные на красных знаменах, будут реализованы (любому из нас свойственно верить в лучшее) и, в конце концов, перестанет Россия быть зоной несвободной культуры, превратившись в пространство свободных мыслей и свободного творчества.

Советская культура была культурой прорыва.

Она во многом состоялась вопреки социальным обстоятельствам окружающей жизни.

Могут возразить, что искусство во все века в любой стране носит прорывной характер.

Художник всегда опережает время.

Бессмертие его произведений – знак опережения времени.

Преодоление – знаковый признак творчества.

Это все так.

Но так уж случилось, что творчество в нашей стране, подчинившей себя революционным канонам, не могло развиваться свободно.

Знаменитое ахматовское признание «Когда б вы знали, из какого сора растут стихи, не ведая стыда», легко трансформи-

руется в социально окрашенную метафору существования художника в условиях тоталитарного режима.

Перечитайте газеты и журналы советской поры – и вы увидите, как работали каноны партийной идеологии, как исподволь формировалось эстетическое сознание аудитории и ее воспитателей – живописцев, литераторов, актеров, музыкантов.

Цензура, идеологические проработки, остракизм, навешивание ярлыков, публичная порка непокорных... Остается лишь удивляться, как в этих условиях состоялись Булгаков и Платонов, Свиридов и Хачатурян, Татлин и Мейерхольд, Товстоногов и Любимов.

Философия, господствующая на советском социокультурном пространстве, была простой:

– Держать и не пущать!

Главные нормативные документы – статья В.И. Ленина «О партийной организации и партийной литературе» и решения (исторические, разумеется) очередных съездов партии и пленумов ЦК.

«Коммунистическая партия, – говорится в резолюции VIII съезда, – должна следить... чтобы элементы, враждебные Советской власти, не воспользовались аппаратом общего образования и не проводили под видом литературы, науки и искусства тенденций общественно вредных, контрреволюционных и так или иначе парализующих усилия коммунистической пропаганды»[2].

А вот как следили за общественно вредными тенденциями борцы за чистоту пролетарского искусства. В. Иванов в своей книге «Из истории борьбы за высокую идейность советской литературы», изданной в 1953 году (Сталин умер, но дело его живет), пишет: «Распоясались украинские националисты, которых возглавил националфашиствующий писатель Хвилевой, выступивший с программой махрового зоологического национализма. Этот буржуазный наймит призывал украинских писателей ориентироваться на декадентское западноевропейское искусство, пытался оторвать украинскую литературу от братской литературы великого русского народа и отравить ее трупным ядом разлагающегося искусства буржуазного Запада»[3].

Рецидивы такого взгляда на культуру сохранились до сих пор.

«Наше» – «не наше», «свое» – «не свое», «разлагающее влияние», «формализм» – все эти понятия-жупелы блуждают до сих пор по страницам отечественных изданий в материалах, посвященных проблемам культуры.

Панацея – не просто уйти от обсуждения серьезных вопросов культуры, но и принципиально сменить ее парадигму, опираясь в культуре не столько на ее воспитательную и эстетическую функции, сколько на функцию развлекательную, которая приносит доход.

Для узкого круга пушай себе существуют Спиваков, Губайдулина, Шнитке, Габриадзе, канал «Культура».

Для широкого круга – Пугачева с Галкиным, Ургант, сериалы, блокбастеры, «Юрмала».

Отечественная культура переживает системный кризис.

Российский экран завален импортной продукцией не лучшего пошиба.

В области балета мы уже давно не «впереди планеты всей».

Хороших театральных режиссеров ищут в Прибалтике, Грузии, в Западной Европе (своих можно пересчитать по пальцам).

Новые литературные имена погребены под серыми (в буквальном смысле слова) страницами дамской прозы и чтива в метро.

Эстрада – дурновкусье, безгололье, нафталином пропахшее слово.

Нельзя сказать, что о всех этих бедах пресса молчит.

Но Васьки отечественной культуры слушают направленные против них эскапады и помалкивают.

А чего говорить-то, если ответить нечего.

Кому поём?

Эстетическое пространство представляет собой сложную, постоянно обновляемую систему, в которой взаимодействуют четыре важнейших компонента: реальность – художник – произведение – аудитория. Литературно-художественная критика формально автономна по отношению к этой системе, но само ее существование актуализирует взаимоотношения творца с аудиторией.

Критик – своеобразный движитель эстетического процесса, модератор, стремящийся поддержать диалог и с художником, и с аудиторией, тем самым облегчая связь художника с аудиторией.

Любое произведение существует не само по себе, а только в восприятии аудитории, и создано только для нее.

Отсюда – ориентация на аудиторию, изучение ее.

Самая активная часть современной отечественной аудитории – молодежь. Она – завсегдатай залов кинотеатров, обеспечивающий показу кассовый успех; она – главный Пользователь страны; она заполняет арены стадионов и зрительные залы. Игнорировать ее существование невозможно.

Режиссер Кирилл Серебренников высказывается по этому поводу определено: «Мне не близка позиция, которую пропагандируют многие, в том числе СМИ: есть образованное культурное меньшинство и есть «гопники», некая темная сила, и от них нас, «культурных», власть должна защищать. Это не так. «Гопники» – это люди, трагически не встретившиеся с культурой в силу самых различных причин. А многих, в том числе и «культурных», тяготы жизни с ней разлучили... Мне горько видеть, как интеллектуальные старушки ходят не в очень хорошие театры просто потому, что могут себе позволить билет только за сто рублей. Это крайне несправедливо и неправильно»[4].

Культура и аудитория разделены не только отсутствием интереса к прекрасному, но сугубо материальными проблемами. Но это – не главная причина массового бескультурья. Знаю людей в Воронеже, которые берут кредиты, чтобы обзавестись билетами (достаточно дорогими), чтобы попасть на концерты и спектакли Международного Платоновского фестиваля. Хотя, разумеется, старушкам-пенсионерам недоступны не только дорогие билеты (пенсионерам предоставляется скидка в 20 процентов), но и кредиты в банках тоже.

Проблема в ином – огромному количеству людей культура недоступна в силу их эстетической неразвитости. Люди довольствуются малым, потому что многие явления современного культурного процесса оказываются вне их постоянных интересов.

В последние годы слово «вера» стало часто звучать с официальных трибун. Много говорят о духовном воспитании, о воспитании нравственном. И гораздо реже говорят о культуре, о том, что приобщение к духовным ценностям возможно не только в храме, но и в библиотеке, в музее, в театре, в зале филармонии, дома – за книгой, на выставке.

Мало читаем, мало общаемся, мало думаем о вещах, составляющих основу нравственного поведения.

Чем начинаются, как правило, новостные программы телепередач?

Сообщением о криминальных происшествиях, о природных катаклизмах, о техногенных катастрофах. После таких сообщений политические новости действуют умиротворяюще. А новости из мира культуры идут как бы факультативным десертом к обязательному информационному меню.

Проблемы культуры в загоне, и это никого особо не волнует. Говорите, не хлебом единым жив человек.

Вспоминаете древний клич: «Хлеба и зрелищ!»

Извольте – включайте телевизор: получите разнообразие зрелищ.

Кризис культуры объясняется не тем, что о нем мало пишут, но и тем, что искусствоведы, литературоведы, музыковеды, театроведы предпочитают не обращать внимания на суть происходящего.

Оборваны прочные эстетические контакты художника и аудитории – исчез диалог между ними. А ведь диалог предполагает равноправие сторон.

Сегодня нетребовательная аудитория ест с руки художника то, что ей предлагают. Художник между тем предлагает аудитории осетрину второй свежести, которой вроде бы в ресторанном меню быть не может, а в ресторане, пожалуйста, имеется в самых разнообразных вариантах. При этом художник знает, чем должен кормить своих зрителей, читателей, слушателей.

Он же демиург, творец, мастер, а пипл все схавает. Публика, привыкшая к низкому качеству предлагаемой ей пищи, действительно утрачивает интерес к вкусной и здоровой пище.

«Окукленная» аудитория отвыкла не только от сложных эстетических кодов – от простых и понятных отвыкла.

Ориентируется на примитив.

Елена Камбурова, говоря о своих взаимоотношениях с аудиторией, заметила: «Слушают многие, а слышат единицы. Те, у кого есть дар слышать, те и способны сострадать, способны к милосердию, качествам, которые даны существам высокоорганизованным» [5].

«Высокоорганизованное существо» формируется годами. Но откуда этому существу взяться, если эстетические критерии восприятия художественного произведения сегодня размыты, а современная литературно-художественная критика этой размытости предпочитает не замечать.

Пару лет назад газеты писали о вопиющем вроде бы случае. На мусорной свалке одного из питерских дворов оказались книги с дарственными автографами известных литераторов. Фамилию ушедшего из жизни поэта, кому друзья дарили свои книги, упоминать не буду. Но ведь эти книги оказались ненужными хозяевам квартиры, в которой шел ремонт. Пресса обвинила во всем рабочих-ремонтников. А куда смотрели хозяева квартиры? А они, возможно, смотрели очередной сериал, триллер или концерт группы «Ленинград».

Газеты пошумели-пошумели и замолчали.

Умберто Эко заметил однажды: «Любая культура – это процесс отбора и отсева. <...> Любая дискуссия может вестись только на основе общего поля взаимопонимания» [6].

Одна из причин отечественного кризиса культуры заключается в том, что она неразборчива. Она утрачивает свою самобытность, свое национальное начало. После конкурса «Евровидения-2012» воспылали интересом к «Бурановским бабушкам». Не имея ничего против их успеха на европейском конкурсе, замечу все же, что конкурс этот – рекламный, что подлинного искусства там не очень много и что знаменитый мордовский ансамбль скорее всего будет забыт, потому что он – детище продюсеров, а не национальной культуры. Но много ли сегодня материалов в нашей прессе, посвященных народному творчеству?

Отечественная культура не укоренена в национальную почву, в народную творческую традицию.

Пролог

С чего начинается творчество?

С чего начинается самотворение личности?

С ощущения собственной внутренней свободы.

Мне могут возразить, что великие русские крепостные актеры, музыканты, художники были несвободны и тем не менее оставили после себя произведения, достойные памяти потомков. Сошлутся, разумеется, и на произведения искусства, созданные в советскую (сталинскую) эпоху.

Возражу версией: но, может быть, фактически несвободные, эти творцы в момент созидания ощущали себя свободными людьми? Может, гении из «шарашек» жили в иллюзорном мире свободного существования. Может, тут срабатывало самоощущение человека, полагавшего себя творцом, для которого оков не существует.

«Каждый художник имеет право на высказывание»[7], – говорит Михаил Шемякин.

Александр Галич писал:

Я выбираю свободу, –

Но не из боя, а в бой,

Я выбираю свободу

Быть просто самим собой[8].

Почти весь двадцатый век отечественная культура задыхалась в тенетах несвободы.

2 декабря 2010 года журнал «Русский репортер» опубликовал выступление Леонида Парфенова на вручении ему премии имени Влада Листьева. В этой речи Леонид Парфенов, в частности, сказал: «Наше телевидение все изощреннее будоражит, увлекает, развлекает и смешит, но вряд ли мы назовем его гражданским общественно-политическим институтом. Убежден, что одна из самых главных причин драматического спада телесмотрения у самой активной части населения, когда люди нашего с вами круга говорят: «Чего ящик включать, его не для меня делают».

Куда страшнее, что большая часть населения уже и не нуждается в журналистике, <...> миллионы людей не понимают, что на профессиональный риск журналист идет ради своей аудитории. Журналиста бьют не за то, что он написал, сказал или снял, а за то, что это прочитали, услышали или увидели».

У нас в стране свобода слова защищена Конституцией Российской Федерации.

Но почему же так глухо звучит голос в защиту отечественной культуры?

В общем-то деятели культуры были в чести – их награждали орденами и медалями, им присваивали почетные звания, им давали премии (все это творится и сейчас), их выбирали в ЦК партии и в высшие органы власти.

А свободной жизни не было.

Михаил Шолохов признавался, что пишет по зову сердца, а сердце его принадлежит партии.

Насколько свободнее чувствует себя сегодняшний деятель культуры и кому принадлежит его сердце?

Я – не знаю.

1. Белкина Т. Минкульт заказал зрелищ / Т. Белкина // Известия. – 2012. – 24 мая.

2. ВКП(б) в резолюциях и решениях. – Ч. 1. – С. 310.

3. Иванов В. Из истории борьбы за высокую идейность советской литературы / В. Иванов. – М., 1953. – С. 189.

4. Серебренников К. «Гопники» – это люди, трагически не встретившиеся с прекрасным / К. Серебренников // Известия. – 2011. – 4 ноября.

5. Королева печали // Известия. – 2010. – 9 июля.

6. Цит. по ст. «Не надейтесь избавиться от книг» // Известия. – 2010. – 9 июля.

7. Шемякин М. Мы теряем культурный генофонд. Задача моих выставок – его сохранить / М. Шемякин // Известия. – 2011. – 20 сентября.

8. Галич А. Возвращение / А. Галич. – Л. : Киноцентр, 1989.

ТВ на службе у искусства?

(о проблемах и способах их преодоления)

*Если мы делаем что-то,
что не наполнено любовью,
то это всегда ложь.
Это может быть красиво, стильно,
но это не будет живым.*

Т. Бекмамбетов

«У нашего правительства нет культурных обязательств перед страной», – не без оснований и вполне аргументированно заметил в одном из интервью Даниил Дондурей[1]. В условиях подобного системного кризиса в целом все точки соприкосновения культуры и искусства с другими сферами жизни общества неизбежно катализируют кризисные явления. Наиболее ощутим подобный процесс там, где речь идет о возможных каналах распространений культурных норм. Мы имеем в виду семью, систему образования и, несомненно, СМИ. Будучи одним из наиболее продуктивных каналов формирования картины мира или того, что Д. Дондурей назвал третьей реальностью[2]. Масс Медиа сегодня отнюдь не способствуют сохранению и поддержанию базовых культурных ценностей. Особенно остро эта проблема звучит тогда, когда обсуждается вопрос участия телевидения в процессе освещения проблем культуры и искусства.

И это неудивительно. Несмотря на то, что телевидение долгое время являлось и до сих пор все еще остается одним из наиболее эффективных каналов популяризации или распространения явлений культуры, к нему можно предъявить массу претензий относительно действенности и адекватности использования потенциальных возможностей. Однако обвинять в этом телевидение сложно, поскольку такова отчасти его природа.

Прежде всего, телевидение само по себе – зрелище массовое. А потому, как отмечал еще С. Эйзенштейн, усложнить его до уровня элитарности нельзя. Искусство – это в большей степени апелляция к одному, к личности, к индивидуальности. И потому, обращаясь к ТВ как к каналу распространения духовных и культурных ценностей и получая широкий аудиторный охват, мы многое теряем в качестве.

Еще одна причина ощутимых потерь связана с противоречием между тем, что искусство само по себе требует глубокого сопереживания, тогда как телевидение не оставляет времени и пространства для такого рода рефлексии. Технология его производства не допускает остановок. «Пять минут на общем плане», – так нередко с сожалением называют тележурналисты новости, рассказывающие зрителю о театральных постановках или концертах. А что еще остается корреспонденту, вынужденному обходиться одной камерой? Пожалуй, только в сфере документалистики возможен действительный прорыв в область прекрасного, и порой неигровое кино само по себе становится произведением искусства.

Впрочем, и в сфере конвейерного производства мы можем рассуждать о способах повышения эффективности культурно-просветительского направления ТВ. Однако для реализации такого рода посылок необходимо в первую очередь грамотно задействовать широчайший пласт художественно-выразительных средств. К сожалению, как это нередко случается, в повествовании о культурных ценностях авторы ограничиваются простым перечислением и линейным показом того, что само по себе заслуживает необычного ракурса оценки. «Грешат» подобным подходом даже качественные видеопроизведения. Примером может служить распространяемый в Государственной Третьяковской галерее фильм о ее экспозиции, использующий метод композитинга и примитивный закадровый текст, который, возможно, интересен на уроках по истории искусства, но широкую зрительскую аудиторию увлечь не способен. Впрочем, тот же прием композитинга интересно «работает» в документальном фильме Галины Евтушенко «Полустанок» (2007 г.) о

жизни Льва Николаевича Толстого, где за счет его применения создается эффект рассказа от первого лица. Почему? – Потому что зрителю передается принципиально разная информация. В первом случае – неперсонифицированные произведения искусства, которые в условиях использования повествовательной манеры становятся еще более мертвыми, а во втором – живая мысль человека, оставившего глубокий след в формировании мировоззрения нации. И здесь лишнее вмешательство чужой мысли уже неуместно.

«Телевидение не располагает к слушанию речей-высказываний. Оно не терпит логических умозаключений и даже минимума абстрактных рассуждений. Оно рассчитано на точечные эмоциональные воздействия», – справедливо отмечает в одной из своих статей О. Аронсон [3]. Такое точечное воздействие в области освещения вопросов культуры призвано пробудить у зрителя эмоциональную память и возможно лишь тогда, когда тележурналист эффективно задействует основные метапрограммы, перечень которых довольно широк и по-разному определяется исследователями [4], но в конечном итоге сводится к следующим:

Метапрограмма «Люди». В данном случае персона, личность становится ключевой фигурой действия, и именно она привлекает внимание к повествованию, рассказу о том или ином событии в области культуры. Такая метапрограмма эффективна в том случае, если телевизионное произведение построено на доминировании прямой речи источника информации. Внутренний темпоритм его рассказа становится каркасом развития действия и стержнем привлечения интереса, а потому, как правило, в программе присутствует избыточное количество крупных планов и даже планов-деталей. Студийные беседы – ярчайший тому пример («Ночной полет», «Антропология»). Однако порой и личность автора такова, что может содействовать интериоризации информации из области искусства («Генный места», «Кумиры»). В этом смысле важно, чтобы ведущий являлся человеком, экранное амплуа которого приближается к предмету разговора. В противном случае зритель потратит немало энергии на согласование образа источника информации и

собственно знания из сферы культуры и искусства. В истории телевидения известны многочисленные примеры программ, когда именно неумелый выбор ведущего или источника информации не способствовал росту их популярности;

Метапрограмма «Ценности». Опирается на уже сложившиеся духовные потребности аудитории и построена на их демонстрации. В этом случае важен именно фактор подготовленности зрителя, а потому такого рода программы получают распространение на специализированных телеканалах. Впрочем, и на федеральном телевидении подобные примеры встречаются («Мой серебряный шар» с Виталием Вульфом), но, как правило, в сочетании с другими метапрограммами.

В рамках этой же метапрограммы «работает» и иной вариант – когда автор телепередачи берет на себя сложную миссию распространения абсолютно нового для широкой аудитории знания («Гордон»). Но в данном случае ценность этого знания должна быть доказана – и именно вокруг этого выстраивается ключевой конфликт передачи.

К метапрограмме «ценности» можно отнести и целый ряд документально-художественных передач, в которых автор отсутствует, а зрителю предъявляется изображение произведений искусства на фоне закадрового текста. Этот вариант требует особого подхода к визуализации материала и всестороннего показа предмета изображения. Именно в этом типе программ особое значение приобретает принцип завершенности образа. Программа становится своего рода обрамлением произведению искусства, его оправой, которая не должна выглядеть дешевой на фоне самой ценности. Бесспорно, добиться такого результата сложно. Вот почему в этих программах используется не только логический, но и ассоциативный монтаж и всевозможные спецэффекты. К частым приемам можно отнести «тайм-фриз» (от англ. time — время и freeze — замерзнуть), когда какой-либо объект «зависает» в пространстве, а камера движется вокруг него, прием «облететь весь мир» с использованием крана или рельс;

Метапрограмма «Сходство». Базируется на перемещении культовой фигуры в простую среду с целью создать образ до-

ступности, похожести. В данном случае механизмы отождествления с ведущим позволяют зрителю погрузиться в мир искусства («Пока все дома», «Кто в доме хозяин»);

Метапрограмма «Процесс». Построена на активизации процесса обсуждения («Апокриф», «Культурная революция») или на демонстрации сцен обыденной жизни («Непутевые заметки», «Их нравы»). И в том, и в другом случае должна быть пружина действия, какой-либо конфликт, связанный с риском решения проблемы или раскрытия интриги. В такой программе, по меткому выражению К. Станиславского, человек должен «не изображать образы и страсти, а действовать в образах и страстях». Внешний темпоритм определяет качество такого произведения. Умение показать произведение искусства или какой-либо культурный феномен в динамике обеспечивает популярность программы. Процессом может стать повествование или показ истории создания шедевра, путешествие по каким-либо культурно-историческим местам, сопряженное с определенными трудностями или неожиданностями. Здесь часто используется ракурсная съемка или прием репортажной камеры, динамичный монтаж. Однако может быть задействован и так называемый «скандинавский стиль», который исповедует минимализм: камера снимает происходящее почти с одной точки, минимум монтажных склеек, все происходит в режиме online, действие обладает самодостаточной ценностью;

Метапрограмма «Прошлое». Акцентирует важные моменты истории в монологовой (Эдвард Радзинский) или документальной форме.

Последняя, как правило, характеризуется обращением к максимально широкому спектру метапрограмм и максимально полным охватом аудитории и предлагает нам образцы, позволяющие утверждать, что телевидение уже стало одним из важнейших каналов трансляции, популяризации и сохранения произведений искусства. Именно оно как никакой другой канал способствует интериоризации явлений искусства в обыденное сознание масс.

Однако объем видеоинформации, выпускаемой телекомпаниями, настолько велик, что разобраться во всем его разнообразии практически невозможно. По последним данным ежегодно в эфир выходит около 40700 лет непрерывного видео. Необходима 581 человеческая жизнь для просмотра только лишь того, что было показано на экране ТВ за год[5]. И во всем этом многообразии отыскать информацию, на должном уровне освещающую проблемы культуры и искусства, рядовому зрителю чрезвычайно сложно. Тем более, что эти передачи нередко имеют комплексный характер. Так, учебные фильмы выдающегося советского и русского режиссера Владимира Кобрин отличаются синкретическим единством образно-эстетического и научного содержания. К примеру, его документальный фильм «Регуляция биологических процессов» перенасыщен ссылками на культурные феномены. Звуковое сопровождение фильма знакомит зрителя с джазовой музыкой в ее высочайших проявлениях, Да и на уровне визуальных образов эта картина является своего рода транслятором художественных ценностей: мы наблюдаем здесь и архетипические образы, и символы, прочно вошедшие в нашу картину мира, и образы архитектуры, и произведения изобразительного искусства. Более того, аудиоряд фильма начинается с известной цитаты математика Харди: «Если математические узоры оказываются более устойчивыми, чем стихи или полотна художника, то это происходит лишь потому, что они сотканы из идей», – с цитаты, в которой рассматриваемые научные факты уже сопоставляются с элементами культуры и через них получают истолкование. «Симфония жизни постоянно исполняется перед нами природой», – продолжает В. Кобрин. И эта мысль о сочетании процессов естественных и процессов, протекающих в искусстве, эта попытка объяснить одно через другое и найти нечто универсальное – свойство любого качественно построенного видеопроизведения, повествующего нам о науке.

Но ведь и в рассказе о культурных феноменах важно все то же сочетание. Там, где речь идет о возвышенном, без точного аналитического подхода подчас не обойдешься. Для того, что-

бы передача не стала пустой болтовней или личным высказыванием на тему, для того, чтобы зритель обнаружил для себя в произведении искусства нечто новое, важен почти научный подход – во всяком случае, в части анализа факта культуры. Так, в фильме «Фрида на фоне Фриды» попытка расшифровать сложный мир латиноамериканской художницы осуществляется практически на базе ключевых принципов психоанализа. Корни творчества Фриды Кало автор находит в детских впечатлениях, в образе жизни народа, в травматических эпизодах биографии. Визуализируя такой подход через различные монтажные приемы, накладывая изображение картин на кадры реальности и постоянно сопоставляя искусственный мир и мир действительный, режиссер добивается эффекта понимания внутреннего мира художника – противоречивого, сложного и многогранно отражающего жизнь. Этот фильм отнюдь не описателен. Да и что может дать зрителю простой показ картин Кало в сопровождении истории их создания? Приведет ли он к пониманию конфликтов, родивших столь необычного художника? Думается – нет. Именно синтез научного подхода и ярких аудиовизуальных образов позволяет донести до зрителя суть творческого метода и, что гораздо важнее, – заинтересовать его самим предметом анализа.

Такой подход особенно уместен тогда, когда речь идет о произведениях изобразительного искусства. Ведь телевидение активно задействует зрительный канал восприятия, а он, как известно, является ведущим. И если вы показываете иконы, картины, фрески, идея передачи должна быть уникальной. Вам необходимо использовать широчайший арсенал средств создания образов. Чаще всего в целях приближения изображаемого предмета к области интересов зрителя используются аллегория, метонимия, олицетворение, сравнение, контраст. В противном случае было бы достаточно лишь демонстрации самого произведения.

Впрочем, порой альтернативой глубокого проникновения автора материала может служить диалог с создателем произведения культуры и искусства или демонстрация последнего. Такую

форму построения телепередачи мы встречаем в сфере музыки. Так, в программе Дмитрия Диброва «Антропология» автор и ведущий лишь помогает музыкантам размышлять об истоках и особенностях творчества. Используя, по сути, метод глубинного интервью, ведущий передает инициативу гостям – авторам музыкальных произведений. А его собственная речь изобилует дополнительной информацией по теме – информацией большого культурного содержания. К примеру, интервью с Земфирой и ее музыкантами он начинает с рассуждений о том, что такое «рок» и чем он отличается от «поп-музыки». А в интервью с группой «Сплин» рассуждает о возможностях новых сетевых технологий. Такое расширение темы беседы, укрупнение вопросов – своего рода залог успешной диалоговой программы.

Безусловно, не только диалоговой и не только о музыке. Если обратиться к тем примерам телепередач, которые можно назвать классикой в области культуры и искусства, то невозможно не вспомнить цикл программ Петра Вайля «Гений места», где автор обращается к высочайшим достижениям человеческого духа в области литературы, изобразительного искусства, музыки, архитектуры, кинематографии. И во всех этих сферах он также использует прием укрупнения темы. Можно сказать, что этот принцип заложен в саму концепцию программы, когда, рассуждая о мастере, Вайль ведет повествование о городе, в котором он жил и творил, в котором сформировался как Художник. Параллельно речь идет и о максимально широких сферах влияния на личность мастера. Мы многое узнаем не только о произведениях искусства, но и о культуре, нравах, традициях той страны, которая его воспитала, о проблемах социокультурной жизни, в которых вырос его талант, о точках пересечения творчества с сегодняшними процессами.

Наряду с масштабированием, усилением проблемы в этом же цикле передач наблюдается и другой прием – прием детализации и в каком-то смысле упрощения. Петр Вайль рассказывает о художнике не как о ком-то «не от мира сего», а как о человеке своего времени и своей культуры. Так, повествуя о творчестве Александра Дюма, ведущий поводит нам своего

рода экскурсию по кулинарным заведениям Парижа, знакомит нас с изысканной французской кухней. И на фоне его рассказа о кулинарных пристрастиях писателя финальная фраза: «Дюма, как никто другой, сметал этот барьер между духовным и материальным. Все духовно или все материально – неважно», – звучит как некая концепция этого выпуска передачи, объясняющая и оправдывающая все те образы изобилия, которые буквально выходят за рамки телевизионного экрана. «Где-то есть писатели, которые обедают на краешке письменного стола. Дюма писал на краешке обеденного», – завершает свою программу Петр Вайль. А нам, зрителям, становится намного более понятен тот мир произведений великого француза, который сегодня мы, возможно, отнесли бы к массовой литературе, но который так привлекает нас оптимизмом и любовью к жизни.

В этом цикле программ позиция и личность автора имеют принципиальное значение и служат специфическим кодом для расшифровки произведений искусства. Однако возможен и другой вариант. Так, программы о музыке могут быть выстроены на трансляции самого музыкального материала без какого-либо журналистского вмешательства. Но в этом случае крайне важно стремиться избежать распространенных сегодня съемок с нескольких монотонно переключаемых камер. Такой показ хорош, когда он срежессирован, и трансляция превращается в своего рода фильм («Зеленый театр в Земфире», «Pink Floyd. The Wall»). В последнем случае режиссеру важно умело расставить смысловые акценты, подобрать смену кадров по крупности, связав их не только со смыслом произведения, но и с ритмом звучащего фрагмента, используя как параллельный (сцена – зрительный зал), так и ассоциативный (аудиоряд – видеоряд) монтаж. К сожалению, примеров подобной режиссерской работы все еще немного. И если в сфере популярной музыки на центральных каналах они в какой-то степени присутствуют, то року, джазу, классической музыке повезло значительно меньше. Правда, в последнем случае есть важный, как нам кажется, прогресс – появляются качественно снятые, по законам жанра, клипы на классические произведения («Вокализ»

Рахманинова в исполнении И. Бутмана и «Солистов Москвы» под руководством Ю. Башмета).

Не меньшим достижением в этой области можно считать и музыкальные фильмы, которые сложно классифицировать по канонам традиционной системы жанров. Например, фильмы «Heima», «Live in Pompei» включают не только фрагменты концертов, но и специальные постановочные съемки репетиций, синхроны музыкантов, рассуждающих о собственном творчестве, жизнь закулисья. Этот вариант построения видеопродукта в последнее время кажется наиболее востребованным. Так, телеканал «Дождь» долгое время осуществлял проект, где его зрители могли наблюдать процесс редакционного обсуждения сетки вещания и построения эфира. Такие своеобразные расширенные лайфы (кадры из жизни, запечатленные, как правило, репортажной камерой) вполне согласуются с ключевой парадигмой мышления современной аудитории, стремящейся стать соучастником не только освещаемого события, но и самого процесса создания экранного произведения. Архетип зрителя, пользователя, сменяясь на архетип творца, стремящегося в духе сетевой парадигмы выстраивать свои собственные тексты, тяготеет к тем передачам или фильмам, в которых заметен процесс их создания, в котором имеется элемент хотя бы скрытой интерактивности и ухода от шаблонов.

Может быть, поэтому в области освещения вопросов культуры так активно проявляют себя диалогические жанры – студийная беседа («Ночной полет», «Школа злословия») и ток-шоу («Культурная революция», «Апокриф»). Залог успеха этих программ – в активной позиции и вовлеченности гостей, которые могут быть либо создателями произведений искусства, либо экспертами в этой сфере. Студийная беседа позволяет рассмотреть какое-либо явление довольно глубоко и всесторонне. Ток-шоу (по определению Швыдкого, «жанр глуповатый») обеспечивает широкую представленность позиций, конкурирующих мнений и оценок. Не случайно для ток-шоу выбираются именно проблемные формулировки. Так, темой одной из передач «Апокриф» стала тема психических расстройств в

русской литературе, и для ее обсуждения были привлечены не только писатели, литературоведы, но и психологи. Такое провокационное преподнесение материала, к сожалению, необходимо. Современный экран вынужден использовать все средства привлечения зрительского интереса. Главное – не заиграться. А подобная опасность подстерегает даже опытного журналиста. Достаточно вспомнить «Птицу Гоголь» Леонида Парфенова – неигровой фильм, снятый к юбилею писателя. Невероятно обильное использование факторов привлечения внимания (сложный монтаж, спецэффекты, сочетание разнофактурного видео, совмещение студийных и репортажных съемок, использование игры актеров, музыкантов и т. д.) породило противоречивую реакцию аудитории. По мнению многих, фильм смотреть сложно, а наиболее запоминающимися образами стали образ поехавшей крыши, плохой игры актеров, непонятно зачем появившейся Земфиры, читающей тексты Гоголя, и расхаживающей по грязному тротуару птицы. Все это в целом создало ощущение сумасшествия, и мысль о «ненормальности» писателя была прочитана чуть ли не как ключевая. В этом не было бы ничего плохого, если бы не юбилейный год, заставляющий задать Леониду Парфенову вопрос: «Неужели именно этим ценен для нас Гоголь?»

Еще одной ошибкой в рассказе о феноменах культуры может стать дублирование информации. Такое часто наблюдается в передачах о кино, театре – когда сначала в студийной беседе подробнейшим образом рассказывается о чем-то, а затем в полном объеме показывается предмет рассказа. Вот как анализирует подобную ошибку на примере передачи «Шесть вечеров с Юрием Никулиным» Анри Вартанов: «То ли в погоне за дешевой и простотой в производстве, то ли из-за отсутствия времени передачи эти обладают уж какой-то особой бесхитростностью, если не сказать, примитивностью драматургии. <...> Они сидят вдвоем с Э. Рязановым, вспоминают шаг за шагом творческий путь артиста цирка и кино.

Тот живо и, как всегда, остроумно рассказывает о каком-то эпизоде своей биографии, описывая свой цирковой номер

или же кинороль. После этого на экране возникают этот самый номер или фрагмент фильма. Зрителю предлагается посмотреть иллюстрацию-подтверждение к тому, что ему только что было рассказано на словах. Эффект свежести восприятия исчезает» [6]. К сожалению, разрушение традиционных канонов, сложившихся в подходе к освещению культурной тематики, приводит к опустошению содержания самих произведений искусства и является наиболее серьезным поводом для беспокойства. Мэтры от ТВ, руководители телеканалов любят объяснять это рейтингами и незамысловатыми требованиями аудитории, желающей развлекаться. Но ведь развлекать – не значит делать примитивным. Игра может быть тонкой, обогащающей, интересной и препятствующей тому, что Даниил Дондурей назвал «моделью понижающего сознания».

Если рассмотреть проблему освещения вопросов культуры и искусства на телевидении шире, чем просто в рамках тематических передач, то окажется, что практически любой аудиовизуальный фрагмент служит источником знаний о культурных ценностях и их носителем. Примером может служить реклама, которая пестрит прецедентными текстами и образами. С учетом ее повторяемости она становится едва ли не ключевым носителем сведений о культурных стереотипах [7]. В числе ключевых приемов ее создания, соприкасающихся со сферой культуры и искусства, можно назвать:

- визуализацию стереотипа (бабушка в рекламе «Домик в деревне»);

- использование символов прошлого (реклама «Шармель», «Сбербанк РФ», «Банк Империял»);

- использование национальной принадлежности (французская косметика, швейцарские часы, чешское пиво);

- использование произведений искусства (реклама кофе «Нескафе Gold» с «Венерой» Боттичелли) и т.д.

Но и в других сферах массовой коммуникации потенциал телевидения несомненен. Сегодня, когда процессы визуализации информирования стали уже совершенно очевидными, обращение к его ресурсам неизбежно. Все чаще мы можем уви-

деть спектакли и концерты с включением видеофрагментов, все чаще выставки произведений искусства сопровождаются видеопозаказами, все большей популярностью пользуются интерактивные виртуальные музеи. Аудиовизуальные СМИ и в самом деле могут содействовать распространению произведений искусства. Но только в случае грамотного использования того потенциала, который в них заложен. По большому счету, в рассказе о произведениях искусства тележурналист сам должен подтягиваться до уровня творца, ибо, по меткому замечанию Сергея Муратова, «только собственной глубиной мы можем измерить глубину партнера по общению».

1. Дондурей Д. Культурные обязательства есть! / Д. Дондурей, К. Серебрянников // Искусство кино. – 2009. - № 9. - <http://kinoart.ru/2009/n9-article2.html#2>.

2. Первая реальность – объективно существующий мир. Вторая реальность – мир образов, созданный человеком. Третья реальность – реальность, где нет разделения на события действительные и медийные, где все, что показано на экране ТВ, столь же реально, как то, что можно наблюдать из окна квартиры.

3. Аронсон О. Анонимность – закон телевидения / О. Аронсон // «Искусство Кино» online. - 1999. - № 7. - С. 3

4. См., например: Поберезникова Е.В. Телевидение взаимодействия: Интерактивное поле общения / Е.В. Поберезникова. – М.: Аспект Пресс, 2004. – 222с.

5. Источник: Marissa Mayer, 2006, Edinburgh TV Festival, UK.

6. Варганов А. С. Актуальные проблемы телевизионного творчества: На телевизионных подмостках: Учебное пособие / А.С.Варганов. — М.: КДУ; Высшая школа, 2003. — С. 8.

7. Интересным опытом изучения рекламы с позиций культуры стала книга Христо Кафтанджиева «Семиотика абсолюта» (Кафтанджиев Х. Семиотика абсолюта / Х. Кафтанджиев. – М.: РИП-холдинг, 2006. – 354 с.)

«Синхронное самосознание» современной журнальной критики

Ослабление литературно-критического дискурса в журналах было также следствием ряда негативных тенденций в развитии самой критики как социокультурного феномена. Еще в самом начале 1990х А. Немзер, один из самых пронизательных современных представителей профессии, почти пророчески ощутил: золотая пора отечественной критики, «прекрасная эпоха» ее перестроечного успеха находится на излете. Несмотря на кажущуюся активность участников литературного процесса, разговор о ключевых проблемах самой словесности, диалог с установкой на понимание собеседника, на совместные поиски истины, на совместное строительство культуры и постижение истории все чаще подменялся демонстрацией собственной индивидуальности, конструированием своего имиджа, своей литературной роли. «...Не хватает воздуха. Не хватает неожиданности. Не хватает общей свободы, невозможной вне общей культуры. Не хватает полутонов и оттенков, доверия к словесности, духа совместной работы. <...> На критику ложится печать общей интеллектуальной и духовной усталости – нет новых идей, нет подлинного азарта, нет бескомпромиссности», – с тревогой, как позже оказалось, во многом обоснованной, писал А. Немзер [1, 247]. А в 1994 году он уже уверенно констатировал: «...Мы никому не нужны, вымирающие журналы цепляются за нас по инерции, критиком быть смешно и стыдно» [2, 112]. Позже один из современных литераторов даже поспешил объявить, что «1997 год останется в истории русской критики концом русской критики» [3, 262].

Список изданий, сумевших в это время сохранить достаточно качественный уровень критических публикаций, исчерпывался «Новым миром», «Знаменем», «Вопросами литературы». «В «Юности», в «Нашем современнике» критики вовсе нет, в

«Октябре», в «Дружбе народов» она смотрится как желанный, но все-таки случайный гость. И даже высокочтимая мною «Звезда», кажется, расхотела быть журналом современной литературы, заняв – прежде всего набором роскошных историко-литературных публикаций – экологическую нишу между позавчерашним «Нашим наследием» и нынешним «НЛО». <...> Вот и возникает ощущение бытовой духоты и тесноты, когда П. Басинскому и А. Немзеру, А. Немзеру и В. Курицыну некуда... разойтись и они попросту обречены толкаться локтями не в одной литературе, а на одних и тех же площадках», – так пессимистично обрисовал ситуацию, сложившуюся к середине 1990-х годов, С.И. Чупринин (Вопросы литературы. 1996. № 6. С. 15). К тому же ему как редактору журнала представлялось, что в профессии стала ощущаться острая нехватка критиков высокого уровня: мало кто хочет и умеет работать в аналитических жанрах критической статьи, полноценной рецензии, аргументированного литературно-критического комментария. Другими словами, критикам, имеющим различные эстетические предпочтения (то же самое относится и к читателям), необходимы дифференцированные по своим художественным программам издания, а «толстые» журналы в этот период, как мы уже писали выше, либо отказывались от литературной аналитики вообще, либо сознательно стремились стать эстетически нейтральными площадками [4].

Несомненно, правы и те критики и теоретики (Б. Дубин, А. Василевский, Н. Иванова, Глеб Морев – главный редактор журнала «Критическая масса», Михаил Эдельштейн – обозреватель сетевого «Русского журнала»), которые в качестве одной из главных причин утраты феноменом литературной критики прежней монолитности назвали стремительное расслоение постперестроечного культурного пространства и образование в нем автономных и разноуровневых субкультур. Этот процесс немедленно сказался и на состоянии критики, поскольку «критика – сила средообразующая. Критика создает литературу. Она множество разных произведений разных писателей связывает, скрепляет, склеивает в то, что называется литературой. И если

у нас одновременно существуют «разноформатные» литературы, то, значит, и «разноформатных» литературных критик тоже должно быть много» [5].

Ближе к концу 1990х годов в российской критике действительно обозначилось несколько хорошо различимых потоков, или, по выражению Н. Ивановой, ниш, которые, мало соприкасаясь друг с другом, существовали в собственном информационном режиме, потому что у каждой группы появилось свое автономное поле деятельности: «В каждой из сублитератур есть свой набор прозаиков, поэтов, критиков. С жанровым репертуаром. В каждой есть свои классики, свои авторитеты, свои эпигоны, свои последователи, ученики. В каждой теперь есть и свои журналы, альманахи, даже газеты, свои премии, свои съезды...» [6, 216]. В этом смысле можно согласиться с мнением Д. Бака: «Литературной критики как единого словесного и смыслового пространства больше не существует» [7, 172].

Критика, конечно, не исчезла, но в ней, как и в художественной словесности, на какое-то время возобладали центростремительные тенденции. Раздробление критики на почти изолированные направления – «у каждого направления свой сегмент, своя самодостаточная «ниша», свой замкнутый уровень» – это был закономерный и неизбежный для данного этапа литературного развития процесс. Поэтому на каком-то отрезке исторической эволюции самообоснование и самоидентификация выделившихся сегментов стало стратегической задачей критики [8].

К чести российской литературной аналитики, когда в 1990е года она оказалась в очень сложной ситуации, то нашла в себе силы к рефлексии и самоанализу, подчас даже излишне строгому и бескомпромиссному. Другими словами, произошла значительная *активизация «синхронного самосознания»* отечественной литературной критики. Процесс, происходящий в недрах самой современной критики, в результате которого она в режиме реального времени «производит, выверяет, совершенствует художественно-эстетические и критико-методологические идеи – в прямом творческом контакте с реальностью искусства», вырабатывая систему воззрений на сущность, зада-

чи, специфику творческих принципов и путей осуществления своего собственного общественно-литературного призвания, М.Г. Зельдович назвал «синхронным самосознанием» литературной критики [9].

Стремление к самопознанию, самообоснованию, самосознанию – неотъемлемое свойство критики и обязательное условие ее плодотворного функционирования, ее собственный регулятивный механизм. Потребность в подобном «теоретическом» направлении критической рефлексии возникла практически одновременно с приобретением критикой статуса профессионального рода литературных занятий. Однако особенно интенсивно литературно-критическая саморефлексия проявляет себя в переходные эпохи, когда устоявшиеся литературные нормы, эстетические идеалы уже разрушены, а новые только начинают осознаться. Поэтому совершенно закономерной представляется консолидация усилий постперестроечной критики по собственной профессиональной идентификации.

Именно в этот период проходят острые дискуссии и появляются многочисленные проблемные статьи, где квалифицированные профессионалы, прежде всего журнальные, попытались понять свое место и задачи в новых историко-культурных обстоятельствах, предъявив и себе, и своим коллегам по цеху множество претензий, в том числе и справедливых [10].

Обозначим наиболее важные тенденции в развитии критики и ключевые проблемы, обнажившиеся в ходе проходивших дискуссий, опираясь прежде всего на корпус литературно-критических текстов, в которых наиболее ярко эксплицировалось именно «синхронное самосознание» литературной аналитики 1990-х годов [11].

1. Одна из главнейших среди обсуждаемых проблем – уточнение предмета критики, который и в XIX, и в XX столетии традиционно формулировался как «литература и жизнь». В начале 1990 х одна часть критиков стала терять из виду художественный текст и творческую авторскую индивидуальность, подменяя их анализ рассмотрением внелитературных, часто просто скандальных или далеко не первостепенных, обстоятельств.

Другая, как отмечали А. Турков и И. Роднянская, напротив, «эстетизировалась» и «филологизировалась», то есть начала замыкаться на «соображениях при тексте», исключив из зоны своего внимания отраженную в тексте действительность. Обе позиции были одинаково непродуктивны, так как в результате критика почти перестала отслеживать общие силовые линии и тенденции культуры.

2. В постперестроечный период критика, которая в России всегда была больше чем чисто литературное суждение и всегда базировалась кроме эстетики еще и на определенной философской и идеологической доктрине, по словам Д. Бака, «впервые утратила ощутимую, понятную для всех внешнюю (научную, политическую и т. д.) опору». Отсюда, считал Вл. Новиков, ее растерянность перед новыми непривычными артефактами, «аллергия на новаторство» и разногласия мнений, не имеющих какого-либо внятного объяснения и мотивировки. Одновременно именно эта разногласия, как тогда хотелось верить Д. Баку, свидетельствовала о рождении новой критики, которая не будет иметь каких-либо общепринятых идеологических ориентиров за пределами литературы.

3. Крайне негативную реакцию, особенно у критиков-«традиционалистов» (С. Чуприна, Ст. Рассадина, И. Роднянской) [12], вызывало отсутствие «общей категориальной и критериальной базы», внятной, отрефлектированной и стабильной, ясно заявленной и аргументированной, что неизбежно привело к размыванию оценочно-прагматического дискурса современной критики в целом. «...Мы столкнулись с невероятным хаосом, путаницей, отсутствием взаимопонимания. Взаимоисключающие оценки вызывают не только романы Кабакова или Королева, но и новые рассказы Солженицына (лично мне эти рассказы импонируют своей юношеской негладкостью, своей жанровой экспериментальностью, но я чувствую, что сочувственные мои рецензии на новеллистику Солженицына вызывают оторопь у моих единомышленников). Наверное, это нормальная постмодернистская ситуация, когда на смену твердой **иерархии** ценностей пришла **анархия**», – заключает Вл. Новиков (Вопросы ли-

тературы. 1996. № 6. С. 30). Хуже другое: «...Понятие критерия сместилось куда-то в сторону, за пределы... «текста», за пределы литературы, в область внутрилитературных – точнее, внелитературных – разборок и свар, самоутверждений и самовыдвижений. И даже в лучшем – не в худшем по крайней мере – случае критерий выглядит чем-то весьма и весьма подвижным, зыбким, меняющимся вместе с модой. Понятием чуть ли не поколенческим. <...> ...критериев-то и нет, вот в чем беда. Нет даже потребности в них» (Вопросы литературы. 1996. № 6. С. 25–26). А поскольку все-таки преобладающим в критическом сообществе является мнение, что оценка произведений литературы есть природная доминанта критики, «оправдание самого факта ее существования», то «хаотичность и бессистемность эстетических оценок» (Вл. Новиков) расценивались как проявление непрофессионализма и некомпетентности [13].

Речь шла, конечно, не о возрождении прежнего единомыслия советского образца. Тревога имела под собой реальные основания, так как отсутствие критериального тезауруса, конвенционального по крайней мере общим целям и задачам критической деятельности, – это одно из условий успешности литературно-критической коммуникации, которое и делает возможным осуществление критикой ее функциональных обязанностей по установлению диалога между всеми участниками литературного процесса – писателем, обществом, читателями и критикой.

4. Утрата внятной ценностной ориентированности вполне закономерно вела к кризису литературно-критических публикаций аксиологического типа. В 1994 году Д. Бак констатировал «умирание» самых популярных литературно-критических жанров – жанра журнальной рецензии и почти повсеместное исчезновение из «толстых» журналов ежегодных критических обзоров [14, 240]. К примеру, в критике не последовало сколько-нибудь внятной реакции на выход переводов таких культовых книг, как «Даниэл Мартин» Дж. Фаулза и «Улисс» Джойса [15].

По замерам Б. Дубина и А. Рейтблата, во второй половине 1990-х годов некоторые журналы («Звезда», «Молодая гвардия», «Наш современник») вообще перестали печатать текущие

рецензии. И даже специализированное «Литературное обозрение», выходявшее с 1973 года, за 1990-е годы, по сути, поменяло профиль, переориентировавшись на выпуск тематических «именных» номеров – юбилейных или мемориальных. В результате общее количество рецензий в «толстых» журналах по сравнению с концом 1970х гг. уменьшилось почти вдвое [16, 563].

5. Что приходило на смену аксиологически ориентированной критике? В российской литературной аналитике этого периода (преимущественно в сегменте критиков молодого поколения), как и культуре в целом, происходило замещение философско-эстетической парадигмы мышления и, соответственно, принципов художественного осмысления действительности, базирующихся на рационалистическом основании, постмодернистским типом сознания. К примеру, один из самых известных защитников постмодернизма В. Курицын писал об этом течении как о качественно новом витке культурной эволюции, где происходит формирование «новой первобытной» ритуально-мифологической синкретической культуры, в которой так же, как и на заре человеческой цивилизации, отсутствует персональное авторство и жанрово-видовая дифференциация искусства [17].

Постмодернизм теоретически декларировал и в различных сферах деятельности, в том числе и в литературной критике, практически реализовывал отказ от освоенных традицией общепринятых авторитетов, скептическое отношение к всемогуществу научного знания, эпистемологический релятивизм. Постмодернистское мировосприятие и мироощущение были маркированы «кризисом веры» во все ранее существовавшие ценности – витальные, духовно-нравственные, эстетические. Ведущий теоретик постмодернизма американский исследователь Ихаб Хассан утверждает, что именно «кризис веры», берущий свое начало от «Воли к власти» Ф. Ницше и уже в 1940е годы приведший к разрушению в западной культуре всех существовавших ранее авторитетов и ценностных иерархий, лежит в основе феномена постмодернизма [18].

Российские адепты постмодернизма делали акцент на переосмотре и отрицании культурных традиций, прежде всего клас-

сических [19]. Поэтому для постмодернистского менталитета характерно специфическое ощущение мира как хаоса, лишённого причинно-следственного детерминизма, иерархической упорядоченности, общепринятых смысловых и ценностных ориентаций. Российские теоретики постмодернизма, вслед за западными, хотя и значительно позже, формулируют аналогичные принципы отношения к действительности и искусству. Характерны в этом смысле рассуждения А. Гениса о чертах, присущих, на его взгляд, постсоветской литературе: «Обнажившая свою иллюзорность литература стремится избавиться от себя самой. <...> Те, кто хотят добиться правды от искусства, вынуждены выжимать ее из себя. Исповедь – единственная антитеза вымыслу. Литературная вселенная сжимается до автопортрета. Подменяя внешнюю реальность внутренней, писатель сталкивается с хаосом, который он отказывается упорядочить. Авторское... искусство приносит само себя в жертву. Оно озабочено только одним – искренностью. Писатель освобождается от прокрустова ложа жанра, потому что любой литературный канон – условность, дань вымыслу. Выстраивая иерархию событий, художник вносит критерий ценности. Следуя логике развития действия или характера, он лжет, ибо избегает противоречий. Отбирая факты, он присваивает себе прерогативы провидения – откуда ему известно, что на самом деле важно? Даже сама книга, у которой есть первая и последняя страница, – обман. Раз есть начало и конец, значит, автор насилует жизнь, приписывая ей некую последовательность и завершенность. Так современный писатель, избавляясь от поэзии, остается с голой, обнаженной до болезненного неприличия правдой о себе. Книга превращается в текст, автор – в персонажа, литература – в жизнь» [20, 27].

Соответственно, постмодернистские тексты, в том числе литературно-критические, формируют фрагментарную, зыбкую, размытую на аксиологическом уровне модель мира, свободную «как от апологетической, так и критической направленности» сознания» [21, 38] и основанную лишь «на максимальной энтропии, на равновероятности и равноценности всех конструктивных элементов» этой картины мира [22].

Отсюда следует и постулируемая теоретиками постмодернизма равнозначность любой экзистенциональной позиции – философской, художественной, критической, литературоведческой, культурологической, а также литературных практик, конвенциональных действительности, и виртуальных гипертекстовых объектов. Ими культивируется также идея преобладания «метадискурсивных языков над первичными объектами». В проекции на литературную критику это означало «сознание неизбежности такой ситуации, когда сама критика порождает свой предмет и реальность текста выступает как иллюзорная проекция семиотической власти критика» [23].

Таким образом, литературная критика постмодернизма начинает претендовать «на равный с искусством статус, самоидентифицируясь как монологичная, не эксплицитная, безоценочная, эстетически самоценная в плане доставляемого ею интеллектуального и эстетического наслаждения. Процесс создания критического текста мыслится как продукт теоретизированной фантазии» [24, 301302].

Как программный мировоззренческий и эстетический манифест постмодернистских авторов, пишущих «по поводу литературы» и претендующих на равный с художником статус, звучат размышления яркого представителя современной российской литературной эссеистики Д. Бавильского. В одной из дискуссий конца 1990-х годов вначале он предельно ясно сформулировал свое наивно-механистическое и редуцированно-феноменологическое представление о творческом процессе писателя-художника: «...Для чего писателю-беллетристу выдуманные обстоятельства, наспех сочиненные персонажи? Понятно, что с помощью этих служебных институций, колесиков и винтиков фабульной машинерии идет освоение и передел окружающей действительности. Писатель раскрывается и прирастает за счет написанного, за счет всей этой текстуальной массы. Он, как скульптор, вырубает себя из слов, про-являет и материализуется в как бы новом здании, стоящем даже не в написанном, а где-то вовне, за спиной написанного, мерцающем. Точно текст оказывается оптическим прибором, приближающим к писателю» [24, 301302].

лю эйдические прообразы, некогда замысленные другим, куда как более главным автором. И не важно, за счет чего, как это достигается – с помощью хитро устроенного сюжетного аттракциона (интенсивный способ) или через последовательность и системность сотворения своего мира (экстенсивный метод). Нам важно отметить, что подобные «феноменологические» мотивации лежат и в работе критика, продирающегося сквозь писательский текст к писательскому замыслу-жесту. А еще, так же, как и другие, к своим собственным эйдическим прототипам» (Знамя. 1999. № 12. С. 146).

Затем (почему-то с некоторым недоумением и обидой) изложил логично и закономерно вытекающие из подобных эстетических представлений выводы о «единоначатии» критики и художественного творчества: «Отчего только сложилось так, что романисту и его выдумкам выдается бесконечный кредит доверия, что все его построения, оборачивающиеся в конце символической фигурой, иероглифом морали («во как бывает»), заведомо ложные измышления принимаются на веру? Тогда как от критика, психологически мотивирующего себя и потому занимающегося примерно тем же самым, требуют странного буквализма. Которого нет и не может быть в природе художественного творчества. И если искусство – это «ложь», то исследование и описание искусства оказывается ложью в квадрате» (Знамя. 1999. № 12. С. 146147).

И, наконец, исходя из этой «теоретической» базы Д. Бавильский эксплицировал предмет, цель, специфику деятельности новых «критических беллетристов», в его интерпретации значительно превосходящих по качественным параметрам собственно писательское творчество: «Критик использует текст как единственный источник информации о реальности, исходя из которой он, в свою очередь, сочиняет свою собственную модель данного ему мира. <...> Сегодня совершенно не важно, от какой реальности, первой или второй, ты отталкиваешься. Сильный, цельный беллетристический текст может оказаться не менее важным источником «новых сведений о человеке» вообще и жизни в целом. Критик – это тот же беллетрист, но

беллетрист-экстраверт более высокого интеллектуального порядка, это писатель, готовый заниматься не только своими личными проблемами... но и замечать чьи-то попутные. Просто он, в отличие от сермяжного прозаика-интроверта, носящегося со своими комплексами, оказывается прозаиком-экстравертом, ориентированным на общение и диалог. И оттого замечающий, помимо своего, кровного, еще и чужие тексты. ... Критик – это тот же прозаик, в силу разных причин жертвующий непосредственной жизненной фактурой и предпочитающий более сложно организованные, искусственные системы – вторичные, какие угодно моделирующие системы. <...> Проблема не в креативном потенциале творческой личности (она либо творческая, либо нет), но в сознательном следовании определенным наклонностям и предпочтениям: хочешь ли ты говорить о себе (курсив наш. – О. Ш.) напрямую или через посредство чужого слова. А беллетристические таланты наших критиков в доказательствах не нуждаются. Вспомним, как свободно они манипулируют поводами и темами, легко перескакивая с жанра на жанр. Другое дело, что нарративные стратегии критика на порядок выше, чем у беллетриста: они более отвлеченны, изощренны, разнообразны. И хотя бы потому – более культурны» (Знамя. 1999. № 12. С. 148, 147) [25]. Отсюда неизбежное стремление постмодернистской критики к всеохватности проблематики, к «метафорической эссеистике», беллетризации, или, по крайней мере, филологизации, и общее для постмодернистской эстетики усиление индивидуализма, выразившееся в желании личности создать собственную вселенную, отстоять ценность индивидуальных творческих проявлений, свое право быть услышанным и понятым и в то же время право «на автономность, желание, счастье» [26].

Не случайно все больше отечественных критиков «последнего призыва» позиционируют себя в качестве литераторов широкого профиля, самоидентифицируясь кто как прозаик-беллетрист (М. Новиков), кто как «отравленный» актуальностью журналист (Н. Александров), кто как культуролог (А. Генис), а кто и вовсе как представитель «лирической прозы» (Д. Ба-

вильский) [27]. Речь при этом идет не о тех произведениях, в которых критики, к примеру Д. Быков («Борис Пастернак»), П. Алешковский («Жизнеописание хорька»), О. Славникова (романы «Стрекоза, увеличенная до размеров собаки», «2017»), В. Ерофеев («Жизнь с идиотом», «Исповедь икрофила», «Ядрена Феня»), П. Басинский («Московский пленник»), действительно выступают в роли традиционных романистов или поэтов. Речь о некоем нейтральном, внежанровом, слабо структурированном как в смысловом, так и в формальном отношении и оттого открытом для экспериментов всех и каждого полисемантическом гуманитарном текстовом пространстве, где возникала возможность сопряжения и осмысления разнохарактерных и разноуровневых проблем человеческого бытия, духа, действительности. А. Колобродов не без основания полагает, что формирование подобной «синкретической» сферы гуманитарной мысли свидетельствовало о начале интеграции России в мировой культурный процесс, где постмодернистское мировосприятие уже достигло своего апогея. В постперестроечный период и у нас «стихийно образовался особый жанр междутекста с общим гуманитарным знаменателем. Последний на паритетных началах составляют проза, критика, литературоведение, эссе. Плюс философия, социология, антропология, их сложносочиненные гибриды и прочие актуальные дисциплины. Священо, видимо, все с тем же ощущением эпохального зависания – мир... убедившийся в странности и эфемерности своего существования, равно как и в разнородности способного что-то объяснять опыта, затребовал компетентных летописцев. Священный долг и почетную обязанность предсказуемо взяли на себя гуманитарии. Так сложилось, что в России наиболее образованной и мобильной группой литературной публики были критики, они и дополнили русской речью предложенный временем общемировой контекст» (Знамя. 1999. № 12. С. 153154).

Литературной формой, помогающей конгениально реализовать названные интенции, стало эссе в разных его вариантах – беллетристическом, литературно-критическом, историческом, автобиографическом, поскольку эссе, по замечанию

М. Эпштейна, скорее, «некая наджанровая система», оно «бывает всем сразу», характерные его особенности – «всеобщность и неопределенность», «это первая проба пера, которое еще не знает, что напишет, но хочет выразить сразу “все-все”» [28, 36].

Справедливости ради следует отметить, что тотальная тяга критики к беллетризации и эссеизации своих текстов достаточно быстро «выдохлась» и сама стала предметом иронической литературно-критической рефлексии. («Мы все грешили по-немногу. Кто из критиков, раньше или позже, от обиды или радостного сознания своих возможностей, не полагал себя не то что не слугою, но даже и не ровнею художнику («беллетристу»), а несопоставимо выше? Грех тот многообразен: беллетризация от лукавого – и мы не лыком шиты!, яростная политизация своих текстов – и мы трибуны!, простодушная мемуаризация (mea culpa!) и, наконец, высокомерный литературоведческий Олимп, у подножья которого копошатся несмышленные необразованные маленькие оборвыши – романисты, поэты, драматурги, к которым иногда можно снизить для их вразумления и пользы. И – уже настоящее падение! – седовласые прозаические и поэтические дебюты», – так спустя всего лишь десятилетие оценил амбиции критики 1990х С. Боровиков (Знамя. 2005. № 5. С. 222).

В архитектонике «толстого» журнала означенная тяга российской словесности к эссеизации немедленно вызвала структурную реорганизацию. В них появляются специальные эссеистические рубрики: «Эссеистика и критика» – в «Звезде», «Критика. Эссеистика» – в «Неве», «Мемуары», «Эссе» (пульсирующие) – в «Дружбе народов», «Статьи и эссе» – в «Иностранной литературе» (пульсирующая).

Строго говоря, постмодернистскую рефлексия, так или иначе связанную с художественным творчеством, все-таки трудно отнести к собственно критической деятельности в традиционном, исторически сложившемся варианте, поскольку в ней происходит трансформация и предмета, и функций, и методов осмысления материала. Скорее всего, данное явление свидетельствовало о концептуализации теоретической рефлексии на постмодернизм как художественное течение, то есть о по-

явлении специфической литературоведческой методологии как новой самостоятельной дисциплины, но в рамках, скорее, научного, а не критического дискурса.

Между тем представители данного направления в России настойчиво претендуют на право называться именно литературными критиками. Отчасти именно это обстоятельство в совокупности с чрезмерной озабоченностью постмодернистов самовыражением, тотальной тягой к эссеизации литературно-критического дискурса, с пренебрежением аргументацией, с их аксиологической сумятицей, а также внедрение в публикации «молодой» российской критики начала 1990-х годов общих для всех типов постмодернистских текстов принципов построения (коллажность, псевдодокументализм, эклектичность, нонселекция, уравнивание незначительного и существенного, сочетание фактического и явно фиктивного, эстетические и этические провокации, использование эффекта информационного шума, преднамеренно затрудняющего целостное восприятие текста, пермутация текста и социального контекста, ориентация на семантическую и структурную полифонию текстов и возможность неоднозначности трактовки заложенной в текстах информации), уже проявившиеся в литературно-критических публикациях второй половины 1990-х годов, вызвали неоднозначную, чаще негативную реакцию «критиков-традиционалистов» (Ст. Рассадина, А. Туркова, И. Роднянской, М. Ремизовой, Н. Ивановой).

По сути, это было дальнейшее развитие конфронтационного сценария, развернувшегося в российском литературно-критическом дискурсе на рубеже 1980–1990х годов и связанного с неожиданной для многих участников литературного процесса экспансией постмодернизма. В тот период предметом обсуждения стало постмодернистское искусство. Развернувшаяся дискуссия быстро переросла в яростную полемику, вызвавшую широкий общественный резонанс. Сторонники нового течения, по большей части представленные критиками молодого и среднего поколения, отстаивали право «другой» литературы на существование и необходимость ее беспристрастного исследования (М. Эпштейн, В. Курицын, О. Дарк, В. Ерофеев, И. Яркевич). В

числе их заслуг – варианты классификаций, выделение характерных черт и своеобразия художественной стилистики постмодернистов. Большая же часть критиков старшего поколения, независимо от своих идейных приоритетов, заняла непримиримую позицию концептуального неприятия постмодернистского искусства и резкого отрицания его философско-эстетических и этических принципов. Нельзя не согласиться с Б. Менцель, считающей, что спор о постмодернизме приобрел такую остроту, так как совпал со сложными социально-экономическими процессами внутри российского общества. Он начался в самом начале 1990-х, когда либерально настроенной интеллигенции стало ясно, что романтические надежды перестроечных лет не оправдались, а традиционные ценности русской и советской литературы вызывают серьезные сомнения. В этих условиях на первый взгляд чисто эстетическая дискуссия закономерно обернулась конфликтом не только поколений, но и противопоставлением культурных моделей и ценностных систем [29].

В середине 1990х объектом экспертизы и строгого анализа со стороны старшего поколения и «традиционалистов» стала уже сама литературная критика, точнее, ее критический метод, то есть интенциональные установки, способы, формы, теоретические и мировоззренческие основания эстетических суждений. Так, М. Ремизова писала, что следование постмодернистским установкам – это гибельный для критики путь. Она связывала существование двух течений в литературе и критике 1990х годов с противоположными типами мировосприятия и мировоззрения. Представители одного направления остаются в рамках традиционной культуры, что предполагает наличие некоей объективно познаваемой реальности, за которой «можно увидеть некие предметы в их совершенно реальных связях и каким-то образом все это исследовать». Другие – исходят из принципа «допустим, что...», ведущего к предельной инвариантности текстов, к отсутствию внутренних закономерностей развития, предельному субъективизму. И современная критика следует в своих принципах за этими двумя направлениями: «если более «арьергардное» крыло до некоторой степени уверено, что есть

нечто объективно-познаваемое, и тем или иным способом пытаются анализировать текст, то его более «авангардные» оппоненты исходят из того, что всякий текст можно прочесть ста пятьюдесятью различными, но равно допустимыми способами, а можно и вовсе не прочитывать – достаточно взять и независимо от этого текста просто рассказать о себе, горячо и нежно любимом. Это, в общем-то, гибельный путь, для критики в особенности. Если литература может еще как-то существовать в этой размытой реальности – она сама ее в какой-то мере создает, – то критика окончательно превращается в «вещь в себе», не нужную никому, кроме создавшего ее автора» (Вопросы литературы. 1996. № 6. С. 5152). А С. Чупринин даже экстраполировал литературный «нарциссизм» постмодернистов на всю когорту молодых критиков. Несмотря на разномыслие и разный масштаб одаренности критиков последнего поколения, их объединяет то, что «каждый из них понял свободу слова как свободу ничем не стесняемого самовыражения. Интересы литературы, читателей, «своего» издания, разумеется, и тут берутся в расчет, но главный интерес для критика (и вообще журналиста) новейшего типа – себя показать. Причем (важнейшая оговорка!) не столько свое мнение показать, сколько свою натуру. Свою моноидею. Свои комплексы – хоть по Фрейдю, хоть по Юнгу, хоть по Кашпиоровскому. Свой – как правило, хотя и не обязательно, дурной – характер. И показывают. Читая, например, Мальгина или, например, Немзера, видишь литературу «по Мальгину» или «по Немзеру». Читая же Дениса Горелова или Павла Басинского – вне зависимости от того, о чем они в данном случае взялись писать, – видишь только и исключительно Горелова или Басинского. Андрей Мальгин... мог бы сказать: я провожу в жизнь такие-то убеждения и этим интересен. Андрей Немзер может сказать: я имею такое-то профессиональное мнение и этим, в свою очередь, интересен. Что же до Вальцева или Федякина, то они кому-то, вероятно, безумно интересны, а кому-то, наоборот, решительно не интересны именно как Александр Вальцев и Сергей Федякин. Человеческое, слишком человеческое, вне всякого сомнения, берет в высказываниях

критиков-внуков верх и над идеологией, и над эстетикой, и над этикой...» (Знамя. 1994. № 6. С. 187188).

Опора на новые мировоззренческие и философско-эстетические принципы рождала иную поэтику критического текста и новые профессиональные поведенческие стереотипы, резко конфликтные по отношению к методологически монолитной, аксиологически выверенной и одномерной «серьезной» советской традиции. С известной долей уверенности можно говорить о возникновении в «новой критике» двух противоположных стилистических парадигм, которые, впрочем, не пересекались и не вступали в конфронтацию друг с другом.

Критики, склонные к теоретизированию, к выявлению философско-эстетических и историко-философских оснований нового искусства, к масштабным обобщениям, тяготели к онтологизации, акцентированию в рассматриваемых артефактах космологического и метафизического измерений, к синкретизму различных методологических подходов – культурологических, социологических, литературоведческих. Соответственно, их стилистическая манера отличалась не всегда оправданной усложненностью изложения, метафоричностью, ассоциативной импрессионистичностью, что не способствовало успеху их публикаций у массовой аудитории [30].

Формирование второй новой парадигмы в критике этого периода было связано с такими атрибутивными характеристиками постмодернистского гуманитарного сознания, как абсолютизация игрового, иронического, карнавального модусов [31], с попытками теоретически аннигилировать категорию суверенной творческой личности и практически редуцировать субъективное сознание критика до превращения его в артефакт собственного текста [32]. «Зрелищность и персонажность – вот что стало складываться в начале 90х годов как новая парадигма критики» (Знамя. 1994. № 5. С. 188). Литературное пространство начала 1990х, преимущественно газетные полосы, действительно заполнилось самыми разнообразными «масками». Причем, как справедливо подчеркивает Н. Иванова, это были не просто выступавшие под псевдонимами критики, а именно

оригинальные литературно-критические персонажи со своими, отличными от «автора биографического», критическими амплуа, стратегией литературного поведения, стилем выступлений. «В толстых журналах те же самые «карнавально-валентные» критики продолжали печатать более чем спокойные, увесистые статьи и высокопрофессиональные переводы, но новое-то открывалось именно в лицедействе, в игре» [33, 189]. Заметим, что новой эта тенденция была лишь по сравнению с критикой советского периода. В целом же игровая традиция литературной критики ведет свое начало от многочисленных критических масок 1820–1830х годов, «Библиотеки для чтения» О.И. Сенковского, серебряного века, обэриутов, харьковского сборника пародий 1925 года «Парнас дыбом».

Однако, несмотря на стремление критики «новой волны» создать, как призывал когда-то Ю.Н. Тынянов, новые «веселые» жанры и ориентироваться на себя как на литературу, с одной стороны, и, несмотря на усилия критиков-традиционалистов удержаться в фарватере аргументированной, взвешенной, аксиологически внятной критики, с другой, у них возникла общая серьезная проблема – *стала почти неощутимой связь с читателем.*

Потеря читателя, произошедшая и на интенциональном уровне, и на уровне риторической структуры критического текста, и на уровне реального целевого адресата, стала для российской критики середины 1990-х почти катастрофой. Речь в данном случае идет не о сокращении подписки или о сужении референтных аудиторных групп, а о потере критикой интереса к читателю как собеседнику и партнеру по культурному диалогу.

Одни литературные аналитики позиционировали свое творчество исключительно как способ самовыражения или как форму сублимации собственных искусствоведческих представлений, не замкнутых на аудиторную составляющую даже гипотетически.

Другие (уже в который раз, если вспомнить историю критики) решили объявить себя абсолютно самодостаточными литераторами, которые, во-первых, создают даже более совершенные в художественном и интеллектуальном отношении

шедевры, чем авторы оригинальных художественных текстов, а во-вторых, также не нуждаются в одобрении какой-либо аудитории и «творят только для себя».

Третьи демонстрировали полное пренебрежение духовными запросами аудитории, воспринимая читателей исключительно как потенциальных покупателей книжной продукции и утверждая, что критика должна стать сугубо утилитарным видом деятельности, нацеленным прежде всего на удовлетворение коммерческих интересов бизнес-издателей, а вовсе не на формирование эстетических вкусов и потребностей.

Поразительно, но ни один из современных критиков не предпринял сколько-нибудь серьезной системной попытки очертить круг своих потенциальных и реальных читателей, классифицировать журнальный электорат, спрогнозировать в этой сфере хотя бы самые общие тенденции.

Взгляд на критику как абсолютно самодостаточное и не зависящее от адресата явление за последние годы превратился из маргинального в преобладающий. Эту точку зрения обосновывают представители таких разных направлений, как «газетные» критики, «младофилологи» (определение, данное молодому поколению российских критиков, пришедших в профессию преимущественно из академической науки, С.И. Чуприниным), и даже некоторые из так называемых традиционалистов.

В результате цепочка литературно-критической коммуникации оказалась разомкнута в пустоту, что противоречит законам языкового мышления, человеческого общения и социокультурным функциям критики как рода публичной деятельности [34].

Итак, одна из глубинных причин того, что с середины 1990х годов российская критика начала утрачивать связь со своей целевой аудиторией, состояла в нарушении законов коммуникации.

Совокупность названных выше обстоятельств привела к тому, что на какой-то период литературно-художественная аналитика перестала быть значимым фактором культурного сознания российского общества, значительно упали ее престиж и статус, ее «символический капитал» (П. Бурдьё) стремился к нулю [35].

Ослабление литературно-критического дискурса и переориентация внимания части литературных аналитиков с артефакта на собственную «литературную личность» как главный объект исследования и презентации привели к *утрате такой важнейшей функции «толстого» журнала, как ведение литературной полемики*, что в России традиционно было прерогативой именно критики. И если публицистика открыто генерирует идейное направление журнала [36], то литературная критика продуцирует и в дискуссиях с другими изданиями оформляет направление художественное. Поэтому исчезновение полемики закономерно приводило к нивелированию художественного направления издания, этой стержневой типологической характеристики русского журнала.

Отсутствие в критике и между журналами дискуссий по принципиальным идейным и эстетическим вопросам не лучшим образом отразилось и на состоянии современной отечественной словесности. А. Архангельский в статье с красноречивым названием «Пепел остывших полемик» констатировал, что первая половина 1990х годов прошла под знаком затишья. «Критики полемисты всех групп пережили мучительный кризис. Журналы в большинстве своем растерялись: что делать? кого печатать? о ком писать? Прошел слух о смерти Великой Русской Литературы» [37, 215]. Литературный процесс начал распадаться на обособленные, замкнутые сегменты и ниши, что привело к утрате целостности культурного пространства.

Отсутствие оппонентов было губительным и для творческой эволюции конкретных авторов, потому что во многом именно энергия спора, «двойная энергия притяжения и отталкивания заставляет писателя ревниво искать в чужих стилистиках то, что созвучно его художественным поискам, – и то, что контрастно оттеняет их; чтобы расти и развиваться, он должен одновременно сближаться с кем-то и противодействовать кому-то; естественно – на уровне форм и идей, не на уровне политических баталий» (Новый мир. 1996. № 1. С. 216).

Следует учесть и еще одно важное обстоятельство. К сожалению, отсутствие оппозиционности способствовало возникно-

вению у части изданий иллюзии, что именно унифицированный – одинаковый для всех – типологический алгоритм журнальной формы стал дополнительным фактором размывания индивидуального облика литературно-художественного издания. То есть что стандарт, канон, воплотившийся в типе «толстого» журнала (а не его нарушение, как это было в действительности), якобы является помехой для дальнейшего развития.

Между тем регенерация конкретным изданием своего направления или тем более формирование нового вектора художественной политики – процесс сложный и требующий времени. С этой задачей журналы не до конца справились до сих пор [38].

Превалирование в журнальном контексте художественного компонента при маргинальном подчиненном положении и откровенной слабости критики и публицистики участниками тогдашней литературной жизни оценивалось как тупиковый путь, усугубляющий распад журнальной формы. А одна из главных причин кризиса справедливо усматривалась в разрушении единства журнального контекста. «Основа журнала как жанра – большая проза и публицистическая и литературно-критическая статьи. Но в сегодняшних журналах их... структурообразующая роль утеряна или ослаблена. Произведения же в жанре мемуаров и эссе, как бы претендующие на такую роль (в некоторых номерах «Знамени» и «Нового мира», например), исполнить такую роль не в состоянии. Стоит ли говорить о том, что внутреннее единство, переключки, связи между различными текстами одного номера отсутствуют почти всегда в любом «толстом» журнале? Печатаемые ныне журнальные тексты ничуть не хуже сочинений, появившихся на их страницах шесть или восемь лет назад. «Больны» не литература, не публицистика. Умер или агонизирует жанр (журнала. – *О. Ш.*)», – такой неутешительный диагноз был поставлен журналу в одной из дискуссий, где обсуждались перспективы российских ежемесечников (Знамя. 1997. № 1. С. 198).

Таким образом, победная вседозволенность 1980х в отношении журнальной формы обернулась для журналов кризисом начала 1990х годов. Эта ситуация сдерживала развитие и кри-

тики, и журналов, она была для них одинаково непродуктивна. И потому постепенно вслед за дифференциацией культурного поля начался сложный нелинейный и неодномоментный процесс самоопределения журналов и регенерации критики.

1. Немзер А. Конец прекрасной эпохи. Заметки на полях книги о критике и критиках // Новый мир. 1991. № 5. С. 241-248. Формально статья была своеобразной рецензией на книгу С.И. Чупринина «Критика – это критики: Проблемы и портреты (М. : Советский писатель, 1988. 320 с.). На самом же деле, используя найденную еще А.С. Пушкиным жанровую форму «заметок на полях», А. Немзер обозначил ряд тревожных тенденций в эволюции российской критики, которые в полной мере проявились только через несколько лет.

2. Немзер А. Замечательное десятилетие русской литературы. М. : Захаров. 606 с.

3. Басинский П. Прощание с Зоилом / П. Басинский // Октябрь. 1998. № 1.

4. «...Может быть, беда всех нынешних литературных изданий (а также изданий с литературными амбициями – в широком спектре от «Сегодня» до «Огонька») как раз в том и состоит, что они, различаясь качеством, неразличимы позиционно, вот именно что направленно-чески? И не в этом ли одна из причин охлаждения публики к нашей литературной печати, ибо подписчик лишен удовольствия выбирать именно свой журнал, именно свою газету?» – с этими размышлениями С.И. Чупринина, главного редактора одного из лучших литературных журналов, трудно не согласиться (Вопросы литературы. 1996. Ноябрь–декабрь. С. 17).

5. Василевский А. Ответственность и ответственность литературной критики. Материалы дискуссии. Фонд Либеральная Миссия [Электронный ресурс] / А. Василевский. Режим доступа: <http://www.liberal.ru>. 2005. 7 апр. Загл. с экрана.

6. Иванова Н. Каждый охотник желает знать, где сидит фазан / Н. Иванова // Знамя. 1996. № 1. С. 216-222.

7. Бак Д. Письма мелким почерком, или оправдание критики pop-fiction // Новый мир. 2002. № 12. С. 172–175.

8. См.: Архангельский А. Пепел остывших полемик // Новый мир. 1996. С. 215–217.

9. Зельдович М.Г. В поисках закономерностей : О литературной критике и путях ее изучения / М.Г. Зельдович. – Харьков, 1989. – С. 94. Размышляя о путях изучения литературной критики, М.Г. Зельдович

выделил две формы, в которых, по его мнению, может происходить развитие ее теории. Это «синхронное самосознание» и «академическая теория». И если первая есть мысль критики о себе самой, то последняя есть научное исследование, обобщающее творческий опыт критики с объективных позиций стороннего наблюдателя. «Не упуская из виду ни литературу, ни общественную действительность, но по-своему преломляя их актуальные запросы, теория критики озабочена прежде всего обоснованием собственно критики и имеет целью своими собственными средствами и «организовать» ее, и в принципе определить ее пути и творческие установки, и «устремить» в будущее» (С. 111). «Академической теории» для установления каких-либо закономерностей развития и глубоких выводов нужен определенный временной зазор и значительная эмпирическая база. Оттого она почти всегда ретроспективна по осмысливаемому материалу и общей исследовательской ориентации. «Синхронное самосознание» делает свои заключения на основании актуального современного материала, но результаты его наблюдений, возможно, менее основательны и в дальнейшем вполне могут быть скорректированы и даже пересмотрены.

10. Участники дискуссий обсуждали состояние критики очень заинтересованно и подробно. Однако филологи привычно исходили из понимания этой сферы деятельности как части литературоведения и не брали в расчет ее журналистскую природу, поэтому, указав на недостатки и просчеты литературной аналитики 1990-х гг., они не смогли в полной мере оценить перспективные тенденции развития отечественной критики, которые несколько позже заявили о себе в полный голос.

11. См.: Критика – это критики (анкета) // Литературное обозрение. – 1990. – № 1. – С. 46-52; Независим ли критик? (анкета) // Литературная учеба. – 1990. – № 5. – С. 94-102; Взгляд. Критика. Полемика. Публикации. – Т. 3. – М., 1991; Литературные перекрестки – позиция и оппозиция (анкета). – Москва. – 1991. – № 1. – С. 188-198; № 2. – С. 191-200; Кардин В. Отголоски рыночной стихии, или миф о «моральном облике» / В. Кардин // Вопросы литературы. – 1992. – Вып. 2. – С. 60-61; Бак Дм. Бронзовый век русской критики / Дм. Бак // Новый мир. – 1994. – № 4. – С. 240-253; Иванова Н. Сладкая парочка / Н. Иванова // Знамя. – 1994. – № 5. – С. 186-197; Чупринин С. Элегия / С. Чупринин // Знамя. – 1994. – № 6. – С. 185-190; Критики о критике // Вопросы литературы. – 1996. – № 6. – С. 3-57; Немзер А. История пишется завтра / А. Немзер // Знамя. – 1996. – № 12; Иванова Н. Между. О месте критики в прессе и литературе / Н. Иванова // Новый мир. – 1996. – № 1. – С. 203-215; Иванова Н. Каждый охотник желает знать, где сидит фазан /

Н. Иванова // Знамя. – 1996. – № 1. – С. 215-222; Иванова Н. «Мука, вода и дрожжи» / Н. Иванова // Литературная газета. – 1997. – 19 июня; Пруссакова И. Критики нет? Критика есть! / И. Пруссакова // Вопросы литературы. – 1998. – июль-авг. – С. 3-33; Критика : последний призыв: конференц-зал // Знамя. – 1999. – № 12. – С. 144-166; Современная литература : Ноев ковчег? // Знамя. – 1999. – № 1. – С. 191-214; Поиски замерзшего сироты. Литературное время в зеркале газетной критики. Круглый стол // Дружба народов. – 2001. – № 6. – С. 190-208 и др.

12. Здесь и далее, обозначая принадлежность конкретного литературного аналитика к тому или иному направлению, мы пользуемся достаточно прозрачной и привычной терминологией, предложенной Н.Б. Ивановой. Исходя из реального расклада сил в современном литературном ландшафте она считает, что сегодня критику можно дифференцировать по разным параметрам и признакам: поколенческому (шестидесятники, «младозестеты»), направленческому («левые», «правые», «демократы», «национал-патриоты»), по отношению к традиции («традиционалисты» и «радикалы»), по месту публикации, определяющему существо и формат высказывания («журнальная», «газетная», «радио-» и «телекритика»), по уровню взятых на себя профессиональных обязательств и по литературным амбициям (критика как искусство и как ремесло) (Знамя. – 2005. – № 6. – С. 182-191). Интересную «поколенческую» классификацию российских литературных критиков XX столетия, основанную на социологической концепции поколений Карла Мангейма, см.: Менцель Биргит. Гражданская война слов. Российская литературная критика периода перестройки / Биргит Менцель. – СПб. : Академический проект, 2006. – С. 113-121.

13. См. также: Озеров Виталий. Литературная критика : четкость критериев, высота требовательности / Виталий Озеров // Вопросы литературы. – 1986. – № 9. – С. 3-30.

14. Бак Дм. Бронзовый век русской критики / Дм. Бак // Новый мир. – 1994. – № 4. – 240-253.

15. «...Лидирующая роль журнальной критики явно уходит в предание, а вместе с нею начинает отмирать и традиционный жанр мудрой, развернутой проблемно-аналитической статьи, и традиционное представление о критике-профессионале как о человеке особой специальности – не совсем литературоведе, с одной стороны, и не совсем журналисте – с другой. Туда же, в предание, уходят, похоже, и такие традиционные добродетели профессиональной литературной критики, как взвешенность и ответственность суждений, их непрременная соотнесенность с общественной и литературной ситуацией, а также более или менее от-

рефлектированное стремление к балансу объективности (доказательности) и субъективности (страстности и пристрастности) в тоне, в оценках, в выборе позиции и точки зрения», – ностальгически размышлял в своей критической «Элегии» С. Чупринин (Знамя. – 1994. – № 6. – С. 190).

16. См.: Дубин Б. Литературные ориентиры современных журнальных рецензентов / Б. Дубин, А. Рейтблат // Новое литературное обозрение. – 2003. – № 1. – С. 557-570.

17. См. подр.: Курицын В. Постмодернизм : новая первобытная культура / В. Курицын // Новый мир. – 1992. – № 2. – С. 223-232.

18. «...Большинство из нас с горечью признают, что такие понятия, как Бог, Царь, Человек, Разум, История и Государство, некогда появившись, затем канули в лету как принципы несокрушимого авторитета; и даже Язык – самое младшее божество нашей интеллектуальной элиты – находится под угрозой полной немощи, – как еще один бог, не оправдавший надежд», – пишет И. Хассан, подчеркивая, что тотальный нигилизм и отсутствие веры в конечные истины и стало первопричиной того, что в текстах постмодернистов происходит разрушение целостности художественного космоса и воссоздание децентрализованного фрагментированного художественного дискурса (Hassan I. Making sense : The trials of postmodernist discourse // New Lit. History. Baltimore, 1987. Vol. 18. № 2. P. 442. P. 437-459). См. об этом также в работах И. Хассана «Расчленение Орфея» (1971), «Паракритика» (1975), в сборнике эссе «Постмодернистский поворот» (1978): The dismemberment of Orpheus: Toward a postmodernist literature. Urbana, 1971. 297 p.; Paracriticism: Seven speculations of the times. Urbana, 1975. XVIII. 184 p.; The postmodern torn: Essays in postmodern theory and culture / Columbus. 1987.

19. См., например: Парамонов Б. Конец стиля / Б. Парамонов // Звезда. – 1994. – № 8. – С. 187-193.

20. Генис А. Иван Петрович умер. Статьи и расследования / А. Генис. – М. : Новое литературное обозрение, 1999. – 336 с.

21. Эпштейн М. Постмодерн в России. Литература и теория / М. Эпштейн. – М. : Издание Р. Элинина, 2000. – 368 с.

22. См.: Fokkema D. W. The semantic and syntactic organization of postmodernist texts // Approaching postmodernism: Papers presented at a workshop on postmodernism, 21–23 Sept. 1984, Univ. of Utrecht / Ed. by Fokkema D. W., Bertens H. Amsterdam; Philadelphia, 1986. P. 82–83. P. 81-98.

23. Эпштейн М. Указ. соч. / М. Эпштейн. – С. 20-38.

24. Маньковская Н.Б. Эстетика постмодернизма / Н.Б. Маньковская. – СПб. : Алетейя, 2000–. 347 с.

25. Принципиальной разницы между критикой и беллетристикой не видит и еще один представитель нового поколения – Михаил Новиков: «Окончив Литературный институт по отделению прозы и написав ее некоторое количество, я усвоил принципы построения беллетристического текста, которые теперь не могу не применять в любом сочинении, даже если захотел. Что за принципы? Я стараюсь сделать статью композиционно законченной, позволить выстроиться подобно сюжета, рассказать историю по все правилам. Дать читателю полноценный текст, сделать так, чтобы чтение доставляло удовольствие. Было, если хотите, забавным. Форма и интонация представляются мне очень существенными, а «идеи» и «взгляды» – нет <...>. Мне не кажется актуальным, да и вообще сколько-нибудь нужным регулирование, поддержание и обслуживание со стороны критики того, что называется «литературным процессом»... Хорошие тексты никогда не нуждались в каком бы то ни было критическом спецобслуживании – того, что они подвигают следующего автора на попытку написать еще один, другой хороший текст, довольно. Жанр этого нового текста не имеет значения – роман, эссе, рецензия, да хоть аннотация в две строчки... В первую очередь дать людям хороший литературный продукт, а потом, только если это уместно, разъяснить свое исповедание веры, попорочествовать, обличить...» (Знамя. – 1999. – № 12. – С. 157).

26. См.: Lipovetsky G. Le crepuscule du devoir: L'ethique indolore des nouveaux temps democratiques. P. 1992. P. 290.

27. «...Честно говоря, себя критиком я никогда не считал и не считаю, – признается Д. Бавильский. – Мне всегда казалось, что то, что я делаю, ближе к какой-то лирической прозе. Даже не к пресловутому эссеизму, но именно к прозе. А может быть, даже и к поэзии. Свою последнюю статью о поэзии «новые стихи» (Дружба народов. – 1999. – № 5) я назвал «Новые стихи» не случайно. Можно считать это моим творческим манифестом» (Знамя. – 1999. – № 12. – С. 146). «Современная критика – один из жанров художественной литературы, в котором Валерия Набрикова или Виктор Ерофеев, Владимир Маканин или Татьяна Толстая являются всего лишь персонажами», – настаивал и Олег Дарк (Постмодернисты о посткультуре : интервью с современными писателями и критиками. – 2 изд. – М. : Издание Р. Элинина, 1998. – С. 83).

28. Эпштейн М. Эссеистика и эссеизм в культуре Нового времени / М. Эпштейн // Эпштейн М. Парадоксы новизны: О литературном развитии XIX – XX вв. М. : Советский писатель, 1988. – С. 224-380. М. Эпштейн даже называет широко понятый эссеизм «внутренним двигателем культуры Нового времени», обозначающим ее сокровенные

основы, тайну ее непрекращающейся новизны (Эпштейн М. Законы свободного жанра / М. Эпштейн // Вопросы литературы. – 1987. – № 7. – С. 36).

29. См.: Менцель Биргит. Указ. соч. / Биргит Менцель. – С. 245. В книге основательно проанализированы материалы дискуссий о постмодернистской литературе, которые в начале 1990-х годов велись литературными критиками «толстых» журналов и литературоведческих периодических изданий. См.: Указ соч. – С. 213-255.

30. См., например, публикации В. Курицына и М. Липовецкого. Приведем наблюдения Б. Менцель над стилистикой выступлений одного из самых известных теоретиков постмодернизма М. Липовецкого: «...Стиль М. Липовецкого нередко становится метафорическим, если речь заходит о теоретических категориях и критериях оценки; это не способствует ясности критического анализа». В его статьях «более чем достаточно онтологических антитез, вроде «хаос – космос», «апокалипсис – вечная гармония», «жизнь – смерть», «истина – ложь». Ситуацию реальности критик неизменно характеризует как «хаос», ситуацию литературы – как «диалог с хаосом». Метафора хаоса, которому противопоставлена «вечная гармония» космоса, проходит красной нитью через многие статьи М. Липовецкого, где постоянно говорится о «диалоге с хаосом», о «логике хаоса», с такими заглавиями, как «Патогенез и лечение глухонемой», «Апофеоз частей или диалог с хаосом», «Жизнь после смерти» (См.: Менцель Биргит. Указ. соч. / Биргит Менцель. – С. 244).

31. И. Хассан выделяет целый ряд признаков постмодернизма, среди них исчезновение категорий «я» и «глубина», ирония и игра, гибридность жанров и уровней повествования, карнавальное начало, перформанс, имманентность, интертекстуальность, неопределенность, фрагментарность, размывание канона. См.: Hassen I. Postmoderne Heute // Wege aus der Moderne / Hg. Von. W. Weinheim. 1988. S. 47-56.

32. Так, Р. Барт видел задачу критика в том, чтобы подобно актеру «разыгрывать» иные культурные коды, «языки», каждый раз перевоплощаясь в тот или иной творческий субъект, не тождественный самому себе. Опыт стилизованного конструирования собственной иронической интеллектуальной биографии представлен в его книге «Ролан Барт о Ролане Барте» (1975) (М. : Ad Marginem; Сталкер, 2002. – 288 с.).

33. Иванова Н. Сладкая парочка / Н. Иванова // Знамя. – 1994. – № 5. Содержательный анализ газетной «персонажной критики» первой половины 1990-х годов содержится также в названных выше статьях

Н.Б. Ивановой «Между. О месте критики в прессе и литературе» и С.И. Чупринина «Элегия».

34. Трудно не согласиться с мнением Е. Ермолина, зам. главного редактора и критика журнала «Континент», и М. Ремизовой, делающими акцент на трансмиссионной функции критики: «Критик – это идеальный посредник. Он прокладывает пути, строит мосты, связывая писателя и читателя... Критик не может существовать в совершенно автономном статусе». Для успешной деятельности ему необходим «гиперболизированный настрой на диалог» (Континент. – 2004. – № 119. – С. 291). «... Настоящая литература... только начинает разговор, и вторая реплика в этой беседе принадлежит критику, – считает М. Ремизова. – Я стараюсь поддержать начатый писателем разговор, потому что не хочу, чтобы в ответ на свои реплики он слушал тишину» (Знамя. – 1999. – № 12. – С. 162).

35. Александр Агеев делает акцент на системном характере разразившегося в постперестроечный период кризиса: «Последние лет пятнадцать были для русской литературы эпохой жестокого кризиса – не столько эстетического и мировоззренческого, сколько статусного: потеря массового читателя, хаос в книгоиздательстве и книгораспространении, перемена ценностных ориентиров когда-то чрезмерно широкой, а тут вдруг катастрофически съезжившейся аудитории. Атмосфера провоцировала людей, жизненно связанных с литературой, на скепсис и малодушие: да, готовы были признать многие, литература теперь никому не нужна, а все мы, зачем-то продолжающие ею заниматься, необратимо превращаемся в маргиналов и чудаков. На этом пороге были свернуты многие блестящие критические карьеры – пошло странное время массового эскапизма, полуприличного бегства от новой литературной реальности. Достойные люди, уstraшившиеся ее, готовы были прервать некую преемственную цепочку, обеспечивающую единство русского культурного пространства: а пускай оно себе рассыпается в пыль, превращается в хаотическое нагромождение «текстов», а мы посмотрим, что из этого выйдет» (Агеев А. Дай оглянуться! / А. Агеев // Новый мир. – 2006. – № 9. – С. 178-179).

36. Публицистический дискурс журналов этого периода также становился менее значим и актуален. В обозрении содержания «толстых» журналов за 1995 год А. Бочаров отмечал уменьшение в разделах публицистики всех ведущих журналов удельного веса материалов, погруженных в современную экономику, политику, острую социальную проблематику. Вместо этого усиливался интерес к миру, человечеству, времени вообще, к публицистике религиозно-нравственного плана.

См.: Бочаров А. Как живешь, «русский феномен»? / А. Бочаров // Литературное обозрение. – 1996. – № 3. – С. 57-64.

37. Архангельский А. Пепел остывших полемик / А. Архангельский // Новый мир. – 1996. – № 1. «И – большинство занялось тем, чем всегда занимаются во время затишья: «канонизацией» вчерашних изгоев, превращением борцов с иерархией ценностей в часть истеблишмента. Почвенники поставили в красный угол лавку и рядом со страдающим певцом естественных основ русской жизни Валентином Распутиным усадили веселого певца естественных отправлений Лимонова. Западники повели себя плюралистичнее, делегировали права «канонизации» на места – так что постмодернисты без всяких помех перевели литературного хулигана Владимира Сорокина на положение литературной барышни; шестидесятники «продолжили друг другом восхищаться», а неореалисты облекли Алексея Варламова в тогу нового Льва Толстого... И самое странное, что с этим не поспоришь. Сегмент он и есть сегмент...», – недобро иронизировал по поводу клановой замкнутости литераторов середины 1990-х А. Архангельский. См. также: Мондри Генриетта. О «литературности» полемики в критике периода гласности и постгласности / Генриетта Мондри // Вопросы литературы. – 1994. – № 4. – С. 102-119.

38. В дискуссии 1996 года по проблемам современной критики С. И. Чупринин, констатируя отсутствие у литературных изданий, а также изданий с литературными амбициями (от «Сегодня» до «Огонька») различий в направлении, оценивал это как факт негативный. Почти через десятилетие, в 2005 году, Н. Иванова вновь говорила об исчезновении различий в направлениях журналов: «Сейчас такой важнейший жанр, как литературная полемика между журналами, фактически сведена на нет. Каждый журнал представляет или хочет представить себя как мейнстрим, окруженный какими-то небольшими образованиями. Получается, что подписчики выписывают один журнал и получают все. Они представляют из себя не направление, а своего рода универмаг, в котором покупается и такая и сякая проза». И Н. Иванова, и редактор «Нового мира» А. Василевский объясняют эту ситуацию трудными 90-ми, когда все журналы «столкнулись с таким числом общих проблем, что возникла своего рода корпоративная солидарность, которая приглушила взаимную литературную или общественную полемику» (Толстой И. 80 лет журналу «Новый мир». Беседа с А. Василевским и Н. Ивановой // Радио Свобода. 2005. – Эфир от 23 января).

Изобразительная журналистика и газетный дизайн

Уже самые первые газеты наряду с текстами содержали штриховые иллюстрации. С изобретением фотографии и способа перенесения ее на обычную бумагу для массового тиражирования визуальная составляющая периодических изданий заметно увеличилась, а с приходом в сферу журналистики компьютерных технологий визуализация стала одной из ведущих современных тенденций эволюции прессы.

Пресс-иллюстрация: виды и жанры. Если журналистика – вид информационной деятельности, в которой публицистика составляет основной поток информации, то *жанр* – это прежде всего сфера публицистики. Отнесение понятия жанра к сфере публицистики как роду словесного творчества позволяет ориентироваться на классические определения этой категории. Если обобщить различные словарные дефиниции, то жанр можно рассматривать как исторически сложившуюся, удостоверяемую традицией и тем самым наследуемую совокупность определенных тем и мотивов, закрепленных за определенной художественной формой, связывающую их между собой узнаваемыми чувствами и мыслями.

Выполняя ряд специфических задач (*функции акцентирования и ориентирования, эстетическая функция*), пресс-иллюстрации прежде всего по-своему информируют читателя. Они могут быть не только вспомогательным, но и равным или ведущим по отношению к текстовому материалу содержательно-смысловым компонентом, а также и самостоятельными произведениями фотографического или изобразительного искусства. Визуализация СМИ как тенденция предполагает, что тексты и иллюстрации в газетах и журналах должны представлять собой содержательное единство, вместе раскрывать тему (проблему), усиливать друг друга.

В газете используются различные **рисунки** – *репортажные рисунки, портреты, шаржи, карикатуры, плакаты.*

Рисунки первыми привлекают внимание и дольше хранятся в памяти читателя, но, по утверждениям психологов, фотографии как документу доверяют больше. Поэтому, а также в силу оперативности, достоверности и «репортажности» документальной фотографии, дизайнеры отдают предпочтение снимкам. Но прежде – в эпоху «горячего» набора, «металлической» верстки и высокой печати – рисунки использовались достаточно активно, что диктовалось не только модой, но и практической необходимостью. Относительно слабое качество печати, бедность шрифтового и другого наборного хозяйства ограничивали возможности дизайнеров, которые обращались к услугам художников, отвечавшим за ретушь фотоснимков, а также за *рисованные рубрики, заголовки, заставки и даже за рисованные линейки и украшения.* Сегодня же рисунков становится меньше на страницах газет и журналов потому, что, во-первых, превалирует типографизация (оформление преимущественно техническими средствами), во-вторых, потому, что в штатном расписании большинства редакций должность художника отсутствует.

Кроссворды, сканворды, шахматные и шашечные диаграммы, имея вид рисунка, сегодня создаются при помощи компьютера, что заметно улучшило их эстетику.

Любая газетная (журнальная) полоса имеет идею, оформительскую в том числе, главный материал, являющийся одновременно и графической доминантой. Нередко в качестве такой доминанты (зрительно-смыслового центра) выступает **фотография**, которая «как бы замыкает на себе остальные материалы и является исходной точкой знакомства с содержанием номера». Конечно, значение текста и снимка в периодическом издании (если оно не специализированное фотографическое) неравноценно, и все же журналистская фотография играет особую роль при формировании внешнего облика печатного издания.

Во-первых, фото может быть самостоятельно первоклассным журналистским материалом, даже иллюстрируя текст; во-вторых, – наглядно иллюстрировать события текущей жизни,

выделяя явления дня, запечатлевать «свое время, и не только в общих чертах, но и в мелочах, деталях»; в-третьих, контрастируя с серым полем текста, снимок освежает графику и композицию газеты – тем самым привлекает внимание читателя ко всей полосе, текстовым сообщениям, расположенным вокруг и рядом с фотографией.

Очень важны *информационные снимки (пресс-фотография)* – в этом случае подпись («текстовка») лишь дополняет или поясняет фотоизображение. Есть и стереотипные формы, имеющие свою сферу приложения: *фотозарисовки, фоторубрики, фотопортреты, представляющие как «марки», опознавательные знаки*. Смоделированный прием (например, включение фотопортрета в заголовочный комплекс публикации, традиционное оформление, эксплуатация одного и того же изображения) способствует усилению символично-пиктографической функции фотоизображения, хотя собственно информационное и иллюстративное назначение снимка, естественно, сохраняется.

Если говорить о *системе жанров фотожурналистики*, то следует учесть то обстоятельство, что, по сути дела, «формирование жанра произведения фотожурналистики происходит лишь на последнем этапе, когда фотографическое изображение дополняется комментирующим текстом. Параллельно этому жанровое формотворчество совершается способами соединения, комбинирования фотоснимков на полосе, применением различных приемов монтажного сочетания отдельных кадров в целостное повествование». То есть в актуализации пресс-фотографии большую роль играет не только фотокорреспондент, но и *бильдредактор*, осваивающий систему «аргументации» (содержательный уровень жанра) и способ представления фактов, «аргументов» (уровень формы). Понимая фотожанр как единство изображения и слова, он дифференцирует связь фотографии с текстом на прямую (иллюстративную) и ассоциативную. Восприятие фотографии оптимизируется, если «угадан» ее жанр. Жанр как форма, соответствующая идейно-тематической коллизии, возникшей в жизни. Бильдредактор заботится о жанровом разнообразии издания, также способ-

ствующем оптимальности процесса коммуникации. Журналистской публикации вредит такое положение, когда фотография лишь дублирует изложенное в тексте. «Разрушение» текста снимком, снимка текстом – опасность, преодолеть которую обязан редактор иллюстраций.

На наш взгляд, исторически сложились три «родовых», канонических жанра: *фотоинформация (фотозаметка)*, *фотопортрет* и *фоторепортаж*. К этим ведущим по значению и бытованию собственно публицистическим жанрам примыкает *фотоплакат*, представляющий собой либо самостоятельный снимок (портрет, этюд, «жанр» и др.), либо монтаж, коллаж.

В свою очередь фотоинформация, фотопортрет, фотоплакат могут приобретать качества репортажа, что объясняется воздействием своеобразного наджанрового образования – репортажности (так возникают и термины типа «репортажный снимок» применительно к фотоинформации, характеризующейся динамичностью кадра, оперативностью информационного повода и т.д.).

К другим жанрам фотожурналистики, которым также не чужда публицистичность, отнесем *фотоэтиюд* (пейзаж, портрет, «жанр»), *фоторепродукцию* и *фоторекламу* (монтаж, коллаж, натюрморт и др.).

В прессе представлены и непублицистические жанры – *фоторубрика*, *фотозаставка* и *фотоанонс*.

Границы между жанрами необыкновенно текучи: подборка фотозаметок может восприниматься как репортаж; порой трудноразличимы фотоинформация и фотопортрет... И хотя жанровая структура – явление устойчивое, ее видовые формы способны эволюционировать, меняться. Рождаются и новые виды журналистской фотографии: так, в начале XX в. возник и прижился фотомонтаж (Хартфильд, Родченко и др.).

«Союз» журналистской фотографии и публицистического текста дает такие симбиозы: фотокорреспонденция, *фотозарисовка*, *фотоочерк*, *фотофельетон*. Их нельзя назвать собственно фотожурналистскими жанрами, но это и не видовые формы: к последним относятся *групповой портрет*, *репортажный снимок*, *пейзаж* и др.

Отдельно следует сказать об **информационной графике** (*инфографика* от лат. *informatio* – осведомление, разъяснение, изложение; и греч. *γραφικός* – письменный, от греч. *γράφω* – пишу). Инфографика наглядно иллюстрирует текст, и ее не следует перегружать лишними деталями – это должен быть лаконичный информационный материал с заголовком или подписью, ссылкой на источник информации. Читатель нередко начинает знакомство с публикацией, привлеченный какой-то таблицей или диаграммой, графически оригинально выполненной, имеющей отдельный заголовок, подпись, ссылку на источник информации...

Сегодня информационная графика – это не только различные карты, таблицы, диаграммы (линейные, столбиковые и ленточные, круговые, фигурные), схемы, чертежи, картограммы, картосхемы, это – новая форма представления журналистского содержания. Современная инфографика – это визуальное раскрытие некой социально-политической темы (проблемы) с использованием карт, таблиц, диаграмм и т.п., а также фотографических, рисованных иллюстраций, коллажей, фотомонтажей. Подобная инфографика может занимать страницу или разворот периодического издания, сопровождаться лаконичным пояснительным, обязательно озаглавленным текстом.

На традиционных Петербургских чтениях – научно-практической конференции «Средства массовой информации в современном мире» в СПбГУ– бильдредактор «Делового Петербурга» Ольга Привалова и руководитель отдела визуальной журналистики Федор Шумилов представили ряд своих инфографических работ, опубликованных в «ДП» и в других газетах и журналах северной столицы. Кстати, эти газетчики были удостоены награды всемирного конкурса информационной графики *Malofiej Infographics Awards*, который проводит испанское отделение Общества газетного дизайна (*Society of News Design*): их газетный разворот про утилизацию строительных отходов был отмечен бронзовой наградой.

Подготовка развёрнутой инфографики требует продолжительного времени и особой квалификации сотрудников (в от-

делах инфографики работают журналисты-креаторы, билдредакторы, фотографы, художники или компьютерные графики, верстальщики). В процессе смыслового восприятия визуальной информации акцент делается на слове «смысловой»: инфографическая композиция содержит не столько оформительскую идею, сколько – журналистскую, публицистическую. Таким образом, создание развёрнутой инфографики – *особый вид коллективного журналистского творчества, продукция которого – визуально-словесные произведения, с помощью которых до целевой аудитории наглядно доводятся определённые идеи.* И это – не отвлечение от смыслов, а привлечение к ним внимания. Иногда такие информационно-графические композиции показывают проблему с непривычной стороны, до которой, возможно, не смогли добраться и пишущие журналисты. Именно такая инфографика может стать «гвоздевой» публикацией, а её постоянное присутствие в номере – своеобразным фирменным приёмом издания.

Компьютерная технология выпуска периодических изданий дала возможность более широкого использования инфографики, которая может стать произведением графического искусства, быть при этом не только дополнительным средством для интересного графического решения полосы, но и самостоятельным публицистическим материалом.

Цвет в современных газетах. Цветных газет становится все больше и больше. Начало процессу положили, как водится, столичные издания – «Общая газета», «Известия», «Русский курьер», «Литературная газета», а затем начинание подхватила провинция. Сегодня, например, в Воронежской области многоцветную палитру используют не только областные, но и городские и районные газеты.

Даже главная деловая газета страны «Ведомости», ориентирующаяся на бизнес-сообщество, представители которого, казалось бы, интересуются прежде всего сухими цифрами и фактами, в мае 2008 года перешла на цветную печать. Но деловое издание не было бы таковым, если бы не провело перед этим масштабные исследования читательской аудитории. В них при-

няли участие мужчины и женщины в возрасте 25-35 лет: топ-менеджеры, менеджеры среднего звена и студенты старших курсов вузов. Оказалось, что прежний – черно-белый на розовой бумаге – дизайн воспринимался читателями как скучный, а новый – цветной на розовой бумаге, – не только привлекает яркостью, динамизмом, стильностью (отдельно отмечено удачное использование розового фона и шрифта написания заголовка), но и внушает большее уважение и доверие (!) к изданию.

Комментируя нововведение, редакционный директор газеты Татьяна Лысова отметила, что цветная печать – это общемировой тренд газетной индустрии, что «при грамотной работе с цветом и хорошем уровне полиграфии газета может быть не только удобной и информативной, но и по-настоящему красивой. Опыт нашего цветного приложения «Пятница» и проведенные исследования читательской аудитории убедили нас, что даже самым консервативным читателям «Ведомостей» нравятся цветное оформление газеты и цветные фотографии».

Итак, цвет становится важнейшим элементом формы произведений, предназначенных для массовой аудитории. Интересен факт перевода черно-белого изображения знаменитых фильмов в цветное. Вот что говорит психолог и физиолог, кандидат медицинских наук Андрей Гришаев по поводу цветных «Семнадцати мгновений весны»:

– Цветной фильм люди, конечно же, воспримут иначе, чем такой же, но черно-белый. В первую очередь хотя бы потому, что в человеческом глазу имеется два вида рецепторов: палочки и колбочки. Первые отвечают за оттенки серого, благодаря вторым мы ощущаем весь спектр. И существует гипотеза, что и мозг в ответ включает разные области. При черно-белой гамме – в первую очередь те, которые связаны с логикой и концентрацией внимания. Поэтому на цвет мы реагируем активно и эмоционально.

К тому же разнообразие тонов дает больше элементов для подсознательного анализа. И требует, по крайней мере, у взрослых, повышенных умственных усилий для восприятия. Его появление может кого-то и раздражать. Это свидетельствует о

том, что мозг не желает «перенапрягаться», отвлекаясь на детали. Но у высокоинтеллектуальных людей такие проблемы вряд ли возникнут.

И еще: есть данные, что мужчины и женщины из-за физиологических особенностей их зрительных органов обладают разным цветовосприятием. И разным цветопредпочтением. Сильному полу больше нравятся красный, зеленый и фиолетовый цвета. Слабому – желтый, голубой и пурпурный.

В раскрашенном фильме на первый взгляд доминирует «мужская» гамма. И похоже, что мужчины отнесутся более благосклонно к эксперименту с «цветным Штирлицем».

Конечно, за цветом – будущее, и это относится и к бумажным газетам: ведь серьезные рекламодатели проводят свои рекламные кампании с применением фирменного стиля, одним из важнейших элементов которого является фирменный цвет. К тому же цвет наполнен определенным смыслом, воспринимаемым человеком порой даже неосознанно. Влияние цвета на человека зависит от многих факторов, но основное воздействие цвета сохраняется. По психологическому влиянию на человека выделяют несколько групп цветов: стимулирующие, дезинтегрирующие, пастельные, статичные, цвета глухих тонов, теплые и холодные темные тона.

Считается, что глаз реагирует на три первичных цвета: *красный, зеленый и синий*. Человеческий мозг воспринимает цвет как сочетание именно этих трех сигналов. Мы можем воспринимать цвет как теплый, холодный, тяжелый, легкий, мягкий, сильный, возбуждающий, расслабляющий, блестящий или тусклый, но – и это следует отметить особо – в каждом конкретном случае восприятие зависит от культуры человека, языка, возраста, пола, условий жизни и предыдущего опыта. Вот почему два человека никогда не будут одинаково воспринимать один и тот же физический цвет – люди отличаются друг от друга даже по чувствительности к диапазону видимого света.

Если среда уравновешена в цветовом отношении, то она привлекает, создает творческую атмосферу, успокаивает и улучшает общение людей между собой. Поскольку печатные

издания – факты быта, с которыми мы сталкиваемся ежедневно, то недооценивать влияние цвета на психоинтеллектуальное состояние человека было бы неразумным. Тем более, что цвета обращаются прежде всего к чувствам человека, которые нередко превалируют над логикой. Цветовое окружение всегда вызывает некую психологическую реакцию, и физиологические последствия могут быть как положительными, так и отрицательными. Вот почему при создании дизайна, печатного в том числе, следует ответственно подходить к выбору цветной гаммы: ведь при комбинировании цветов восприятие опять меняется (эффект одновременного контраста, фантомное изображение, краевой контраст и др.). Задача дизайнера – поиск гармоничного сочетания двух или более цветов, находящихся рядом, которые вызовут положительную психо-эстетическую оценку или произведут приятное впечатление.

Фирменный цвет (цвета) играет огромную роль в создании общей картины образа издания, к тому же правильно организованная цветовая среда, создавая творческую атмосферу, положительно влияя на психоинтеллектуальное состояние человека, оптимизирует межличностную коммуникацию (80 % цвета и света «поглощаются» нервной системой, 20 % – зрением).

Известно о национальных особенностях восприятия цветов, есть и субъективные цветовые ощущения, что прекрасно иллюстрирует стихотворение Артюра Рембо «Гласные», связавшего восприятие букв и красок:

А — черный, Е — белый, И — красный, У — зеленый

О — синий, тайну их скажу я в свой черед.

*А — бархатный корсет на теле насекомых,
Которые жужжат над смрадом нечистот.*

*Е — белизна холстов, палаток и тумана,
Блеск черных ледников и хрупких опахал.*

*И — пурпурная кровь, сочащаяся рана
Иль алые уста средь гнева и похвал.*

*У — трепетная рябь зеленых вод широких,
Спокойные луга, покой морщин глубоких
На трудовом челе алхимиков седых.*

*О — звонкий рев трубы, пронзительный и странный,
Полеты ангелов в тиши небес пространной,
О — дивных глаз ее лиловые лучи.*

Если некоторые товары или фирмы мы вспоминаем в связи с их фирменными цветами (даже воспринимаем цвета в качестве фирменного знака): «Макдональдс» — по красному и желтому; «Кодак» — желтому и золотистому; IBM — синему, «Бритиш петролеум» — зеленому и желтому, «Вестингаузу» — зеленому и красному, то желательно добиваться такой сознательной и подсознательной связи и в случае выбора цветной палитры для той или иной газеты.

Поскольку система цветовой фоторецепции глаза человека относится к центральной нервной системе, является частью мозга, выдвинутой на периферию, информативность цвета проявляется в языковых функциях: коммуникативной, познавательной и художественно-выразительной. В связи с этим Ф. Юрьев предложил в свое время следующую классификацию функций цвета: *различительная, выделительная, объединительная функции, функции цветового противопоставления и цветового посредника, символическая функция цвета познавательного языкового характера, выразительная функция цветового обозначения*. Зная богатые возможности цвета, можно с его помощью более эффективно управлять вниманием читателя, тем более, что «привычная для нас черно-белая печать не является оптимальной в смысле удобочитаемости, что легче читается, например, черный текст на желтой бумаге, зеленый — на белой, синий — на белой, белый — на синей или красной, желтый на пурпурной и т.д.».

Есть данные по зонам видимости для разных цветов: высокая — для синего и черного в заголовках, для синего, черного и зеленого в текстах; хорошая — для красного и зеленого в заголовках, для красного в текстах; высокая — для желтых и красных «плашек», хорошая — для красных и желтых «плашек» при оформлении заголовков и текстов соответственно. Синие и зеленые «выворотки» подходят для оформления заголовков, синие, зеленые, черные — для оформления текстов (но вообще вы-

воротная печать очень плохо читается, темп чтения при этом снижается и даже ухудшается понимание смысла). Наиболее удобочитаем цветной шрифт на белом фоне, затем следует черный набор на всех цветных плашках.

Согласно кругу естественных цветов Гете, контрастные сочетания гармоничны, взаимно дополняют друг друга: фиолетовый и желтый, синий и оранжевый, красный и зеленый. Менее гармоничны сочетания синего с желтым, желтого с красным, красного с синим, зеленого с оранжевым, оранжевого с фиолетовым, фиолетового с зеленым. По Т. Кенигу, наиболее предпочтительны такие цветовые комбинации: красного с темно-синим и зеленым, оранжевого с небесно-голубым, фиолетовым, желтого с пурпурным и синим, зеленого с фиолетовым, фиолетового с оранжевым. Сомнительны сочетания красного с желтым, оранжевого с красным, желтого с фиолетовым, зеленого с пурпурным и желтым. Не нравятся сочетания красного с фиолетовым и пурпурным, оранжевого с желтым и сине-зеленым, желтого с зеленым, зеленого с синим и оранжевым, фиолетового с пурпурным и синим. «Хроматические цветовые тона с ахроматическими наиболее гармоничны в следующих сочетаниях: красный, оранжевый и желтый (теплые) с черным; голубой, синий, фиолетовый (холодные) с белым». Среди особенностей цветового контраста есть и такие: светлый цвет, находясь рядом с темным, кажется еще светлее, а темный рядом со светлым – темнее; красный, соприкасаясь с зеленым, кажется насыщеннее; на красном фоне серый квадрат будет казаться зеленоватым, на желтом – синеватым, на зеленом – слегка розоватым, а на синем – желтоватым (хроматический контраст).

Цветовой символический язык все более становится международным (геральдические значения, флаговая, транспортная сигнализация). То есть восприятие цвета имеет не только национальные, но и всеобщие особенности. В связи с этим дадим характеристики основных цветов, используемых в черно-белой печати в качестве дополнительных. При этом учтем, что многоцветная периодическая печать развивается бурно, в том числе

и в России, а значит, знания особенностей цветовых обозначений необходимо расширять и углублять.

Важно применять цвет в соответствии с внутренними потребностями формы, учитывать информативность цвета как средства дополнительного обозначения объекта, а не применять его лишь в смысле украшения. В местных газетах, использующих дополнительный цвет для выделения главных материалов, основных рубрик, заголовков, линеек, подложек и даже отдельных текстов, нередко не продумывают заранее, как будут применять цвет, а «красят» полосы, в том числе и объявления, лишь после того, как они сверстаны. Это приводит к ошибкам, нефункциональному, случайному использованию цвета.

Оптимизация процесса восприятия предполагает прежде всего контрастность тех или иных изображений. Оформители газет любят использовать «выворотки» в заголовках, рубриках, «врезках», а теперь все чаще и при оформлении отдельных материалов, полагая, что обратная контрастность имеет преимущества перед прямой. При этом, во-первых, обилие темных пятен, которые к тому же зачастую соседствуют с жирными линиями, создают излишнюю пестроту, а порой и траурность в издании. Во-вторых, названное выше преимущество вовсе не распространяется на буквы и различные графические символы, знаки», а именно в таком качестве используются «выворотки»; черные же знаки на белом фоне воспринимаются лучше – и это доказано экспериментально, – чем белые на черном: «Наиболее удобочитаем цветовой шрифт на белом фоне, затем следует черный набор на всех цветных плашках. Выворотная печать менее удобочитаема из этих трех видов цветовой печати». Психолингвист З. Клычникова, которой принадлежит этот вывод, приводит и несколько примеров несовпадения объективных показателей удобочитаемости с субъективными оценками: показатели удобочитаемости красного шрифта на белом фоне и красной «плашки» для белых букв средние, а субъективные оценки хорошие; объективные показатели удобочитаемости белого шрифта на черной «плашке» положительные, а субъ-

активные оценки – отрицательные (совпадение наблюдалось только в отношении синего и черного на белом фоне).

Примеры помех, связанных с цветовыми отношениями в газете наиболее выпукло демонстрируют, как важно в целях оптимизации восприятия газеты знать пути развития помех и их преодоления. Тем более что цвет может активно способствовать более тесному взаимодействию композиции газеты и графической композиции: «Ориентация читателя в газете ускорится, если цветные стрелки будут указывать на взаимосвязь различных материалов или текста и иллюстрации, если цветные линейки и рамки будут объединять сходные по содержанию материалы или, наоборот, разделять далекие по смыслу. В этом случае цвет принимает на себя функции упорядочения.

Стабильность оформления также может поддерживаться цветом, если постоянные рубрики, постоянные тематические страницы будут выходить в определенном цвете».

Из всего сказанного напрашиваются некоторые частные выводы и практические рекомендации:

1. Не следует применять «выворотки» для оформления довольно объемных текстов – они не украшают газетные полосы, читатель (особенно при плохой печати) раздражается, быстро утомляется, темп чтения у него снижается, а понимание текста ухудшается (между тем, «выворотка» – сильный акцент и отличный прием оформления, используемый умелыми дизайнерами экономно и системно).

2. Не стоит также упрощать, но и излишне усложнять рисованные символы, ведь, по данным ученых-психологов, «опознание простых знаков так же, как и сложных, требует большого времени и является менее точным, чем опознание знаков средней сложности» (13).

3. Изучив психологические, символические особенности цветов, их национально-традиционное восприятие, следует выделить фирменные цвета, соответствующие типу и направлению периодического издания.

4. Выделение цветом – активное выделение. Чтобы избежать агрессивности дизайна, эклектизма цветной композиции, за-

трудняющего восприятие, следует остановиться на нескольких цветах, определяющих фирменную гамму. И прежде чем зафиксировать набор цветов в качестве фирменных, следует поэкспериментировать с их использованием при выделении различных графических средств (шрифт, линия, фон, украшение), постоянных элементов издания и средств ориентирования (текст, рубрика, основной заголовок, подзаголовок и др.).

5. Эксперимент предполагает и опытное определение насыщенности и интенсивности того или иного цвета.

6. Следует помнить, что черный и белый остаются основными цветами в газетной графике. Основной массив текстов должен набираться черным, который в сочетании с желтоватой газетной бумагой воспринимается как темно-коричневый, наиболее приятный глазу. Разумнее часть номера выпускать в черно-белом исполнении, часть – и это отметить в модели – в цветном. При этом и на цветных полосах не забывать о черно-белых снимках, воспринимаемых порой как более выразительных (следует также учесть газетно-журнальную традицию, необходимость применения принципов контрастности и экономности, правила контраста). Помните: цвет может не только привлекать, но и отвлекать и даже раздражать.

7. Цветное исполнение редакционной части газеты должно отличаться от рекламной. Хорошо, когда рекламодатель имеет разработанный фирменный стиль, но на местах это случается редко. Значит, оформляя объявления, нужно стараться не использовать фирменные цвета издания, тем более фирменные сочетания цветов.

Слово и изображение в журналистике тесно переплетены. При этом изображения играют не только вспомогательную – чисто иллюстрирующую, но и самостоятельную – публицистическую – роль. Изобразительная журналистика по-своему выполняет задачи журналистики, реализуя и эстетико-воспитательную функцию. Доказано, что читатели сначала обращают внимание на фотографии или рисунки, переходя к подписям и комментариям, а также на публикации, сопровождаемые иллюстрациями.

Воронежские СМИ в Интернете: попытка критического обзора

Возникновение местных веб-медиа

История воронежского Интернета начинается в 1992 году. Первым местным провайдером (поставщиком) интернет-услуг стала компания «Информсвязь-Черноземье».

Необходимо отметить, что всего лишь двумя годами ранее – в сентябре 1990 года – в мировом сетевом пространстве была официально зарегистрирована доменная зона «su» (то есть Советский Союз), а в 1991 году в Интернете появилась первая веб-страница.

Поначалу наиболее востребованным сервисом среди городских пользователей была электронная почта, дававшая возможность оперативно обмениваться текстовыми сообщениями, пересылать документы. Передача всей информации осуществлялась через обычные общественные телефонные линии.

Середина 1990-х годов в Воронеже становится временем массового коммерческого подключения к Интернету. В подавляющем большинстве случаев потребителями сервисов, предоставляемых всемирной паутиной, становятся солидные фирмы и организации. Выход в сеть с домашнего компьютера – как, впрочем, и сам домашний компьютер – считается роскошью.

В конце 1990-х – начале 2000-х годов начинает формироваться собственный воронежский интернет-контент. Его частью были и первые городские сетевые СМИ, а также электронные версии традиционных местных масс-медиа. К «пионерам» в этой области можно отнести городской информационный портал «Воронеж Online» [<http://www.voronezh.ru>] (1999 год), электронную страницу администрации города [<http://www.city.vrn.ru>], в рамках которой систематически обновлялся раздел новостей (2000 год), а также сайт группы газет издательского дома «Комсомольская правда» – Воронеж» [<http://www.kpv.ru>]

(2000 год) и сайт газеты «Коммуна» [<http://www.communaru.ru>] (2001 год).

В начале 2000-х годов редакции почти всех городских газет, радио- и телеканалов располагали электронными почтовыми адресами, зачастую не имея при этом собственных страничек в сети. Однако стоит отметить, что сотрудники местных масс-медиа пользовались электронной почтой крайне нерегулярно: всю официальную информацию, пресс-релизы и приглашения на мероприятия они все еще предпочитали получать «по старинке», факсом или по телефону. Так, например, в сентябре 2001 года мы вместе с несколькими студентами выпускного курса журфака ВГУ стали организаторами митинга против закрытия вещательной частоты радиостанции «Эхо Москвы» в Воронеже. Заблаговременно на электронные адреса редакций воронежских газет, радиостанций и телеканалов были разосланы пресс-релизы о готовящемся мероприятии. За день до выступления на главной площади города мы дополнительно позвонили в редакции, чтобы напомнить об отправленной через Интернет информации. Большинство сотрудников воронежских СМИ тогда заявили, что впервые слышат о митинге, и на электронную почту советовали впредь не полагаться. Многие отметили, что в распоряжении их редакции находится всего несколько компьютеров: у директора, в бухгалтерии, наборщиков и верстальщиков (если речь шла о газете), иногда – у главного редактора и рекламной службы.

В это время, когда воронежские СМИ только знакомились со спецификой информационной веб-среды, столичная сетевая медиа-индустрия уже стояла на пороге четвертого периода в истории своего развития. В нее пришли основные игроки, она пережила рост активности и увеличения капиталовложений, а чуть позднее и настоящий инвестиционный бум. С 2001 года специалисты уже прогнозировали сохранение «преобладания новостных ресурсов при возрастании значимости ресурсов комментаторского и смешанного типов, снижение влияния собственно бизнес-групп на медийный сектор».

К наступлению эпохи Web 2.0, т.е. примерно к 2005-2006 годам, ситуация в воронежском масс-медийном секторе Интернета переменилась. Широкополосный доступ в сеть и значительное удешевление компьютерных технологий привели к тому, что в веб стало выходить большое количество людей. Теперь все чаще для этого использовались домашние компьютеры. «Сидение» в Интернете для воронежских жителей превратилось в модный способ проведения досуга. Местные средства массовой информации увеличили степень активного присутствия в виртуальном пространстве.

Сегодня эта тенденция набирает новые обороты. Интернет – а вместе с ним и цифровые СМИ – настойчиво проникают в жизнь человека.

Счётчик компании LiveInternet.ru показал: в октябре 2011 года в Воронеже было зафиксировано более 480 тысяч соединений с Интернетом. Месяцем ранее – около 474 тысяч. Сетевая аудитория нашего региона неуклонно увеличивается. И если пик ее роста отмечался в 2005-2007 годы, то сегодня к «повсеместно протянутой паутине» подключаются уже те категории людей, которые еще некоторое время назад были принципиально далеки от компьютерных технологий. Параллельно с этим процессом отмечается и рост числа региональных онлайн-новых масс-медиа.

Классификация воронежских интернет-СМИ

За основу создания типологического рисунка медийного сектора воронежского Интернета возьмем классификацию, разработанную доцентом кафедры новых медиа и теории коммуникации факультета журналистики МГУ М.М. Лукиной.

Все присутствующие в Интернете масс-медиа исследовательница делит на две основные группы:

1. Копирующая и развивающая уже устоявшиеся типологические модели своих материнских изданий. К ней относятся:

а) эквивалентные копии традиционных СМИ, или «клоны» – представительства печатных изданий, радио- или телеканалов в мировой паутине. В качестве примера можно привести

сайты газет «Берег» [<http://www.bereg.vrn.ru/>], «Молодой коммунар» [<http://www.mkommunar.ru/>], «АиФ Черноземье» [<http://voronezh.aif.ru/>], радио «Воронеж» [<http://www.radiovrn.ru/>], журнала «R36 Мегapolis» [<http://www.r36-online.ru/>], телеканала «ТНТ-губерния» [<http://www.gubernia-tnt.ru>] и местного представительства телеканала «Россия» [<http://voronezh.rfn.ru/region.html>];

б) модифицированные онлайн-версии традиционных СМИ, или «гибриды» – возникли на почве своих оффлайновых прототипов, но не копируют их, а проводят собственную информационную политику (вводят новые рубрики, используют гипертекст, интерактив), при этом остаются в типологических рамках своих известных брендов. К таковым относится ресурс «Моё! Online» [<http://www.moe-online.ru/>].

2. Собственно сетевые СМИ, не имеющие оффлайновых прототипов. Их М.М. Лукина разделяет на две отдельные подгруппы:

а) информационные порталы – много функциональные интернет-службы, подразумевающие многообразие тем, жанров и сервисов наряду с непрерывным потоком информации. Подавляющее большинство воронежских сетевых СМИ позиционируют себя онлайн-ресурсы такого типа: «Городской портал «Весь Воронеж» [<http://allvrn.ru/>], «Настоящий городской портал для жителей и гостей столицы Центрально-Черноземного региона «Лучший город» [<http://vrn.best-city.ru/>], «Воронежский городской портал «36on.ru» [<http://36on.ru/>], «Первый городской портал «Воронеж.net» [<http://www.voronezh.net/>], «Информационный портал «Лучшее в Воронеже» [<http://vipvrn.ru/>], «Воронежский городской портал «vVoronezhe.ru» [<http://vvoronezhe.ru/>] и др.;

б) электронные газеты – формируются по принципам, имитирующим оффлайновые газеты: «Время Воронежа» [<http://vrntimes.ru/>], «Воронеж – online» на портале «Информсвязь Черноземье» [<http://www.vrn.ru/>], «В засаде» [<http://v-zasade.ru/>], «Политгазета.пф» [<http://www.politgazetavrn.ru/>].

Считаем необходимым к классификации М.М. Лукиной добавить:

в) электронные журналы – формируются по принципам, имитирующим оффлайновые журналы; от газеты отличаются большей аналитичностью и углубленным подходом к подаче информации и постановке проблем. В Воронеже выходят сетевой информационно-аналитический журнал «Parere.ru» [<http://www.parere.ru/>], интернет-журнал о культуре Воронежа, России и мира «Культура•ВРН» [<http://culturavrnr.ru/>];

г) сетевые информационные агентства – как универсальные (например, «Воронеж-Медиа» [<http://www.voronezh-media.ru/>]), так и специализированные (например, «Агентство бизнес-информации «Abireg» [<http://www.abireg.ru/>]).

Сетевые СМИ вне политики

За редкими исключениями (в Воронежской области к такому может быть отнесен интернет-ресурс «Политгазета.рф» [<http://www.politgazetavrnr.ru/>], «В засаде» [<http://v-zasade.ru/>], а также газета «Коммерсантъ-Черноземье» [www.kommersant.ru/region/vrn/]), местные сетевые медийные сайты не предлагают серьезной политической информации и аналитики, собственные размышления о действиях городских и региональных властей.

Если для самых заметных игроков воронежского областного медиарынка политизированный капитал в течение значительного времени является одним из главных источников дохода, то местные интернет-СМИ пока не привлекают такого рода инвестиций и потому имеют возможность оставаться не ангажированными, независимыми в освещении политических и социальных процессов, происходящих в регионе. В реальности же мы видим обратное: подавляющее большинство местных сетевых масс-медиа подчеркнуто избегают освещения острых социальных и политических тем. А если и упоминают о них, то в формате заметки или получаемых редакциями из властных структур и в почти не измененном виде выставляемых на новостные ленты пресс-релизов. Остальной контент наших сете-

вых изданий и порталов состоит из облегченной информации справочного, развлекательного и досугового характера.

Аполитичность, ангажированность и социальный оптимизм традиционных СМИ переходит и в Интернет. Если для воронежских оффлайновых масс-медиа политическая лояльность подчас является необходимым условием выживания, то в сети ее рассматривают как залог успешного существования и не торопятся задавать себе, читателям и официальным лицам «неприятные» вопросы. В то время как Интернет предоставляет нашей «четвертой власти» большую творческую и идейную свободу.

Кому нужен эксклюзив?

Воронежские региональные интернет-СМИ предпочитают перепечатывать готовую информацию, поступающую в распоряжение редакций. Обыденной практикой стали случаи полного дословного копирования пресс- и пост-релизов. Содержащиеся в них факты не подвергаются редакторами и журналистами ни сомнениям, ни доработке. В связи с этим большинство новостных разделов местных сетевых информационных агентств, порталов и газет выглядят сухими и официозными. И самое главное – почти полностью идентичными друг другу. Вот несколько заголовков новостей от 14-15 ноября 2011 года. Информационное агентство «Воронеж-Медиа»: «Волонтеры Воронежа соберут в лесу шишки» [http://www.voronezh-media.ru/news_out.php?rzd2=news&id=33635]; интернет-газета «Время Воронежа»: «В Воронеже волонтеры соберут тонну шишек для нового леса» [http://vrntimes.ru/news/view/3159-V_Voronyezhye_volontyeri.html]; городской портал «360n.ru»: «Собрать семена для Сомовского лесничества помогут волонтеры» [<http://360n.ru/news/people/6768-sokrat-semenadlya-somovskogo-lesnichestva-pomogut-volontery>]; «Новостная лента Воронежа»: «Волонтеры Воронежа соберут в лесу шишки» [<http://news36.ru/33741>]; портал «Лучший город»: «В Воронеже волонтеры соберут тонну шишек для нового леса» [<http://vrn.best-city.ru/news/?id=28277>]; «Комсомольская правда» в Во-

ронеже»: «Студенты Воронежа соберут в лесу тонну шишек» [<http://vrn.kp.ru/online/news/1018858/>]; «Моё! Online»: «Воронежские волонтеры соберут тонну сосновых шишек» [<http://news.moe-online.ru/view/235147.html>]. Открывая каждую из ссылок, нетрудно будет обнаружить и почти полное сходство текстов новостей. Нередки случаи, когда с одного ресурса на другой кочуют и речевые ошибки, встречающиеся в исходном тексте, разосланном ньюсмейкером по редакциям.

Возникает вопрос: как и на чем зарабатывают местные сетевые средства массовой информации? Мировой и отечественный опыт показывает: из всех типов медийных интернет-конструкций самой прибыльной является новостной сайт. Именно ему удастся сегодня привлекать наиболее серьезные рекламные капиталы. Но можно ли привлечь рекламодателя неоперативной информацией?

Кризис вторичности

В новостной онлайн-журналистике всего мира существует два правила. Первое: ни одна новость не стоит того, чтобы писать ее больше часа. Второе: новость живет только сутки. Если на подготовку и публикацию оперативного материала для информационной ленты журналист тратит больше шестидесяти минут, смысл «вывешивать» его в рубрике «Новости» сетевого издания автоматически теряется: наверняка, это уже опубликовано более быстрыми конкурентами. А их число для сетевого журналиста возросло – сегодня ему приходится соперничать не только с собратьями по цеху, но и с блогерами, и с пользователями форумов (в частности, пользующегося огромной популярностью у пользователей нашего города и области «Большого воронежского форума» [<http://bvf.ru/forum/>]). В воронежских интернет-СМИ ни первое, ни второе правила не действуют. Соревнований в оперативности здесь не наблюдается даже между сетевыми информационными агентствами и разделами новостей крупных городских информационных порталов. В среднем за час на них появляется 1 или 2 новости; 10-14 заметок в день считается хорошим результатом. От 15 до 20 – как, напри-

мер, на ленте «Агентства бизнес информации региона «Abireg» [<http://www.abireg.ru>] или портала «Коммуна.ру» [http://www.communaru.ru/news_voronezh/] – почти не достижимым идеалом. Отдельные местные интернет-ресурсы публикуют заметки, несмотря на полную потерю актуальности. С двух- или трехдневным опозданием в рубрике «Новости» может появиться информация, о которой написали уже все. Но редактор объяснит себе такую задержку не дополнительной работой над материалом, поиском новых сведений, а всего лишь принципом: «Мы об этом еще не сказали».

Кроме того, тексты новостных лент крайне редко сопровождаются эксклюзивными авторскими фотоиллюстрациями, что снова позволяет нам говорить о неоригинальности оперативного контента местных сетевых СМИ и том, что журналист редко присутствует на месте событий, о которых пишет. Его задачей становится простое перепечатывание (так называемый копипейстинг, от английских слов «copy» и «paste», т.е. «копировать» и «вставлять, вклеивать») и рерайтинг (от английского «rewrite» – «переписывать») чужих новостей. Почувствовать живой бег времени, открыв раздел оперативной информации почти любого медийного воронежского портала, невозможно. Подборка текстов напоминает вечерний выпуск новостей местного телеканала. С тем, однако, существенным отличием, что информация в интернет-СМИ не сопровождается ни собственной «картинкой», ни собственными комментариями, ни собственной подачей.

Стоит отметить, что аналогичные кризисные явления, на рубеже веков переживали и столичные интернет-редакции. «Вам нужно взять на небольшую ставку двух-трех людей и подписаться, например, на Интерфакс, – так в августе 2000 года описывала их устройство журналист и политтехнолог Марина Литвинович. – Затем вменить в обязанность этих людей следить за агентством, мониторить пару телеканалов, переписывать поступающие новости человеческим языком, прилепывать к новостям картинку из Corbis'a и выкладывать на сайт. Все. Вот такая сердитая и дешевая технология создания «современного

и динамичного» новостного сайта... Главное отличие от подобных по тематике изданий и главная идея подобных проектов кроется в полном отсутствии собственного лица, в отсутствии издания как такового, в представлении о читателе как о бачке для отбросов, в который что ни сольешь – все умещается. В таких псевдоизданиях масса побеждает единицу, в них никогда не найдешь жемчужину, в них поток и конвейер возведены в идеал, в них нет ничего личностного и человеческого, поэтому так неважно знать, кто там главный редактор, а кто машинистка». М. Литвинович очень точно поставила диагноз таким интернет-СМИ: кризис вторичности. Сегодня все его признаки выявляются в подавляющем большинстве воронежских региональных интернет-медиа. Кризис вторичности, поразивший столичные сетевые СМИ начала 2000-х годов, во второй половине десятилетия перекинулся и на воронежские издания в Интернете. Однако опыт дальнейшего наблюдения за судьбами центральных цифровых изданий показал: «конвейерные» СМИ в Интернете живут недолго. На плаву остаются только те, которые способны предложить эксклюзивный авторский материал. Профессиональная журналистская работа в Интернете востребована едва ли не в большей степени, чем в оффлайне. Пользователь вряд ли вернется на ту страницу, авторы которой работают медленнее и предлагают обезличенный, плохо разработанный и плохо поданный информационный контент.

Автора!

Словно пытаясь компенсировать безликость в новостной части, региональные интернет-СМИ открывают разделы публичных электронных дневников и авторских колонок. В море вторичной неоригинальной информации они стараются добавить слово живого человека, собеседника: переживающего, смеющегося, раздраженного или усталого. Словом, похожего на тех простых пользователей, которые выходят в сеть, чтобы пообщаться с окружающим миром, а не только «удовлетворить информационные потребности». Вот и открываются на воронежских медийных ресурсах разделы «Блоги», «Колонки»,

«Авторские колонки», «Колумнисты» и т.д. Редакторы изданий стремятся привлечь известных в городе и области персон в качестве авторов – давно известный прием по расширению пользовательской аудитории сетевого СМИ во всем мире. Так, портал «360p.ru» предоставляет свою рубрику «Авторские колонки» сотрудникам газеты «Воронежский курьер»: Павлу Попову, Герману Полтаеву, Константину Чаплину, Андрею Цветкову. Ход беспроигрышный. Считается, что если тексты этих людей читают в оффлайне, то в сетевом варианте пользователь будет это делать с не меньшим интересом. Кроме того, Интернет демонстрирует нам сегодня то, насколько востребованы современными сетевыми читателями профессиональные качества журналиста – умение излагать общественно важную информацию и открыто размышлять о ее смыслах.

Агентство бизнес-информации «Abireg» в разделе «Блоги» делает ставку на известных в регионе коммерсантов и политиков. Результат хуже: читать записи многих из них сложно. Того, чего ищет пользователь, путешествуя по интернет-дневникам, – «человеческого измерения», общения без галстуков и без купюр, откровенного и открытого – здесь нет. Под видом электронных дневников «Abireg» предлагает тексты официальных лиц, больше напоминающие былые выступления на собраниях или не принятые в специализированные издания статьи. Даже фотографии (так называемые аватары) блогеров «Abireg'a» сделаны в жанре протокольного снимка и как будто намекают пользователю на то, что эти люди никогда не шутят, не удивляются несправедливости, не негодуют и не радуются, а только трезво и логично размышляют по различным официальным поводам.

Но чаще всего на информационных интернет-ресурсах Воронежа раздел блогов и колонок ведут их собственные журналисты. В электронные дневники попадают необычные истории, произошедшие с авторами; в колонки – более серьезные по стилю изложения и тематике материалы. Но и в первом, и во втором случаях они, как правило, не связаны ни с текущим моментом (то, что отличает популярные блоги Рунета), ни с

концептуальным осмыслением новостной картины дня (то, что делает читаемыми, например, колонки крупных информационных онлайн-ресурсов) и в целом напоминают сочинения на свободные темы.

При этом ни одно региональное сетевое СМИ не предоставляет места для дневников популярных местных блогеров. А ведь среди них есть очень интересные и достойные авторы, качеством текста, оригинальностью мысли и оперативностью ни в чем не уступающие иным журналистам. Кроме того, такая методика продвижения собственного масс-медиа в Интернете широко используется в ведущих СМИ нашей страны и мира. Скажем, в разделе «Блоги» сайта радиостанции «Эхо Москвы» [<http://echo.msk.ru/blog/>] можно обнаружить как записи известных политиков, звезд журналистики, публичных персон, так и простых программистов, преподавателей, студентов из разных городов и даже стран. Причем, мало кто из них пишет специально для «публично-дневниковой» рубрики на странице «Эха» – работники сайта самостоятельно разыскивали этих авторов на различных дневниковых платформах.

Аналогичный принцип действует и в разделе блогов электронной версии газеты «Аргументы и факты» [<http://blog.aif.ru/>]. Записи сотрудников издания соседствуют со страничками простых пользователей, читающих «АиФ».

Создание индивидуализированного авторского контента – путь неизбежный для всех онлайн-медиа, если они рассчитывают на сколько-нибудь продолжительное существование. Приватизация информационных процессов в сети давно стала осуществившейся реальностью. В столичных регионах информационное поле уже фактически поделено между основными игроками, «лидерами мнений» из числа знаменитых личностей и сетевых персонажей. К примеру, недавно главный редактор радио «Эхо Москвы» Алексей Венедиктов и представители Сбербанка и «Интерфакса» заявили о намерении создать общественно-политическое интернет-СМИ и сделать ставку на региональных блогеров. «Наша концепция – симбиоз между платформой блогов и профессиональной журналистикой, –

говорит главный редактор проекта, Наргиз Асадова, ранее работавшая заместителем Венедиктова на «Эхе». – Это самая актуальная тенденция интернет-журналистики последних пяти лет». Вполне может случиться так, что воронежские блогеры, не замеченные нашими онлайн-редакторами, будут оценены столичными профессионалами.

Другим проявлением значимости авторского начала в сети стало активное развитие онлайн-журнала. Почти полтора десятилетия не теряет своей славы «Русский журнал» [<http://www.russ.ru/>], последние два года стремительно набирает популярность «Слон.ру» [<http://slon.ru/>], перезапущена гремевшая среди отечественных пользователей в 2007-2009 гг. «Русская жизнь», не исчезает интерес и к сетевым литературно-художественным журналам «Топос» [<http://www.topos.ru/>], «Русский переплет» [<http://www.pereplet.ru/>] и др. В воронежском Интернете заметных журнальных проектов, за исключением «Культуры • ВРН» и «Parere.ru», пожалуй, не существует. И на наш взгляд, это можно расценивать как дополнительное свидетельство кризиса авторской журналистики в регионе.

Культура в центре внимания

Безусловным достоинством воронежских региональных интернет-СМИ стало более обширное, чем в традиционных местных медийных ресурсах, освещение культурной жизни. В последние годы многие газеты и телеканалы (и здесь региональная пресса несильно отличается от федеральной) утрачивают навык профессиональной оценки актуальных произведений искусства. На полосах многих, подчас самых популярных, региональных СМИ жанр рецензии вытеснен «репортажем из-за кулис», главное в котором – не совместный с читателем разбор и оценка эстетического события, а «жареные» факты. Интервью с людьми искусства и культуры нацелены на выяснение пикантных подробностей их личной жизни, обсуждение гастрономических и иных предпочтений и т.д. Основная масса пишущих о культуре местных журналистов утратила навык ос-

вещения масштабных культурных событий, в результате чего их публикации о них проходят незамеченными.

Виртуальные СМИ Воронежа, к счастью, демонстрируют иную тенденцию. Здесь, например, существует справочный портал «Культура – Воронеж» [<http://kultura-vrn.ru>]. Его цели довольно необычны для наших масс-медиа: в одном месте собрать максимум сведений «о творческих коллективах, мастерах искусств, деятелях культуры, творческих личностях, предприятиях, фирмах, салонах, магазинах, и других культурных организациях Воронежа и России». 56 (!) рубрик охватывают самые разные творческие проявления жителей города и области – иконопись и скульптуру, театры и поэзию, рок-группы и ночную жизнь, витражное искусство и художественную ковку, моду и музыкальные инструменты... В рамках проекта выпускается и виртуальная газета «Культура – Воронеж». Сегодня в ее архиве около 300 материалов, посвященных событиям духовной жизни города и области, истории региона, новостям монархического движения и законодательства, регулирующего культурные процессы в стране. Собственные материалы соседствуют с отобранными редакцией текстами из других изданий.

Особый интерес представляет интернет-журнал о культуре Воронежа, России и мира (именно так он позиционируется издателями) «Культура • ВРН». Наиболее активные сотрудники – Юрий Данилов, Екатерина Данилова, Сергей Кольцов, Юрий Хабаров, Павел Лепендин. Несколько своих текстов на сайте опубликовали и известные в городе профессора А.Б. Ботникова, Б.Я. Табачников и Л.Е. Кройчик.

В отличие от других онлайн-овых и оффлайн-овых местных изданий, журнал публикует глубокие театральные, книжные и кинорецензии. Подборка новостей выглядит осмысленно отобранной и интересно поданной. Но самым серьезным достоинством онлайн-журнала «Культура • ВРН», помимо качественной авторской публицистики, является его универсальный (неместечковый, непровинциальный) характер. Заходя на электронную страницу <http://culturavrn.ru>, пользователь получает большое количество информации не только из жизни Вороне-

жа или даже России, но и всего мира. Кроме того, «Культура • ВРН» не стремится быть «высокоلوبым изданием» и писать на малопонятные широкой публике темы сложным языком. Материалы о новинках музыкального театра здесь соседствуют с новостями массового кинопроката и популярной музыкальной индустрии, телевизионные звезды находятся в одном информационном ряду с примами оперной и драматической сцены. А для интернет-СМИ тематическая многоплановость и универсальность – один из главных рецептов успешного существования.

Серьезный культурный блок представлен и в информационно-аналитическом журнале «Parere.ru». Главными героями его публикаций становятся редко попадающие в медийное поле зрения воронежские композиторы, историки, ученые, педагоги, музейные деятели, поэты. Именно им посвящены материалы сразу двух рубрик – «Персона» [<http://www.parere.ru/person>] и «Аудио» [<http://parere.ru/audio>].

Новая жизнь фотографии

Известно, что «человек кликающий» больше любит смотреть, чем читать. И потому хорошая иллюстрация к сетевому материалу всегда была в цене, даже на заре истории Интернета, когда информация передавалась по телефонным линиям со скоростью, которая сегодня кажется «муравьиной». Да и в доинтернетовские времена фотографии на печатной полосе всегда уделялось особое место. Вспомним, например, о том, какой популярностью пользовались фирменные фоторепортажи, публиковавшиеся разворотами в журнале «Огонек» (в марте 2009 года издательский дом «КоммерсантЪ» согласился приобрести этот еженедельник, который не выпускался в течение нескольких месяцев из-за финансового кризиса, главным образом из-за его богатейшего архива фотодокументов). В самом Интернете тенденция к визуализации – пожалуй, одна из ярчайших. И проявляется она, в частности, в том, что со второй половины 2000-х годов – начало эпохи активного развития широкополосной и беспроводной интернет-связи и, следовательно, быстрой

передачи больших объемов данных – фотоблоги занимают лидирующие позиции в списке пользовательских предпочтений.

Некоторые воронежские интернет-издания стремятся соответствовать этой модной тенденции и переживают настоящий фотобум. Рубрики «Фотогалерея» (сайт ежемесячного журнала «R36 мегаполис» [<http://www.r36-online.ru>]) или «Фоторепортаж» («Parere.ru», «Моё! online») и др. привлекают пользователя. Подборка живых, динамичных снимков всегда вносит свежую струю в любой, даже самый скучный по содержанию, веб-ресурс. Открывая ссылку виртуальной фотогалереи, человек своими глазами видит, что происходило на тех городских событиях, где побывал корреспондент и где не было его самого. Кроме того, сетевые СМИ имеют преимущество перед оффлайновыми: на их ресурсах может поместиться неограниченное количество визуального материала. Но, к сожалению, не все воронежские редакторы веб-медиа это понимают. Местные информационные онлайн-издания не имеют собственной фотобазы, свои материалы они предпочитают иллюстрировать шаблонными картинками, зачастую скопированными с других сайтов. Нередко найденные фотографии вообще не соответствуют содержанию новости. Приведем пример: публикуется заметка о том, что спортсмен выиграл городские соревнования. Журналисты, не побывав на мероприятии, перепечатывают из пресс-релиза данные об итогах состязаний для информационной ленты. Дизайн издания требует иллюстративного сопровождения, и, чтобы выйти из ситуации, редактор ленты прикрепляет единственный имеющийся у него фотопортрет победителя. А на нем спортсмен моложе на несколько лет, да и соревнования тогда проходили совсем не в Воронеже! И это считается обычной ситуацией для наших онлайн-СМИ.

Особенно удивительно, что местные сетевые информационные агентства не работают над созданием и пополнением архивов визуальных материалов. Однако и отечественная, и зарубежная история существования такой медийной структуры красноречиво свидетельствуют: развитие базы фотодокументов всегда было и до сих пор остается приоритетным (и что не

менее важно – коммерчески прибыльным) направлением в их деятельности.

Онлайн-журналист без камеры – как, впрочем, и без цифрового диктофона, позволяющего записывать и выкладывать в сеть звуковые файлы, создавать мультимедийные материалы – стремительно превращается в анахронизм. Сетевые редакции всего мира сегодня делают выбор в пользу универсальных, оперативных и вездесущих журналистов. В Воронежской области пока ни о каком «универсализме» журналистской деятельности в рамках онлайн-ресурсов речи не идет. Снимающий замечательные кадры фотокорреспондент, почти никогда не делает к ним подписей. Встретить подписанные снимки на воронежском интернет-ресурсе – большая удача. В то время как для любого современного медийного работника должно быть очевидно: «если подписи нет, читателю неоткуда узнать, что происходит, или кто человек, изображенный на фото», и потому целесообразность публикации такого кадра вообще должна вызывать сомнение.

Вместо вывода

Вопрос об успешном существовании в сетевом пространстве остро стоит для многих интернет-СМИ воронежского региона. День за днем им приходится выдерживать все возрастающую конкуренцию со стороны более профессиональных, оперативных и качественных федеральных информационных ресурсов и форумов. Конечно, называть форумы средствами массовой информации было бы в корне неверно, однако многие жители города и области нередко выбирают именно их в качестве проводников в мире социальной информации и мнений об окружающей действительности.

Многие местные масс-медиа, ощущая потерю внимания публики к своим оффлайновым продуктам, создают для них интернет-версии или приступают к созданию в сети нового СМИ с нуля. При этом полностью остаются в рамках традиционно-газетной (в большинстве случаев) парадигме мышления. Однако в Интернете правила игры сложнее и жестче. Сегодня

здесь не востребован формат электронных версий обычных газет. Уже давно эксперты подсчитали, что 80 % изданий такого типа в сети попросту не работают: «Нужно переструктурировать материал, изменить язык и дизайн, снабдить поиском и гиперссылками, организовать обсуждения, а не ограничиваться только сменой носителя» .

Все более строгие требования в сети сегодня предъявляются к визуальному контенту. Новость здесь должна быть не просто оперативной, но и обеспечена эксклюзивным аудио- и видеоматериалом.

Нынешний интернет-колумнист должен быть интересен не только традиционным своим читателям, перешедшим за ним в Интернет. Он обязан быстро реагировать на события «внешней» действительности и одновременно на яркие факты сетевой жизни. А задача электронного гипертекстового ресурса, в котором он работает, должна заключаться в обеспечении читателям-пользователям возможности широкого информационно выбора, способного удовлетворить самые разные интересы и запросы, помогать им ориентироваться в безбрежном сетевом пространстве.

Местные информационные ресурсы рано или поздно ждет та же метаморфоза, что уже несколько лет назад произошла с их федеральными коллегами. Со временем они объединят в себе информационное агентство, газету, радио, телевидение и блогговую платформу. Вопрос в другом: сумеют ли они достойно пройти этот непростой в профессиональном отношении путь?

Информационные технологии и проблемы современной фотографии

Аналоговая пленочная фотография в конце XX столетия стала все более и более уступать позиции технологически принципиально новой фотографии – цифровой, компьютеризированной. Новая техника получения фотографического изображений, возникшая как результат развития микроэлектроники и вычислительной техники и являющая собой важную составляющую современных информационных технологий, кардинальным образом изменила не только процесс формирования изображений под действием световой энергии – радикальным изменениям подверглось буквально все, что связано фотографией: от уровня технического исполнения снимка до эстетики его восприятия. Фотография как искусство стала совершенно иной, границы достижимого в ней расширились.

Переход к цифровым технологиям будучи, безусловно, ярчайшим выражением технического прогресса в области фотографии, открывает совершенно новые, ранее непредставимые возможности для творчества в этой сфере. Фотография как никакое другое искусство, кроме, может быть только кинематографа (впрочем, фильм, в своей визуальной основе может рассматриваться как совокупность фотоизображений), представляет собой неразрывное целое техники и творчества, так как сам процесс получения изображения базируется на сугубо технических решениях.

Компьютеризация фотографии позволила фотографу стать действительно свободным в своем творчестве. Открылись безграничные, ранее не представимые, возможности коррекции изображений. Например, известный российский фотомастер Александр Тягны-Рядно отмечает: «Современные технологии дают небывалые возможности. Вспомните классическую фразу Картье-Брессона: «Я не хочу заниматься цветом, потому что я

не могу им управлять». Почему он так сказал? Потому что технология печати со слайдовских пленок была очень сложной, нестабильной. Сейчас возможно все, что я хочу» [7].

Пожалуй, самой яркой иллюстрацией появившихся новых возможностей фотографического творчества является широкое распространение компьютерного коллажа и фотоарта, представляющих новую реальность, творимую автором на основе цифровых компьютерных технологий. Это сближает фотографию и изобразительное искусство, т.к. теперь возможности создания визуальных образов художником и фотографом почти сравнялись, а основное отличие лежит в сфере технологии получения произведения.

Но есть и обратная сторона технического прогресса в фотографии – прогресс технический сопровождается явно выраженным регрессом эстетики массовой фотографии. На наш взгляд, имеется несколько факторов, способствующих тому, что низкокачественная фотография становится все более широко распространенной, занимает все доминирующие позиции.

Первым из этих факторов следует назвать, как ни парадоксально это звучит, техническое совершенство современной фототехники. Это явление, поднявшее фотографию на новые технические высоты, к сожалению, не является однозначно положительным.

С одной стороны, «умный» фотоаппарат позволяет даже неискушенному в тонкостях фотосъемки любителю получать в автоматических съемочных режимах снимки технически достаточно качественные (конечно, если условия съемки – «стандартные», соответствующие запрограммированным в камере) – достаточно лишь навести фотоаппарат на объект съемки и нажать кнопку. Это способствует широкому распространению фотолюбительства, когда почти каждый имеет цифровую камеру (или смартфон со встроенной камерой) и может делать в большинстве случаев резкие с более или менее правильной тональной и цветовой передачей фотографии.

С другой стороны, многие владельцы фотокамер, не владея даже начальными знаниями по фотосъемке, а зачастую, от-

личаясь и просто низким уровнем общей культуры и сомнительными эстетическими воззрениями, производят «фотографический продукт» более чем низкого качества, не столько технического, сколько изобразительного, композиционного, эстетического. При этом небывалая массовость фотографии служит ей плохую службу – количество фотографического брака превышает все мыслимые пределы. Не случайно главный редактор журнала «Foto&video» Владимир Нескоромный пишет: «Современные цифровые технологии, и в особенности массовая фотография, являются огромным социальным злом и таят в себе колоссальную опасность для всех слоев общества, а также для структур власти. Сейчас, когда фотография доступна всем и каждому, смотреть на эти снимки на трезвую голову просто страшно. Хочется лечь и умереть» [3].

Вторым фактором, негативно влияющим на качество современной фотографии, является общий низкий уровень культуры населения. Падение культурного уровня подтверждается статистическими данными. Например, [по данным опроса ВЦИОМ](#), 18 % россиян вообще не держат дома книги, при этом у большинства в домашних библиотеках насчитывается менее 100 книг и количество таких людей увеличивается – с 28 % в 1990 году до 49 % в 2011 году, что уже стало беспокоить даже властные структуры [2, 5]. По другим данным, которые озвучил премьер-министр, наши сограждане стали редко ходить в театр – 47 % россиян посещают театры очень редко, а 29 % вообще ни разу в театре не были [4].

Анализ ситуации с падением уровня культуры населения выходит далеко за рамки данной работы, но констатировать этот факт можно абсолютно уверенно. Значительная часть тех, кто фотографирует, в том числе и позиционирует себя в качестве профессионала, не получили хоть какого-то эстетического воспитания, не интересуются изобразительным искусством, не знакомы с основами композиции. Не удивительно, что большинство не в состоянии отличить хорошую фотографию не просто от посредственной, но и от откровенного брака. Формирование массового «художественного» вкуса осуществляется в огромной степени под влиянием телевидения, уровень многих

передач которого ниже всякой критики, а также под влиянием «жёлтых» и глянцевого изданий. Но, пожалуй, наибольшую опасность для массовой культуры представляют современные телекоммуникационные технологии и, прежде всего, Интернет.

Именно глобальную сеть Интернет следует указать в качестве третьего фактора, способствующего падению культурного уровня и в первую очередь молодых людей. Хотя, на первый взгляд, Интернет представляется безусловным благом, обеспечивая возможность доступа к огромному множеству сайтов художественной и культурной направленности, доля ресурсов всемирной паутины, которые можно отнести к культурному просвещению, составляет лишь 0,5 % всей информации [1]. Не вызывает сомнения и тот факт, что эти ресурсы не являются массово посещаемыми и популярными, безнадежно отставая, например, от социальных сетей. Статистические исследования это надежно подтверждают. Так, в пятерке наиболее посещаемых интернет-ресурсов России два – социальные сети ВКонтакте и Одноклассники, а три остальных – поисковые системы (Yandex, @mail.ru, Google) [6]. Впрочем, в этом российские пользователи глобальной компьютерной сети не оригинальны – аналогичная ситуация наблюдается и за пределами нашей страны: самой посещаемой сетью в мире является Facebook, в отдельных странах обогнавший по популярности даже сайты с порнографическим контентом [8].

Можно утверждать, что социальные сети представляют серьезную угрозу для развития фотографического искусства. Неограниченная возможность легко и быстро выкладывать в сеть фотографии, мгновенно делая их доступными миллионам зрителей, оказывается для массовой фотографии крайне опасной. Даже самый посредственный снимок, выложенный для всеобщего обозрения, находит своего зрителя, что подтверждают восторженные комментарии, сопровождающие представленные в социальных сетях откровенно слабые фотоработы. Наличие таких комментариев не удивительно, если вспомнить об уровне массовой культуры, а также учесть, что в сети часто воспеваются по принципу «кукушки, хвалящей петуха» – сегодня

похвалил я, а завтра – меня. Результатом массовых восторгов является то, что автор низкокачественных фотографий в определенный момент и сам начинает верить, что умеет хорошо фотографировать, а его фотографии – уже почти шедевры. У этой веры есть и еще одна сторона: во-первых, зачем учиться фотографии, когда и так все отлично получается, во-вторых, априори отвергается любая критика фоторабот, ранее восторженно принятых интернет-сообществом, что также не способствует совершенствованию мастерства фотографа.

В последнее время наблюдаются определенные (и, к сожалению, часто негативные) тенденции модификации массовой фотографии, к развитию которых Интернет, и прежде всего, фотоальбомы в социальных сетях, по всей видимости, имеют самое непосредственное отношение. Так, стараясь добиться большей «художественности» фотографий, но, не умея делать это грамотно, многие, особенно молодые фотографы, используют такие приемы: наклон камеры при съемке, виньетирование, путем притемнения углов кадра в процессе его компьютерной обработки, размытие отдельных областей фотоснимка и т.п. Выделение резкостью сюжетно важной части кадра, сосредоточивание внимания зрителя на центральной части изображения путем незначительного, почти незаметного притемнения периферийной области снимка, а в отдельных редких случаях и наклон фотоаппарата при съемке являются вполне приемлемыми, если они уместны и аккуратно выполнены. Если же эти приемы становятся штампами, бездумно применяемыми ко всем или почти ко всем фотографиям автора, да еще и грубо, без соблюдения меры, можно говорить не только о технической безграмотности фотографа, но и об отсутствии у него элементарного художественного вкуса.

Описанные «модные» способы фотографирования и обработки цифровых кадров весьма популярны в среде молодых «профессиональных» фотографов, зарабатывающих съемкой свадеб, корпоративов, «художественных» портретов, моделей. Увидев подобные «шедевры», фотолюбители, не будучи способными отличить хорошую фотографию от плохой, начинают

подражать «мэтрам», что еще в большей степени способствует распространению безграмотной и безвкусной фотографии. Усугубляет ситуацию и то, что массовому потребителю такая фотография часто нравится, представляется необычной, оригинальной. Такая фотография востребована и оплачиваема, что приводит к её ещё большему распространению.

Уже и среди работающих в СМИ профессиональных фотожурналистов можно наблюдать фотографии, явно сделанные под воздействием указанной моды. В качестве примера рассмотрим один из описанных выше «модных» технических приемов – наклон фотокамеры при съемке. Просмотр лишь нескольких номеров двух известных воронежских газет «Воронежский курьер» и «Молодой коммунар» начала октября 2011 года показывает справедливость утверждения, что и фотокорреспонденты этих газет не избежали популярного метода съемки. Так, с наклоном аппарата сделан первополосный снимок в № 114 «Воронежского курьера» и снимок на 6-й полосе в № 113. В «Молодом коммунаре» этот же прием использован в № 112 (на 5-й полосе) и № 113.

Особую опасность для фотожурналистики представляет то, что стремясь к экономии финансовых средств, редакции ряда газет сокращают ставки фотокорреспондентов и возлагают их функции на пишущих журналистов. Логика таких действий очевидна: зачем посылать на задание двух журналистов, когда можно дать фотоаппарат (в качестве которого зачастую выступает недорогая «цифромыльница») одному, а он и текст напишет, и фотоиллюстрации сделает. Вроде и уметь фотографировать при этом не обязательно: фотоаппарат автоматический, все делает сам. При этом не учитывается, что за хорошей фотографией всегда стоит большой труд, серьезные затраты времени и сил, а до этого годы обучения и накопления практического опыта. Если основной задачей журналиста является написание текста, то фотография будет для него вторичной, она будет делаться между делом, что неизбежно скажется на её качестве. Пишущий и снимающий журналисты в процессе работы даже мыслят по-разному, совершенно различно воспринимают событие, о котором надо сделать материал. Конечно, из

всякого правила есть исключения. Есть журналисты, пишущие отличные тексты, и при этом умеющие делать хорошие фотографии. Но, все-таки, это – исключения.

Хуже всего дело обстоит в небольших районных и корпоративных газетах. Ограничение в средствах, часто отсутствие возможности привлечь к работе хороших профессионалов, которым необходимо платить достойную их квалификации зарплату, нетребовательность к качеству фотографии со стороны руководства издания приводят к тому, что уровень фотографий в этих изданиях часто оставляет желать лучшего.

1. В Коми поддерживают идею Путина развивать культурный уровень молодежи с помощью интернета. – Сайт «Новости Коми». – (<http://komi.in/archive/2007/05/31/008193.html>).

2. Книги, которые мы читаем... и не читаем. – Сайт ВЦИОМ. Пресс-выпуск №1780 от 17.06.2011. – (<http://wciom.ru/index.php?id=459&uid=111694>).

3. Нескромный Владимир. Народный портрет / Владимир Нескромный // «Foto&video». – 2010. – № 2. – С. 112.

4. Путина беспокоит, что россияне мало ходят в театры и часто смотрят зарубежное кино. А почему так происходит? – Ответы@mail.ru. – (<http://otvet.mail.ru/question/57242112/>).

5. Путина тревожит, что россияне стали меньше читать. – Сайт «Новый Калининград». – (<http://www.newkaliningrad.ru/news/politics/1362326-putina-trevozhit-chto-rossiyane-stali-menshe-chitat.html>).

6. Самые популярные интернет-ресурсы в России. – Сайт «Look at me». – (<http://www.lookatme.ru/flow/posts/media-radar/108665-samyepopulyarnye-internet-resursy-v-rossii>).

7. Тягны-Рядно Александр. Профессионал мастерски загоняет удачу в свои сети / Александр Тягны-Рядно // Российское фото. – 2011. – № 7-8. – С. 28-35.

8. Facebook обогнал по популярности порносайты в Великобритании. – Сайт «TUT.SU». – (<http://tut.su/blog/facebook-obognal-populyarnosti-pornosaity-v-velikobritanii>).

Корреляция рекламы с постмодернистской парадигмой творчества

Реклама прочно заняла в современной культуре место *одного из главных смыслообразующих оснований*. В современном мире роль, которую прежде играли идеология и искусство, в определенном смысле играет рекламный дискурс; посредством него осуществляется манипулирование массовым сознанием этноса в коммерческих целях, внедряются и формируются новые культурные приоритеты и пристрастия, создаётся «идеальный» виртуальный мир, к которому, как утверждается в соответствующих рекламных текстах, следует стремиться каждому. Сегодня *реклама является наиболее выразительным примером сближения искусства, идеологии и средств массовой информации с повседневностью и тем самым с жизненным миром*. Рефлексия по поводу тенденций этого сближения отчетливо просматривается в постмодернистских изысканиях. По мысли М. Маклюэна, реклама – это спрессованный образ современности. Она аккумулирует чувства и опыт всего общества. В идеале реклама стремится к гармонии человеческих импульсов и желаний, к интеграции общества вокруг общих целей.

И медийная, и рекламная реальность обладают всеми чертами области повседневного знания. По мысли И.Г. Ясавеева, люди, пребывая в мире, конструируемом средствами массовой коммуникации, как правило, находятся в естественной установке. Вслед за А. Шюцем он отмечает, что при нахождении человека в какой-либо реальности другие реальности представляются «фиктивными», а *медийная реальность* в данном отношении отличается от всех остальных – она *«маскируется», представляясь высшей реальностью повседневной жизни*. Из мира повседневной жизни медийная реальность не кажется «фиктивной» и эфемерной, точно так же «фиктивной» не кажется реальность повседневной жизни из мира, сконструированного средствами массовой коммуникации [1]. В этом смысле следует

отметить, что если производство медиановостей, прежде всего телевизионных, – это моделирование «подлинной» реальности в ее настоящем измерении [2], то производство рекламы – это моделирование желаемой реальности.

По мысли исследователей, ядром рекламного сообщения выступает информационный ступок – передача существа явления, события, факта. Ключевая забота на исходной позиции рекламиста и есть факт, т.е. достоверное отображение реального фрагмента действительности. Однако эта установка часто вступает в противоречие с другим неотъемлемым свойством рекламного текста – предрасположенностью к продуцированию иллюзий, мнимого удовлетворения желаний. В этом противоречивом единстве и проявляется сущность рекламной информации. По выражению В.В. Ученовой и М.И. Старуш, «философский камешек» рекламного творчества заключается в том, чтобы фактическую реальность «облечь очарованием возможностей, которую она способна открыть, даровать, предложить потребителю или участнику декларируемой ситуации <...>. Глубинная природа рекламных текстов значительно более одухотворена – она ориентирована на создание благоприятно воспринимаемой атмосферы, окружающий сообщаемый факт, на обнаружение возможностей и перспектив, которые приносит в мир рекламируемый объект, на увлечение иллюзией, наконец» [3].

Получив наиболее интенсивное развитие в последней четверти XX века, реклама впитала в себя черты той эпистемологической реальности, которая была сформирована в результате развития новых возможностей телекоммуникации, глобализации масс-медиа и коррелирующего с этими процессами становления постмодернизма, ставшего точкой пересечения структуры идей научно-технологической и социокультурной парадигм. Единство способов восприятия действительности в рекламе и СМИ как фрагментарной, мозаичной картины, постоянно меняющейся, аморфной и многовариантной в своем развитии, обуславливает органичное встраивание рекламы в медийное пространство. *Реклама оказывается адекватна самой сути медийности как свойства саморефлективной информационной*

среды, в которой происходят процессы, связанные не столько с отражением, сколько с моделированием реальности.

Современные медиа меняют законы восприятия. В результате вездесущности телевидения происходит *нарушение «сенсорного баланса»*: человек превращается по сути дела в один большой глаз, у которого все иные возможности сенсорного контакта и, соответственно, коммуникации – тактильной, звуковой, обонятельной, вкусовой – сведены к минимуму. Наряду с телевидением, кино и электронными средствами коммуникации реклама стала выразительным примером *господства эпохи видеократии*, в ней максимально реализовалась *установка на визуальность, картинность создаваемых в ней образов реальности*.

В этот период возникает глобальное ощущение эволюционного кризиса, изжитости современности и завершенности определенного этапа культурно-исторического развития. В этих условиях складывается новый феномен культуры – постмодернизм, характерными признаками которого стали отказ от канонов, разрушение традиционных форм; саморефлексия, развившаяся прежде всего в интертекстуальности и цитатности; множественность и размытость смыслов, приемлемость маргинальности в отношении морали и нравственности.

В последней четверти XX века, ознаменованной и бурным развитием в России рекламы, постмодернизм приобрел эпистемологические черты, став точкой пересечения структуры идей научно-технологической и социокультурной парадигм. Сформировавший в последние десятилетия XX века «особый, специфический менталитет» и ставший «новым цементом массового сознания», постмодернизм приобретает сегодня видимые черты зрелости и продолжает диктовать моду в различных сферах современной культуры, включая театр, кинематограф, живопись, литературу и прежде всего рекламу [4].

Эпоха постмодернизма кардинальным образом изменила мироощущение человека, сосредоточившись не на отражении действительности, а на *конструировании, моделировании особой, искусственной реальности*, постоянно меняющейся, аморфной и многовариантной в своем развитии. На место органически

целостной, иерархической модели мира выдвигается *модель хаотическая, деструктурированная*, которой свойственна *множественность, неопределенность, фрагментарность, незавершенность, открытость структур*. По выражению Т.А. Дьяковой, «в постмодернистской картине мира нет места искусству вообще, нет потребности преобразовать окружающее человека в художественный универсум, *нет целостного мироощущения* <...>. Постмодернизму потребовалось *пространство без границ, без иерархии, без условностей, без центра* – пространство для всех и никого» (выделено нами. – Е.Е.) [5].

Современное общество характеризуется преимущественным потреблением электронных СМИ, телевидения и радиовещания, а также всё большим распространением сетевой информации, в том числе сетевых медиа, или «новых медиа». По наблюдениям исследователей, важной особенностью сетевой информации является *стирание грани между реальностью и вымыслом при восприятии целостного информационного потока*. В медийной среде, нередко стирающей различия между общественным бытием, каковым оно есть реально для большинства, и той внушаемой виртуальной реальностью, которая постоянно идет от СМИ, присутствует эффект манипуляции сознанием.

Феномен виртуальной реальности, по мнению учёных, подготовлен эволюционным развитием социума, в котором *информация стала приравняться к материальной реальности*, обеспечивающей постиндустриальное развитие человеческих сообществ. Виртуальность стала феноменом, имманентным самой структуре бытия, воплощающим возможность творческой, генерирующей деятельности. Начиная с последней четверти XX века под **виртуальной реальностью** понимают *искусственно созданную информационную среду, в которую можно проникать, меняя ее изнутри, наблюдая трансформации и испытывая при этом реальные ощущения*.

Виртуальная реальность – это, как отмечают исследователи, пространство симулякров. Теория **симулякра** (от лат. *simulacrum* – образ, подобие), то есть ложного подобия, условного знака чего-либо, функционирующего в обществе как его

заместитель, разработана Ж. Бодрийаром. По мысли теоретика постмодернизма, творческий потенциал общества давно исчерпан, развитие техники привело культуру к состоянию широкомасштабного серийного тиражирования, человечество разыгрывает одни и те же, давно известные сценарии, в которых нет ничего иного, кроме следов того, что исчезло. В интервью газете *Le Nouvel Observateur* по поводу фильма «Матрица» он говорит: «Восприятие мира как тотальной иллюзии – проблема, которая вставала перед всеми великими культурами; для ее решения они прибегали к помощи символических образов, к помощи искусства. Мы, люди XX века, изобрели для избавления от этой муки нечто иное – симуляцию реальности, виртуальный мир, в который выбрасываем все страшное, все негативное; в результате этот мир подменяет реальность, которая, однако, поджидает всех нас в финале» [6].

Основным симулякром эпохи, по Бодрийару, оказывается акт потребления, поскольку потребляются не товары, а вся система объектов как знаковая структура. Знак провоцирует отчуждение стоимости, смысла / означаемого, референта, а значит, реальности. В медийно-рекламном дискурсе, направленном на формирование потребностей и желаний, на стимулирование приобретения вещи через приобретение ее смысла, воображаемое и бессознательное переходят в реальность. По выражению Ж. Бодрийара, «потребление – это виртуальная целостность всех вещей и сообщений, составляющих отныне более или менее связный дискурс, деятельность систематического манипулирования знаками, в которые превращаются вещи» [7].

Реклама оперирует «отчужденными» знаками, референциально не соотношенными с реальностью, т.е. не имитирующими ее, а симулирующими, – знаками-симулякрами, которые в отличие от знаков-копий фиксируют не сходство, а *различие* с референтной реальностью. Это позволяет интерпретировать **медиа-рекламную картину мира как виртуально-идеальную модель реальности**, формируемую СМИ. Ж. Бодрийар говорит, что реклама «образует идеальный, особо показательный предмет системы вещей» [8]. Медийная реклама посредством всех каналов

трансляции внедряет новые культурные приоритеты, пристрастия и потребительские стереотипы, *формируя вещный идеал, который осознается как высшая цель деятельности, стремлений, жизни в целом – обладание как главный смысл бытия.*

Виртуальность как атрибутивный признак этой модели проявляется в искусственности созданной рекламно-информационной среды как пространства симулякров. Как говорит Бодрийар, современная массовая культура эволюционирует от парадигмы «отражения реальности» до маскировки ее отсутствия, и идет дальше, достигая современного состояния, когда означаемое вообще не соотносится с какой бы то ни было реальностью. Средства массовой информации, в том числе и реклама, по его мнению, *производят симулякры, поскольку на самом деле не производят никакого смысла, а лишь «разыгрывают» его, подменяя коммуникацию ее подобием.* В этом смысле категория *идеального* не может объяснить природу симулякра, он гиперреален. Однако симулякр – это образ, о чем и говорит этимология этого слова (от лат. *simulacrum* – образ, подобие), то есть это ложное подобие, условный знак чего-либо, функционирующий в обществе как его заместитель. И в этом смысле симулякр идеален.

Медиа-рекламная картина мира утверждает торжество человека над миром природы и вещей. **Время и пространство** предстают здесь как некая одновременно и **гиперреальная**, и **гиперсубъективная** субстанция, которой можно управлять, подстраивать под себя и которую можно заставить работать на себя. Время в рекламе может ускоряться, замедляться, останавливаться, поворачиваться вспять. Вспомним рекламу стиральной машины Electrolux (*«Мы подумали, а что если вы сможете управлять временем?»*), телевизоров Samsung (*«Я знаю, что ход времени нельзя остановить, но...»*), крема от Avon (*«Настрой время против старения»*), крема от Nivea (*«Останови время»*), *«Возьми время в свои руки!»*) и др.

Если в потоке реального времени все старится и приближается к превращению ни во что, срывая с вещей покровы и показывая иллюзорность их бытия, то виртуальное время, наоборот, создает иллюзию всеисильности над вечностью и энтро-

пией, обольщая человека надеждой на бессмертие. Концепция «подстраивания» времени и пространства под себя выражена, к примеру, в рекламе банка «ВТБ»: **«Расстояние и время больше не преграда, когда мы действуем вместе. Объединяя усилия, мы открываем новые возможности.»** «ВТБ» сегодня – это более тридцати кампаний в двадцати странах мира. «ВТБ». **Мир без преград**». Внешторгбанк позиционирует себя как ведущая международная финансовая группа российского происхождения, принципы которой – открытость к партнерству и сотрудничеству, прозрачность и понятность обществу. Визуальный ряд подчеркивает эту идентичность: он создан в прозрачных сине-белых красках и построен на смене кадров, изображающих вздымающиеся в небо высотные стеклянные здания Внешторгбанка в разных странах мира; человека, идущего по небу от одного здания к другому словно по трапу; сотрудников банка, обменивающихся пакетом документов из оконных проемов многоэтажных офисов; панораму огромного мегаполиса, окутанного голубой дымкой...

Пространство в рекламе может трансформироваться, деформироваться, сжиматься, расширяться и даже выворачиваться наизнанку, как, например, в рекламе Nissan Teana, где помимо реального изображения дано изображение автомобиля, вывернутого наизнанку, так что снаружи оказываются «роскошные детали салона». Модель сжимающегося пространства используется, к примеру, в рекламе часов Tissot: **«Tissot. Наш хрупкий мир становится меньше. Расстояния сокращаются. Несмотря на различия наших культур, все мы жители одной голубой планеты. В 142 странах мира люди доверяют часам Tissot, сочетающим в себе непреходящую элегантность и точность кварцевого механизма. Наслаждаясь Tissot, наслаждайтесь миром».** На идее тесноты мира, недостаточного для жаждущей путешествий души, построена стратегия рекламной кампании автомобиля Land Rover Discovery 3, что выражает рекламный слоган **«...И целого мира мало».**

Виртуализация пространства и времени в рекламе обусловлена прежде всего новыми возможностями телекоммуникации.

Активно используемая в рекламе клиповая манера монтажа, основанная на динамичной, прерывистой смене коротких укрупненных кадров, изображающих быстрые, энергичные действия, позволяет виртуализировать рекламное время, сжать или растянуть его, «порезать» или «разорвать» его, показать быстротечность или плавность, ослабить или разрушить логические связи и т.п. Нелинейный видеомонтаж, заменяющий последовательную организацию кадров их многослойным наложением друг на друга, позволяет посредством морфинга (способа превращения одного объекта в другой путем его постепенной непрерывной деформации) создавать текучие, оплазмированные в результате плавных трансформаций образы, лишенные определенной формы. «Компоузинг, заменяющий комбинированные съемки, позволяет создать иллюзию непрерывности переходов, лишенных «швов»; «заморозить» движение; превратить двухмерный объект в трехмерный; показать в кадре след от предыдущего кадра; создать и анимировать тени и т.д. Виртуальная камера функционирует в режиме сверхвидения, манипулируя остановленным «вечным» временем, дискретностью бытия, пронцаемостью, взаимовложенностью вещного мира» [9].

В рекламе активно используются образы киберпространства, понимаемого как ментальная карта информационных ландшафтов памяти компьютера в сочетании с программным обеспечением, которая позволяет антропологизировать информацию, возбудить воображение и дать возможность преодолеть экзистенциальную ограниченность реальности: выйти за пределы смерти, времени и тревоги; аннулировать свою заброшенность и конечность, достичь безопасности и святости [10]. Например, в медиа-рекламной картине мира присутствуют виртуальные лаборатории для создания продуктов Neo; трансформеры-идентификаторы дорожных условий в рекламе Nissan X-trail; резиновый киберчеловек в рекламе Michelin Pilot; киберпука в рекламе спутникового охранно-поискового комплекса V-TRACK. В телевизионной рекламе автомобилей Mazda «*New generation Mazda*» используются образы виртуальной квазиреальности: оживающие дорожные знаки, тянущиеся вслед за мчащимся по дороге авто-

мобилем; гигантские ящеры, взрывающие асфальт и пр. Внедрение виртуальных технологий в повседневную жизнь обусловило и активное использование в рекламе компьютерного сленга как средства репрезентации образ жизни людей, активно использующих компьютерные технологии (реклама Fanta: «*Fanta. Прокачай реальность!*»; жевательная резинка «*Хулиган-хакер*»).

Однако виртуализация проявляется не только и не столько во включении в арсенал рекламного креатива «компьютерных» образов и технологий, сколько в том, что ***виртуальная реальность встраивается в медиа-рекламную картину мира непосредственно, как новая реальность, через которую воспроизводится сознание современных людей.*** Виртуализация в таком случае – это любое замещение реальности ее симуляцией (образом) – не обязательно с помощью компьютерной техники, но обязательно с применением ***логики виртуальной реальности.*** Виртуальная реальность разрушает свойственные реальному миру границы между реальным и ирреальным, объективным и субъективным, меняет пространственные, временные, причинно-следственные и др. связи и отношения, предлагая новые принципы конструирования мира.

Виртуальный мир формируется на основе постмодернистского видения реальности, где всем правит симуляция, где разграничение истинного и ложного теряет свою четкость, где время можно обращать вспять и всегда есть возможность разыграть параллельные сценарии, где трагичность мироощущения нивелируется иронией и насмешкой по отношению к происходящему. Интерактивная среда позволяет одновременно оперировать объектами, являющимися образами реального и воображаемого миров. «В виртуальной реальности не существует необратимого времени, можно неограниченно совершать «трансферы» – переходы во времени и пространстве, не существует четкого разграничения на прекрасное и безобразное, поскольку киберкультура прививает другие аттитюды. Потребитель погружен в искусственно сконструированную квазиреальность, имеющую иллюзорно-чувственный характер, населенную двойниками, биороботами, гуманоидами и прочими «созданиями», вопло-

щающими недифференцированность живых и неживых объектов, создавая постмодернистскую «зрелищность» [11].

Прием парадоксальности восприятия, основанный на стирании границ между различными планами реальности / ирреальности, совмещении объектов, локализованных в реальном и виртуальном мирах, используется, к примеру, в рекламе телевизоров. Рекламная кампания телевизоров фирмы LG основана на идее стирания границ между возможным и невозможным: в телевизионной и наружной рекламе создан образ дельфина, выпрыгивающего с экрана телевизора (слоган кампании: «*Все возможно! Включи мир!*»). В рекламе телевизоров Samsung LED также стирается граница между реальным и виртуальным: «*Samsung LED. Почувствуйте тонкую грань между реальностью и изображением. LED-телевизоры Samsung*». Визуальный ряд также развивает идею стирания границ между реальным и виртуальным мирами: как в бое с быком, мужчина защищается от нападающей рыси экраном телевизора, в результате чего животное оказывается в «заэкранном» мире.

Одним из приемов виртуалистики является и прием «переключения» различных планов реальности, словно пультом управления: то, что изначально было или казалось реальным, оказывается мнимым, нереальным, и, наоборот, нереальное приобретает свойства реального. В рекламе Opel Astra мужчина и женщина едут в автомобиле, она выражает недовольство по поводу окружающей серости городского пространства, он выходит из машины и раздвигает, как картонные блоки, «картины» этого пространства, и открывается живописная горная дорога по берегу моря. В рекламе Skittles, разработанной рекламным агентством Sapient Nitro Moscow, изображена яркая картинка, на которой жираф спокойно поедает висящую в пространстве радугу, между тем человек доит жирафа, и ведро оказывается полным разноцветных драже.

Итак, виртуальные пространства становятся реальностью телекоммуникации, что особенно отчетливо можно наблюдать в пространстве медиа-рекламной картины мира. ***Виртуальная картина мира создается виртуальными артефактами – ав-***

тономизированными симулякрами, фантомными объектами, чья мнимая, иллюзорно-чувственная квазиреальность отторгает образность, полностью порывая с референциальностью.

1. Ясавеев И.Г. Конструирование социальных проблем средствами массовой коммуникации / И.Г. Ясавеев. – Казань : Изд-во Казанского государственного ун-та, 2004. – 200 с.

2. Дьякова Е.Г. Массовая коммуникация и проблема конструирования реальности: анализ основных теоретических подходов / Е.Г. Дьякова, А.Д. Трахтенберг. – Екатеринбург : УрО РАН, 1999. – 130 с.

3. Ученова В.В. «Философский камешек» рекламного творчества. Культурология и гносеология рекламы : учебное пособие для деловых людей / В.В. Ученова, М.И. Старуш. – М. : «Максима», 1996. – 106 с. – С. 39-40.

4. Ковриженко М.К. Креатив в рекламе / М.К. Ковриженко. – СПб. : Питер, 2004. – 256 с. – С. 11.

5. Дьякова Т.А. Онтологические контуры пейзажа : опыт смыслового странствия : монография / Т.А. Дьякова. – Воронеж : Изд-во Воронежского государственного ун-та, 2004. – 168 с. – С. 72, 89.

6. Бодрийар Ж. Бодрийар расшифровывает «Матрицу». Почему этот фильм восхищает философов / Ж. Бодрийар; пер. с фр. – [Le Nouvel Observateur](http://old.russ.ru/culture/cinema/20030923-pr.html). – 2003. – 19 июня. – URL : <http://old.russ.ru/culture/cinema/20030923-pr.html>. – (Дата обращения : 12.11.2009).

7. Бодрийар Ж. Интервью Катрин Франблен с Жаном Бодрийаром / Ж. Бодрийар; пер. с фр. // Искусство. – 1993. – № 1. – С. 164-168

8. Бодрийар Ж. Система вещей / Ж. Бодрийар; пер. с фр. – М. : РУДОМИНО, 2001. – 223 с. – С. 177-178.

9. Бычков В.В. Виртуальная реальность как феномен современного искусства / В.В. Бычков, Н.Б. Маньковская // Эстетика : Вчера. Сегодня. Всегда. – Вып. 2. – М. : ИФ РАН, 2006. – С. 32-60. – С. 51.

10. Heim M. The Metaphysics of virtual reality / M. Heim // Virtual reality : theory, practice and promise / Ed. Sandra, K. Helsel, Judith Paris Roth. – Meckler. Westport and London, 1991. – P. 27-33.

11. Ковриженко М.К. Креатив в рекламе / М.К. Ковриженко. – СПб. : Питер, 2004. – 256 с. – С. 42.

Фундаментальные проблемы информационного взаимодействия в условиях современной России

На сегодняшний день процедура освещения событий и явлений в области культуры и искусства в средствах массовой информации (СМИ) сталкивается с целым рядом проблем, без учета которых невозможно гарантировать позитивный результат. Данные проблемы имеют достаточно широкий спектр, начиная с выбора источников для подобного освещения и заканчивая структурой финансирования и наличием специалистов способных осуществлять подобную деятельность. Однако существует три основополагающие проблемы, без учета которых вообще преждевременно говорить о чем-либо. Это, во-первых, проблема культурной «оккупации»; во-вторых, проблема реального феномена медиавоздействия; в-третьих, изменение всей структуры взаимодействия СМИ с потребителями медиаресурсов в результате тотальной информатизации. Все представленные проблемы являются основополагающими и первостепенными по отношению ко всем прочим вопросам, связанным с использованием массовой информации как средства освещения событий и явлений в области культуры и искусства. Однако существует еще один достаточно важный элемент, относящийся к системе массовой информации в культурно-коммуникационной сфере, не учитывать который просто нельзя. В современных социально-экономических условиях система СМИ подчиняется тем же законам рынка, что и вся прочая сфера производства товаров и услуг. В то же время, необходимо учесть тот факт, что культурно-информационная продукция представляет собой нечто гораздо большее, нежели обычные товары, услуги или идеи, она воплощает в себе мировые этические, культурные, искусствоведческие традиции, всю совокупную человеческую историю в ее наилучшем и позитивном ракурсе. На сегодняшний день имеется достаточно большое

количество публикаций посвященных тем или иным аспектам СМИ. Данным вопросам посвящены труды отечественных (В.С. Комаровский, Ю.И. Мухин, В.В. Петрусенко, Л.М. Землянова, Ч.Б. Аламанова, И.А. Арамян, В.Н. Манахов и др.) и зарубежных (Г. Шиллер, Д. Рашкофф, Р. Харрис, Б. Дженнингз, Т. Сузан, У. Липпман, Н. Кацман, М. Кассата, Т. Скилл и др.) авторов. Возрос интерес к данной теме и со стороны различных наук, о чем свидетельствует большое количество диссертационных исследований, связанных с темами соответствующими или близкими к вопросам СМИ. Однако отыскать в огромной массе источников необходимую информацию, связанную с проблемами конкретного воздействия масс-медиа в результате трансляции искусствоведческой и социально-культурной продукции представляется достаточно сложной задачей, и для ответа на вопрос о возможности влияния культурно-искусствоведческих направлений в СМИ на массовое сознание может потребоваться не одно десятилетие. Тем не менее, попытаемся рассмотреть представленные проблемы более подробно.

1. Проблема культурной «оккупации»

В эпоху постмодернизма, в ситуации глобализации информационных потоков, возникает реальная опасность не просто смешения различных культур, но и полный захват культурной системы более сильным и богатым «конкурентом». Дело в том, что навязывание тех или иных культурных традиций связано со стремлением к прибыльности, экономической выгоды и, в конечном итоге, захвате рынка. Если на территории какой-либо страны оказывается тот или иной продукт культуры или искусства «агрессора», то можно с уверенностью говорить о начале возможного захвата культурной сферы, который распространится на все остальные институты данного государства. Зная подобное свойство продукции культуры и искусства, американские политтехнологи в годы «холодной войны» под видом тех или иных «продуктов культуры и искусства» пытались внедрить на рынки СССР собственную продукцию. Результатами подобных проникновений становилась «американизация молодежи»,

166

т.е. в молодежной (и не только) среде формировалась устойчивая иллюзия о том, что «в Америке все самое лучшее». После начала перестройки именно американские товары, в том числе культурно-искусствоведческие, стали превалировать на территории бывшего СССР (художественные фильмы, спектакли (мюзиклы), произведения дизайнера, полиграфическая продукция и т.д.). В своем социологическом романе «Русская трагедия (Гибель утопии)» А.А. Зиновьев пишет: «Вспомнил о телевизоре. Он вызывает у меня отвращение. Чужие, на редкость противные голоса. Нарочито искаженный язык. Бесконечные американизмы. Искусственные голливудобразные эмоции. Западные пустые фильмы, особенно американские. Порнография. Смакование грязи и насилия. Антисоветские помои. Реклама, реклама, реклама. Карикатурное подражание западной. Интеллектуальное убожество и нарочитая развязность политических обзоров. Истошные вопли модерновых певцов» [1]. Сегодня большинство каналов на территории России транслируют (в большей части эфирного времени) американские фильмы, рекламу, сериалы либо телешоу, снятые по образцу и подобию, построенные в соответствии с выкупленными правами на трансляцию. Судьба единственного культурного канала «Культура» представляется далеко «не безоблачной». Проблема «захвата» наблюдается не только в сфере телевидения, но и вообще СМИ. Достаточно часто американские и европейские социальные институты под видом благотворительности, филантропии и альтруизма создают на территории России и других стран (бывших республик СССР) учебные центры, реализуют различные образовательные программы («Электронный человек»), открывают социальные центры, навязывают свою религию или принимают наших детей в свои семьи. Однако именно подобная «благотворительность», в лучшем случае, размывает культурную самобытность нашего народа. Гораздо страшнее то, что мы попадаем под контроль тех сил, которые абсолютно не заинтересованы в истинном благополучии нашего общества; что все формируемые подобным проникновением образы, в том числе культурные и социаль-

ные, никоим образом не соотносятся с истинными нуждами и потребностями нашего государства.

В настоящее время процесс «информационной оккупации» продолжается, хотя и принял несколько иное направление. Массовое использование Интернета создает совершенно другую форму взаимодействия между отправителем и получателем информации, что естественным образом сказывается не только на содержании, но и на технологиях, связанных с информационным полем. Дело в том, что любое государство в максимальной степени заинтересовано в контроле СМИ. Подобный контроль позволяет, во-первых, избавляться от конкурирующего информационного потока, во-вторых, дает возможность формировать массовое представление о «нежелательном» и, в-третьих, создает благоприятные условия для максимально положительного освещения всех событий и явлений внутри собственной страны.

Все представленные выше доводы возможны и необходимы только в том случае, если в структуре медиакommunikации существуют реальные возможности воздействия на потребителя информации. Если вся система СМИ в действительности оказывает реальное воздействие на мировоззрение, социальную атмосферу, общественное сознание, политическую структуру и прочие общественные интересы.

2. Проблема феномена медиавоздействия

В любой конкретный исторический период существования общества мы можем с большей или меньшей степенью достоверности определить степень воздействия конкретных СМИ на конечного потребителя. Для этих целей могут быть использованы различные исследования, опирающиеся на наличие фундаментальных причинно-следственных связей. При этом опора на принципы причинной обусловленности является необходимой исходя из решаемых задач, однако именно явление детерминизма в подобных исследованиях носит весьма условный характер. Дело в том, что все методы исследования, такие как лабораторный и полевой эксперимент, все формы и виды опро-

са, лонгитюдные или триангуляционное (комплексное) исследования, наблюдения и многие другие (контент-анализ, мета-анализ, статистические методы и др.), не могут дать объективной оценки, несмотря на все «ухищрения» к которым прибегает исследователь. Связано это, прежде всего, с социальной средой, в которой все перечисленные исследования проводятся. Мы не можем получить рафинированного потребителя информации, в связи с тем, что в каждый конкретный период времени на него «обрушивается» огромный поток самой разнообразной информации через всевозможные коммуникационные каналы, отследить результаты воздействия которых, не представляется возможным. Согласно социально-когнитивной теории, результатом множественного воздействия информации различной степени интенсивности может стать детерминируемое поведение конечного потребителя данной информации. Однако не существует теории, способной объяснить каждый конкретный случай поведения в отдельности. На человека могут влиять либо определенное художественное произведение, либо какая-то телевизионная программа, либо непосредственное межличностное общение, либо комбинация тех или иных коммуникационных воздействий в совокупности. В каждом конкретном случае на изменение поведения индивида, действует целый комплекс внешних и внутренних факторов, и для каждого конкретного человека данный набор будет сугубо индивидуальным.

Сегодня существует масса гипотез воздействия СМИ на конечного потребителя, однако нет прямых доказательств непосредственного их влияния на детерминизм поведения. Действительно ли возможности СМИ безграничны или же они только активируют те или иные предпосылки поведения получателя информации? Некоторые научные исследования опровергают теорию о том, что то или иное медиавоздействие может вызвать изменения поведения и даже усиливать или ослаблять его, однако бесспорным остается тот факт, что поведение человека, в любом случае детерминировано теми или иными источниками информационного воздействия, а если это так, то сбрасывать со счетов медиаиндустрию нельзя.

Если воспользоваться универсальным определением процесса массовой коммуникации (более подробно о дефинициях см. Шевкунов А.Н. К вопросу о дефиниции определения связей с общественностью. Социально-гуманитарные проблемы современной науки и пути их решения : мат-лы Всерос. научн. конф. / Центр научного содействия апробации и внедрению инновационных проектов. – Челябинск: ООО «Печатный двор», 2011. – С. 61-64), то мы получим следующее определение: массовая коммуникация есть целенаправленный, планируемый, постоянно осуществляемый, многополярный, часто не равноправный процесс передачи персонифицированной транзитной информации известными, либо анонимными источниками, о событиях, явлениях или процессах посредством различных носителей. Исходя из приведенного определения становится очевидным то, что процесс массовой коммуникации осуществляется различными институциональными источниками (достаточно часто комплексными (продюсерский центр совместно с телерадиокомпанией, пресс-служба президента и официальный государственный канал и т.д.), которые посредством различных носителей (газеты, журналы, телевидение, Интернет) передают какую либо информацию неопределенной группе потребителей. При этом получатели информации представляют собой гетерогенную аудиторию, неизвестную для источника информации.

В истории России, да и других стран, присутствуют свидетельства того, что государственные чиновники, духовные лидеры, все те, кто в тот или иной период находился у власти, пытались в той или иной мере вмешаться в деятельность СМИ. Это связано с верой во всемогущество масс-медиа, в то, что СМИ обладают реальной властью над аудиторией. Контроль над СМИ может иметь различные формы: введение цензуры, запрет нежелательной информации, применение пропаганды и агитации и даже физическое воздействие на людей, определяющих, производящих и воспроизводящих информацию (журналисты, редакторы, владельцы тех или иных коммуникационных каналов, телеведущие, популярные певцы и актеры и т.д.). Попытки введения цензуры или запрета тех или иных тем в СМИ наблюдались на

протяжении всей истории человечества со времен изобретения в 1450 году первого печатного станка. Примеры, взятые из истории, лишь подтверждают этот факт. Однако, не вдаваясь в подробности данных событий, хотелось бы отметить, что проблема слушать или не слушать, читать или не читать, смотреть или не смотреть, не только реально присутствует в нашей повседневной жизнедеятельности, но и иллюстрируется в различных произведениях отечественного и зарубежного кинематографа («Обыкновенное чудо», «Народ против Ларри Флинта», «Любимцы Америки», «Кабельщик» и др.). И хотя последствия влияния СМИ на аудиторию в истории человечества невозможно доказать эмпирически (о чем уже говорилось ранее), реальная возможность подобного влияния и его последствия не требуют научного доказательства, сама история тому подтверждение. К подобным последствиям могут быть отнесены: общественные акции, вызванные теми или иными информационными «атаками»; социальные изменения, произошедшие в силу внедрения новых информационных технологий в повседневную жизнь; изменения общественных детерминантов, в результате появления провокационных или революционных материалов; и даже массовая паника вызванная радиотрансляцией (радиопостановка Орсона Уэллса и театра Mercury 1939 года, радиостанцией CBS оригинальной версии научно-фантастического романа Герберта Уэллса «Война миров»).

Яростные общественные и научные споры, связанные с силой и возможностями медиавоздействия, не утихают и по сей день. Сегодня существуют научные изыскания, свидетельствующие о когнитивном, поведенческом, аффективном, прямом и косвенном, открытом и изолированном, кратковременном, долговременном и других воздействиях СМИ. Тем не менее, существует достаточное количество вопросов, так или иначе остающихся без ответа, вопросов, ответы на которые еще предстоит найти. Научные изыскания в области возможностей СМИ продиктованы определенной необходимостью, связанной с пониманием функций и мотивов использования масс-медиа, не только с точки зрения отправителя, но и с точки зрения по-

ребителя информационного потока. Еще в 1948 году Х.Д. Лассвелл, в своей работе «Структура и функция коммуникации в обществе» [5] выделил три основные функции, которые выполняются в обществе СМИ. Первая – посредством наблюдения за внешней средой, своевременно и точно доносить полученную информацию о происходящих событиях до целевой аудитории. Вторая функция – связующая, состоит в способностях СМИ соединять отдельные фрагменты внешней информации (внешней среды) в единую картину для более адекватного восприятия данных элементов потребителями информации. Третья функция служит для формирования и передачи социальных норм и правил от одного поколения к другому. Именно поэтому, в начале своей работы мы упоминали об информационной оккупации, о навязывании социально-культурных норм посредством распространения на территории России иностранных, в частности американских культурных традиций по средствам масс-медиа. Помимо уже упомянутых, существует еще целый ряд функций СМИ, при этом в зависимости от источника мы можем получить различные иерархичные структуры данных функций. В связи с тем, что данная проблема не является основной для нашей работы, мы просто перечислим наиболее важные: функция развлечения, функция ухода от реальности, функция парасоциального взаимодействия, функция редукции тревоги, функция редукции игры (более подробно о приведенных функциях смотри К. Райт, Д. Хортон, Л. Пирлайн, Х. Мендельсон, В. Степхенсон, Д. Брайант, С. Томпсон).

В любом случае, какую бы функцию не выполняли СМИ, для конечного медиапотребителя основным смыслом использования масс-медиа является удовлетворение собственных потребностей. При этом важно понимать, что с точки зрения потребителя абсолютно неважно ради чего он включил телевизор (радиоприемник, компьютер, плеер, открыл книгу и т.д.), все эти действия он выполняет для удовлетворения собственных потребностей, будь то развлечение, обучение, получение информации и т.д. В самом начале нашей работы мы уже сделали утверждение о том, что вся система СМИ подчинится тем же за-

коном рынка, что и прочая сфера производства товаров и услуг, а это означает лишь одно – ответы на вопросы «что и когда будет смотреть телевизор?», «...слушать радиослушатель?» или «...читать читатель?», напрямую зависят только от него самого. Мотивы выбора средств масс-медиа для удовлетворения своих потребностей, условно могут быть разделены на две категории: проактивные и реактивные (активные и пассивные). Проактивный способ использования предполагает действие, когда потребитель, опережая воздействие на себя, является инициатором поступков, запуская их по собственной инициативе, действует в соответствии со своими желаниями и потребностями, смотрит определенные программы для получения информации, художественные фильмы по своему желанию, использует ресурсы Интернет для конкретной научной работы и т.д., другими словами активно выбирает информацию, поступающую из различных СМИ. Реактивный способ предполагает действия согласно внешним обстоятельствам и означает бесцельное и незапланированное использование масс-медиа. Например, когда человек включает телевизор для формирования внешнего фона или занимается «интернет-серфингом» бесцельным «блужданием» по всемирной паутине. При этом потребитель не занят поиском конкретной информации, а использует средства масс-медиа для «заполнения свободного пространства». Несмотря на то, что в данном случае потребитель использует СМИ бесцельно, это не означает, что он не получает удовольствия или не удовлетворяет свои потребности. Именно получение удовольствия является ключевой характеристикой использования масс-медиа. Удовольствие как функция развлечения является эффективным средством снятия напряжения и снижения жизненной неудовлетворенности. Абсолютно любые формы развлечения как раз и являются той «волшебной палочкой», которая может обеспечить востребованность культуры и искусства современным российским обществом. Вся сфера российской культуры, включающая в себя театральные, танцевальные или музыкальные представления, игровые или артистические шоу, комедии или трагедии, выставочную деятельность и т.д., может

рассматриваться как форма развлечения. При этом не только участие в подобных мероприятиях, но и наблюдение за ними является одной из форм и развлечения, и просвещения.

Исходя из того, что большинство продуктов масс-медиа предназначены для развлечения аудитории, возникает насущная необходимость изучения развлекательных функций СМИ, поиска ответов на целый ряд вопросов, связанных с проблемами выбора определенных типов развлечения и видов воздействия данных развлечений на масс-медиа аудиторию. Большинство людей используют развлечения для различных целей (веселье, проведение свободного времени, отдыха, средство уменьшения стресса, борьба со скукой и т.д.), при этом на конкретное решение выбора определенного развлечения, в том числе с использованием средств СМИ, оказывают влияние различные факторы. Существующие ныне научные концепции предполагают, что люди при выборе тех или иных средств развлечения полагаются на личностные нужды и потребности и опираются на собственные предпочтения, сформированные в результате социализации. Исходя из того, что развлечения могут быть представлены в различных формах, преподнесены при помощи разнообразных средств и получены различным путем, возникает реальная возможность предложения большого ассортимента развлекательных масс-медиа, соответствующих или близких по функциям и целям к культуре и искусству. Единственным ключевым вопросом, связанным с таким разнообразием, остается вопрос процентного соотношения отечественных и зарубежных развлекательных СМИ в области культуры и искусства.

3. Изменение структуры взаимодействия СМИ с потребителями медиаресурсов в результате внедрения новых коммуникационных технологий

Окончание XX и начало XXI века ознаменовалось появлением цифрового кабельного и спутникового телевидения, а так же появлением и нарастающей популярностью Интернета.

Появление новых коммуникационных технологий произвели революцию не только в СМИ, но и в структуре потребления масс-медиа. Информационная продукция Интернета перестала отвечать общим принципам и определениям СМИ т.к., во-первых, не является производством некоего центрального источника, во-вторых, не имеет фиксированного тиража и, в-третьих, может быть направлена на сравнительно небольшую, а иногда избранную аудиторию. Наиболее существенным новшеством явилось появление двухстороннего интерактивного формата, который представляет потребителю максимальный контроль над тем, какой материал он желает получить, в какое время и посредством какой формы его принимать. Современный Интернет позволяет не просто выбирать и получать нужную информацию, он заменяет все существующие формы коммуникации, включая межличностное общение, или другими словами, приходит эра транзактной медийной коммуникации. При этом необходимо отметить, что развитие новых коммуникационных технологий не стоит на месте, а продолжает бурно развиваться, принося не только открытия, но и создавая определенные проблемы. Данные проблемы находятся в рамках тех же вопросов, которые мы ставили в начале нашей работы с той лишь разницей, что в современных условиях не происходит «навязывания» информационного поля, потребитель сам выбирает то, что ему хотелось бы увидеть, услышать или прочитать. Интернет с трудом поддается цензуре и ставит перед человечеством глобальный вопрос: «Хорошо это или плохо?», ответ на который, предстоит сформулировать каждому отдельному пользователю. Различные представители мировой общественности связывают с новыми информационными технологиями целый ряд моральных и этических проблем, к которым могут быть отнесены такие как свобода, справедливость, равноправие или непристойность, плагиат и «пиратство». Но наиболее важными социальными изменениями, произошедшими вследствие внедрения интернет-технологий, именно для сферы культуры и искусства (хотя конечно эти проблемы являются глобальными), явилось изменение структуры распространения

информационных потоков. В условиях перехода коммуникационных технологий в сеть Интернет теряют свою актуальность корпоративные печатные издания, телевизионные передачи и даже сеть розничной торговли (книгопродажи, видеопрокат, продажа дисков, продажа мебели, бытовой техники, компьютеров и т.д. в розницу) перемещается в электронный формат. Все большее распространение получают электронные специализированные издания, в том числе в сфере культуры, художественной критики, искусствоведения и т.д. Сегодня практически любой театр имеет собственный сайт, не говоря уже о том, что все существующие СМИ дублируются и архивируются в Интернете. Все большее число социальных функций передается на откуп всемирной паутине: система государственных услуг, голосование за кандидатов муниципальных, областных и региональных представителей власти, справочно-информационные службы, государственные торги и многое другое. Все это говорит лишь об одном – сфера массовой коммуникации, обеспечиваемая до недавнего времени единственным источником и передающим неперсонифицированную информацию миллионам потребителей, приобретает новый интерактивный характер, в процессе которого потребитель имеет возможность немедленно отреагировать на получаемую информацию и даже сменить свой статус с получателя на отправителя информации (изменение коммуникативной роли).

Исходя из всего выше сказанного, мы можем сделать вывод о том, что в современных условиях существования масс-медиа, существуют три основополагающие проблемы, которые имеют важнейшее значение для дальнейшего развития специализированных изданий в области культуры и искусства и всей системы СМИ. При этом первыми «под удар» попадают именно СМИ специализирующиеся в области культуры и искусства, в силу того, что именно они оказываются на периферии общественного и государственного внимания. Проблема культурной «оккупации» актуальна на любом рынке масс-медиа, но особое значение приобретает в условиях развивающейся экономической системы, в связи со стремлением более сильных агентов к доминиро-

ванию на рынке медиауслуг и, в конечном итоге, к захвату всего рынка. Первой на рынок того или иного государства проникает культурная продукция «захватчика», формируя фундамент для дальнейшей «колонизации» всей экономики. «Какое значение имеет многолетняя борьба за независимость, если затем эта независимость подрывается ценностями и привычками, унаследованными от, казалось бы, побежденного колонизатора?» [4].

Проблема феномена медиавоздействия остается актуальной по сей день. Разнообразные исследования данного явления доказывают тот факт, что в каждом конкретном случае на изменение поведения индивида, действует целый комплекс внешних и внутренних факторов, однако бесспорным остается то, что поведение человека в любом случае детерминировано теми или иными источниками информационного воздействия, и, что большинство продуктов масс-медиа используются конечным потребителем в качестве развлечения. Вопрос «Какую культурную продукцию предпочтет тот или иной потребитель, для удовлетворения собственных потребностей?» остается ключевым, по сей день. Сложность российской действительности заключается в неравномерности распределения источников культурной продукции на огромной территории РФ. Большие центральные города имеют подобные источники в избытке, даже с превышением потребностей, в то время как периферия находится в культурном вакууме, что и позволяет зарубежным культурным технологиям проникать на российский рынок. Возможности же СМИ, в вопросах «окультуривания» населения имеют целый ряд объективных ограничений не позволяющих увлечь обывателя и «перетянуть» его в область российских культурных традиций.

Изменение структуры взаимодействия СМИ с потребителями медиаресурсов в результате бурного развития цифровых технологий и массового использования Интернета, формирует эру транзактной медийной коммуникации. Социальные интернет-медиа формируют среду по созданию, продвижению и потреблению контента, направленного на общение и взаимодействие людей.

Согласно результатам исследования InsightExpress, опубликованных компанией Cisco, современная молодежь считает Интернет важнейшей для человека потребностью наравне с воздухом, водой, едой и жильем. Помимо этого наблюдается тенденция падения популярности телевидения в молодежной среде, связанная с тем, что кинофильмы и телепрограммы становятся доступны на мобильных устройствах. «Кроме того, лишь 4% опрошенных студентов колледжей и молодых сотрудников считают газеты главным источником информации. За последние два года каждый пятый студент (21%) не купил ни одной книги, за исключением необходимых для занятий учебников» «...» ...более половины опрошенных уже не могут жить без Интернета и считают Всемирную паутину «неотъемлемой частью» своей жизни, причем более важной, чем автомобили, свидания и вечеринки» [2]. Появление, развитие и распространение новых информационных технологий преобразует не только структуру СМИ, но и весь окружающий мир. Число пользователей Интернет растет в геометрической прогрессии, еще в 1995 году их было около 16 миллионов человек, сегодня – более 2 миллиардов. Столь быстрые темпы развития Интернета формируют новые условия и формы существования масс-медиа, что диктует свои условия развития данной отрасли в области культуры и искусства. В современных социально-экономических условиях существования России сфера отечественной культуры и искусства вынуждена не просто отстаивать свои позиции, но, и обязана искать новые способы, средства и формы донесения узкоспециальной информации до конечного потребителя, с одновременным поиском возможности расширения влияния на всей территории ближнего и дальнего зарубежья.

1. Зиновьев А.А. Русская трагедия (Гибель утопии) / А.А. Зиновьев. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.zinoviev.ru/ru/zinoviev/zinoviev-tragedia.pdf>.

2. Результаты международного исследования компании «Cisco». – [Электронный ресурс]. – Режим доступа <http://www.netstat.by/node?page=2>.

3. Шевкунов А.Н. К вопросу о дефиниции определения связей с

общественностью. Социально-гуманитарные проблемы современной науки и пути их решения : мат-лы Всерос. научн. конф. / А.Н. Шевкунов // Центр научного содействия апробации и внедрению инновационных проектов. – Челябинск : ООО «Печатный двор», 2011. – С. 61-64.

4. Шиллер Г. Манипуляторы сознания / Г. Шиллер; пер. с англ. – Ч. 1. – В.М. Погостин, Ч. 11. – А.Н. Бурмистенко. – Изд-во «Мысль», 1980 – С. 205.

5. Lasswell H.D. (1948). The structure and function of communication in society. In L. Bryson (Ed.), The communication of ideas, a series of addresses. – Binghamton, NY: Vail-Ballou Press, 1948. – P. 37-51.

Вот ведь что интересно

Когда к нам в редакцию приходят студенты журфака, которым надо пройти практику, или абитуриенты, которым нужны публикации для поступления, их, как правило, спрашивают: «О чем же вам хотелось бы написать?». Ответ в девяноста пяти случаях из ста примерно таков: «Ну, на темы культуры, пожалуй».

Конечно, после таких слов мы вовсе не потираем злорадно руки и не спрашиваем с садистскими нотками в голосе: «Ага, нуте-с, сформулируйте-ка, что такое, по-вашему, культура?». Зачем людей мучить, ведь не теорию они пришли сдавать, а практических навыков набираться. Мы и сами наслышаны, что определений термина «культура» – о-го-го сколько. И понимаем, что, когда юное потенциальное дарование сообщает нам о своем желании, оно вряд ли имеет в виду намерение писать на темы, допустим, «совокупности генетически ненаследуемой информации в области поведения человека». Скорее всего, девушка или юноша просто хотят дать понять, что писать, скажем, на темы экономики или политики им скучновато и сложновато, а вот тиснуть заметку о какой-либо выставке или каком-нибудь концерте – намного проще.

О «какой-нибудь» или «каком-нибудь», действительно, проще пареной репы. И, скорее всего, практиканта или абитуриента не пошлют сходу освещать съезд партии власти или симпозиум по проблемам девальвации рубля. А поручат посетить выставку или концерт, напутствовав словами: «А попробуй-ка написать так, чтобы тебе самому (самой) читать интересно было». Ну, он (она) попробует, ну, не получится – не велика беда, чай, не о генеральной линии материал слетел, не о насущности очередных траншей из федерального бюджета.

Другое дело, если получится. Пусть, не с первого раза и не со второго. А получится, если тому, кто пишет, интересно, о чем он пишет. Тогда, быть может, это станет интересным и для читателей. И тем вернее такое произойдет, если пишущий, осознав, что культура – совокупность творческих намерений

и свершений человека и человечества, а журналистика, стало быть, тоже занятие творческое, будет проявлять к таким намерениям и свершениям неподдельный интерес.

Что-то я излишне морализаторствую. Попытаюсь исправить: высказанные прописные истины вовсе таковыми не являются. По крайней мере, в повседневном существовании СМИ, где невежество уже вовсе не признак неуважения к читателю (поскольку нет уважения как такового), где скудоумие приветствуется, пошлость прогрессирует, а творчество обесценивается.

Для журналиста не зазорно написать, например, такое – цитируя очевидца событий Великой Отечественной войны: «А тут прилетел мистер Шмидт...». Или в заметке о вечере, посвященном творчеству Василия Шукшина, приписать ему авторство романа «Дерсу Зала». Да, невежество, да, нежелание стать хоть чуточку просвещенней, проявив творческую инициативу. Да, подобные перлы предлагала к публикации в нашей газете начинающая журналистка (теперь, кстати говоря, она работает в столичном агентстве по раскрутке шоу-див и, полагаю, вполне нормально себя ощущает, не совершенствуя свои познания в области военной авиатехники или творчества Владимира Арсеньева). Но и многоопытная журналистка может позволить себе в публикации неправильно назвать имя героя рассказа Шолохова «Судьба человека», а также категорически извратить слова педагога, рассказывавшего о проблемах преподавания литературы в школах, – нисколько по такому поводу свою многоопытную журналистскую душу не опечалив. «Да она, вроде, так сказала, ну, я не так поняла – бывает». Бывает, конечно. Я вот как-то, эрудицию желая продемонстрировать, написал, что у драматурга Николая Эрдмана было отчество «Яковлевич». Ну, Робертович, конечно, что я, не знаю! Не ошибается тот, кто ничего не делает. Правильно. А ошибается тот, кто делает что-то небрежно.

А небрежность проистекает от поверхностного отношения к тому, чем занимаешься. А поверхностность от того, что тебе неинтересно такое занятие. А неинтересно от невостребованности.

Зачем мне пытаться рассуждать, если от меня требуют не умничать. Зачем мне анализировать, если от меня требуют «го-

лой информации». Ну и кричи о том, что нет никакой «голой информации» ни в журналистике, ни культуре – во всех смыслах понятия. И быть не может. Но если меня приучают к тому, что может такое быть, зачем мне доказывать обратное. Зачем кричать, когда не слышат. Зачем душу рвать, если твои чувства и ощущения никому не нужны.

А вот затем, чтобы услышали. Потому и анализировать, чтоб понять, для того и рассуждать, чтобы поняли. И заинтересовать, чтоб почувствовали.

Я, конечно, слегка перебарщиваю. Разумеется, есть и СМИ, занимающиеся своим делом, по крайней мере, приемлемо, по не крайней, – достойно. Есть авторы, достойные во всех отношениях. Большой частью, конечно, – среди старшего поколения, но есть и совсем молодые ребята, и чувствующие, и размышляющие, и – потому – интересные. Я их лично знаю.

Но есть и ощущение общего фона, способствующего нашей культурной деградации, провоцирующего генерирование дегенератов. За недостатком места не буду приводить примеры и доводы, хотя они есть. Просто ограничусь вопросом – согласны вы с этим или не согласны? И в том, и в другом случаях пессимист найдет поводы для уныния, оптимист – для надежды. Я, несмотря на то, что уже написал, все-таки большей своей частью – оптимист.

И еще. Можно сколько угодно говорить о независимости творческой личности от государства, но нет такой независимости, и быть не может. В нашей стране тем паче. Об отношении нашей власти к сфере культуры можно тоже долго распространяться, приводя примеры как лицемерия, так и, в меньшей, пожалуй, степени, неподдельной заботы. Но всего один пассаж: в нашей стране разработан проект нового закона о культуре. Но до сих пор так и не принят Госдумой даже в первом чтении, хотя власти обещали такое еще в прошлом году. Так, может, и не нужен новый закон, хватит того, что был принят еще в 1992м и стал теперь, по словам самого министра культуры, напоминать «лоскутное одеяло»? Конечно же, нужен, потому что сама культура уже напоминает латаную-перелатаную постельную

принадлежность. Нужен закон, чтобы у властей были основания его исполнять, а у граждан – предъявлять властям претензии по неисполнению.

Мой друг Герман Полтаев всех заглянувших к нам в редакцию практикантов и абитуриентов напутствует еще и так: «Читайте больше». Впрочем, и всем штатным сотрудникам редакции рекомендует то же самое. По-моему, универсальный совет. А скорее, даже руководство к действию. Давайте читать больше – газеты, альманахи, журналы, законы (тоже небесполезно), умные (и даже не очень умные) книги. Давайте читать, размышляя и рассуждая о прочитанном – оно и интересно, и нашей культуре только на пользу.

Справка об авторах

Голуб Владимир Александрович, кандидат технических наук, доцент кафедры рекламы и дизайна Воронежского государственного университета.

Горбунов Алексей Юрьевич, директор художественной галереи «ХЛАМ».

Дьякова Тамара Александровна, доктор культурологии, профессор кафедры культурологии Воронежского государственного университета.

Ежова Елена Николаевна, доктор филологических наук, профессор, завкафедрой средств массовой информации Ставропольского государственного университета.

Ищенко Елена Николаевна, доктор философских наук, профессор, проректор Воронежского государственного университета.

Кройчик Лев Ефремович, доктор филологических наук, профессор, завкафедрой истории журналистики Воронежского государственного университета.

Лютый Вячеслав Дмитриевич, лит. и театральный критик, сотрудник журнала «Подъём».

Подгайный Борис Владимирович, журналист газеты «Воронежский курьер».

Сергунина Наталья Александровна, кандидат филологических наук, преподаватель кафедры истории журналистики Воронежского государственного университета.

Симонова Светлана Анатольевна, доктор философских наук, профессор, завкафедрой культурологии Воронежского государственного университета.

Томсон Ольга Игоревна, кандидат искусствоведения, доцент Санкт-Петербургского государственного академического института живописи, скульптуры и архитектуры им. И. Е. Репина.

Трембовельский Евгений Борисович, доктор искусствоведения, профессор, завкафедрой теории и истории музыки Воронежской государственной академии искусств, музыковед.

Тулупов Владимир Васильевич, доктор филологических наук, профессор, завкафедрой рекламы и дизайна, декан факультета журналистики Воронежского государственного университета.

Шевкунов Александр Николаевич, кандидат политических наук, доцент кафедры связей с общественностью Сургутского государственного университета.

Шестерина Алла Михайловна, доктор филологических наук, профессор, завкафедрой телевизионной и радиожурналистики Воронежского государственного университета.

Шильникова Ольга Геннадьевна, доктор филологических наук, доцент кафедры журналистики Волгоградского государственного университета.

Содержание

Введение.....	3
1. Художественная культура России начала XXI века: состояние и перспективы.....	4
<i>Дьякова Т.А.</i> Принцип нравственных запретов в культуре.....	4
<i>Ищенко Е.Н.</i> Философия и искусство: новая драматургия отношений.....	13
<i>Симонова С.А.</i> К проблеме нравственного оправдания современного искусства.....	20
<i>Трембовельский Е.Б.</i> От года культуры – к веку культуры?.....	30
<i>Томсон О.И.</i> Переживая Media.....	41
<i>Лютый В. Д.</i> Родовое древо и современное искусство.....	49
<i>Горбунов А.Ю.</i> Актуальное и реалистическое искусство: конфронтация или параллельность?.....	56
2. Современные СМИ в пространстве современной художественной культуры.....	63
<i>Кройчик Л.Е.</i> Двадцатый век мы прожили бездарно.....	63
<i>Шестерина А.М.</i> ТВ на службе у искусства?.....	74
<i>Шильникова О.Г.</i> «Синхронное самосознание» современной журнальной критики.....	87
<i>Тулупов В.В.</i> Изобразительная журналистика и газетный дизайн.....	116
<i>Сергунина Н.А.</i> Воронежские СМИ в Интернете: попытка критического обзора.....	130
<i>Голуб В.А.</i> Информационные технологии и проблемы современной фотографии.....	147
<i>Ежова Е.Н.</i> Корреляция рекламы с постмодернистской парадигмой творчества.....	154
<i>Шевкунов А.Н.</i> Фундаментальные проблемы	

информационного взаимодействия в условиях современной России.....	165
<i>Подгайный Б.В.</i> Вот ведь что интересно.....	180
Справка об авторах.....	184

Научное издание

ИСКУССТВО И СМИ

под ред. проф. Т.А. Дьяковой

Корректор: Т. П. Коновалова

Компьютерная верстка: П. И. Новиков

Дизайн обложки: О.В. Позднякова,

И.Е. Демидкина

Подписано в печать 27.09.12. Формат 60x84 1/16

Гарнитура Minion Pro

Бумага офсетная. Печать офсетная.

Усл. п. л. 11,75. Тираж 100 экз.

Воронежский государственный университет

Факультет журналистики

394068, Воронеж, Хользунова, 40-а

Тел. (473) 274-52-71 E-mail:vlvtul@mail.ru

Отпечатано в типографической лаборатории факультета
журналистики ВГУ