

Людмила Саенкова-Мельницкая  
Белорусский государственный университет  
(Беларусь)

## ТРАНСФОРМАЦИЯ СУЩНОСТНЫХ ОСОБЕННОСТЕЙ ЛИТЕРАТУРНО-ХУДОЖЕСТВЕННОЙ КРИТИКИ В СОВРЕМЕННОМ МЕДИАПРОСТРАНСТВЕ

Современные технологии не только повлияли на количество информации, но и во многом предопределили многовариантность подходов в осмыслении качества жизни, выявлении социальных параметров. Нынешнее время определяется философами, культурологами по-разному: эпоха глобализации, информационная эпоха, постиндустриальное общество, «вневременное время», «период информационного капитализма», «время пост-постмодернизма». Разные понятия предполагают наличие общих характеристик: стандартизация, унификация, массовизация, гиперинформатизация. В период предельной медианасыщенности наблюдается эффект, который известный представитель постмодернизма Ж. Бодрийяр обозначил следующим образом: «Информации становится все больше, а смысла все меньше» [6, с. 29]. Медианазгруженное общество оказалось более всего подвержено таким процессам, как «фрагментация общества» (либо «кастомизация» – термины М. Кастельса), чему способствуют все более расширяющиеся индивидуализированные формы коммуникации, диверсификация информации, внедрение в мир медиатехнологий, ориентированных на развлечение и досуг. В эпоху медиакратии, сложившейся к началу XXI в., универсальной эстетической характеристикой общества становится гламур. Обозначившиеся с конца прошлого века тенденции очень сильно повлияли на девальвацию ценностных приоритетов, на нивелирование важных критериев в оценке многих явлений, в том числе и искусства.

Одним из важных средств, способных репрезентировать художественные, аксиологические, нравственные смыслы искусства, является литературно-художественная критика. Несмотря на множество существующих дефиниций, критика чаще всего определяется как «способность к оценке, проверке» [5, с. 285]. Однако критика – это скорее познавательно-ориентирующая деятельность, которая формирует рефлексивно-оценочное отношение людей к различным культурным явлениям либо к их отдельным аспектам. Как писал в свое время известный литературный критик Н. Шелгунов, «сила критической мысли автора не в том, что он разбирает сам, а в том, что он заставляет думать вас» [1,

с. 195]. Способность критики влиять на обновление и совершенствование культуры, на развитие общества в целом обеспечивается ее свойством выносить критический анализ, суждения и оценки на публичное рассмотрение, стимулировать многосторонний обмен мнениями, в ходе которого преодолеваются узкие рамки индивидуального познания. Без критического сопоставления невозможна продуктивная селекция знаний, информации, культурного опыта вообще. Литературно-художественная критика как особый вид творческой деятельности более всего призвана реализовывать как познавательно-просветительскую, так и коррекционно-нормативную функцию. Этот вид критики в СМИ может быть весьма разнообразным в зависимости от редакционных установок и авторского целеполагания: художественным, публицистическим, научно-публицистическим, рекламно-репрезентационным. Некогда особенности литературно-художественной критики были предопределены типом издания: специализированным, массовым, популярно-развлекательным. Еще Ш. Сент-Бёв заметил, что «есть критика двух родов»: одна – «рассудительная, сдержанная, более узкая по своей теме», которая «разъясняет» прошлое, «классифицируя и располагая в определенном порядке имена и факты»; «в понятие критики другого рода, довольно удачно выраженной словом «журналистика», я вкладываю представление о том, более разностороннем, гибком, подвижном искусстве, которое развилось... из писем ученых мужей, где оно чувствовало себя несколько скованным, быстро переключалось на страницы газет, беспрестанно умножая число последних, и благодаря породившему его книгопечатанию стало одним из наиболее действенных орудий современности» [4, с. 167–168]. Мысль французского критика XIX в. можно считать весьма современной, поскольку, начиная с 1990-х годов, литературно-художественная критика стала заметно трансформироваться из «рассудительной» в «разностороннюю». По сути, автор ставит знак тождества между литературно-художественной критикой и той частью журналистики, которая в нынешнее время условно называется «культурной» (журналистские публикации о культуре и искусстве).

Изначально сформировавшаяся в прессе литературно-художественная критика выделялась из общего информационного контекста, поскольку была и «движущейся эстетикой», и интеллектуальным центром, и рекреативным пространством. В годы становления массовой прессы литературно-художественная критика всегда была той сферой, которую справедливо можно было бы назвать гуманистической, поскольку в произведениях известных критиков были воплощены принципы, про-

возглашенные еще родоначальниками этой прессы Дж. Пулитцером и Р. Хёрстом, которые хоть и отдавали должное коммерческой выгоде, но не забывали и про другие приоритеты: «приверженность человеческим интересам, обращение к традиционным ценностям». Критика не сводилась только к информированию, она действительно «воспитывала анализом». Функции и смысл критики были предопределены не столько идеологическими параметрами, сколько собственно эстетическими. По степени проявления авторского «я» произведения критиков были ярко публицистическими. Осмысление артефакта, события, творческой личности всегда предполагало проекцию на нечто гораздо большее. Известный философ В. Библер ввел понятие «мир впервые». По библеровской концепции, собственно культура, творчество – это творение «мира впервые», то есть взгляд на мир словно впервые, когда происходит откровение общечеловеческих ценностей как будто заново открытых, когда известные истины вновь обретают в сознании человека свой сокровенный смысл. Именно это творение «мира впервые» всегда отличало лучшие произведения литературно-художественной критики. Такие тексты действительно были фактом культуры. Авторами подобных публикаций могли быть люди, обладающие как эстетическим вкусом, так и специальной подготовкой. Не всегда такими авторами были журналисты. Разножанровые публикации критиков, появившиеся в массовых изданиях, представляли такую степень аналитической насыщенности, такой уровень авторских размышлений, что заметно выделяло их из общего газетно-информационного потока. Они были не только зоной «досуга и отдыха» в массовом издании, но и сферой эстетического удовольствия, открытия новых «миров», интеллектуального познания. По сути, литературно-художественно-критическое творчество представляло синтез научной системности, публицистической эмоциональности, эстетической содержательности. Естественно, что такая основа давала право говорить о подобных публикациях, с одной стороны, как о журналистских текстах, с другой – как о научных исследованиях, с третьей – как о произведениях искусства в области литературно-художественной критики.

Процессы демократизации и либерализации, начавшиеся в перестроечное время, не только изменили типологию периодических изданий, но и заметно изменили качество журналистских публикаций. В журналистике обозначились явления, которые свидетельствовали о выпадении некоторых СМИ из пространства культуры. Журналистика, как в зеркале, отражала процесс формирования определенного деструктивного поля. Это было связано с меняющимся на глазах социокультурным

контекстом и концепцией человека. Некоторые исследователи определили это явление как «дегуманизацию логосферы», «игнорирование этических принципов, разрушение эстетических традиций, словесный «беспредел», деформацию общечеловеческих ценностей» [3, с. 109]. Журналистика стала приспособливаться к усредненным и, как правило, невзыскательным вкусам. Грань между качественными и таблоидными СМИ оказалась весьма зыбкой.

Определенные «мутации» произошли и с литературно-художественной критикой. Принципы, методы, тематическое поле, жанровая структура критики заметно изменились. Она стала менее информативной, но в большей степени информационной, менее художественной, более развлекательной. Вместо выделения смысловых доминант произведения искусства акценты все больше делались на том, чтобы завлечь, позабавить, угодить массовому вкусу. Многие издания, претендующие на роль качественных, в разговоре об искусстве перешли на сниженный стиль и преднамеренное умаление важных смыслов. На страницах периодики запестрели заголовки «Антикиллером по Кукушке» (речь шла о фильмах «Антикиллер» и «Кукушка»), «Янковский захотел удушить Сухокурова» (о фильме «Бедный, бедный Павел»), «У Маши та-а-кая попа» (интервью с О. Табаковым). В некоторых изданиях вместо анализа художественного целого произведение выглядело как лоскутное одеяло, сшитое по специфическим лекалам-подзаголовкам: «Про что», «Главный козырь», «Обратите внимание», «Пикантная подробность», «Любопытное обстоятельство», «Важный момент», «Что это?». Фильм «Жизнь Адели» вообще стал выглядеть только как фильм «про это». Надо полагать, если бы сегодня вышел фильм «Летят журавли», то он бы дал повод многим изданиям «извлечь» из него смысл только о предательстве, измене или любви «на троих». В печати забвению были преданы те жанры, которые в отечественной теории и практике журналистики всегда назывались «аналитические», «художественно-публицистические». Со страниц газет, журналов (не только массовых, но и специализированных) исчезли творческие портреты, рецензии, проблемные статьи, обозрения. Их место заняли исключительно аннотации, рекламные анонсы, «домашние» интервью, светская хроника. Даже если по форме это была большая публикация, то по содержанию напоминала все тот же анонс. Акцент делался на то, чтобы в информации доминировала развлекательная часть. Ушли в небытие такие формы, как дискуссии, разные мнения по поводу одного произведения, диалоги, полилоги. Инфотейнмент как востребованный жанр стал доминировать не только в аудиовизуальных,

но и в печатных СМИ. За это время появился новый зритель, который по-прежнему нуждается если не в интеллектуально-эстетическом удовольствии от прочитанного по поводу того или иного произведения искусства, то хотя бы в грамотном разъяснении что есть что. Именно современный, и особенно молодой, зритель (читатель, слушатель) очень часто не понимает, «что такое хорошо и что такое плохо» в искусстве и вообще что является искусством, а что нет.

В СМИ обозначились другие интересы. Отпала необходимость в критиках, поскольку вместо анализа художественного процесса стало важным репрезентировать артефакты, предназначенные для массового потребления. Новые финансово-экономические условия продиктовали иные правила: заработная плата штатных журналистов напрямую стала зависеть от количества строк. Конкурентная борьба изданий за рынок повлекла за собой типологические изменения по следующим позициям: изменение редакционной политики, переориентация на другого читателя, трансформация формы издания и жанровой палитры. Литературно-художественная критика перестала быть самоценным культурным полем журналистики. Постепенно само понятие «литературно-художественная критика» стало заменяться другими понятиями: театральная журналистика, киножурналистика, музыкальная журналистика, арт-журналистика. Новые термины обозначили смену акцентов и качественных характеристик. Литературно-художественная критика из сферы журналистики «интеллигентной», «аналитической» перешла в сферу журналистики «сервильной», «коммерческой», «информативной».

В начале XXI в. критика, окончательно отказавшись от статуса «движущейся эстетики», утвердилась в другом статусе – потребляемой эстетической информации, поскольку, как писал Р. Барт, «общество стало потреблять критические комментарии совершенно так же, как оно потребляет кинематографическую, романическую или песенную продукции» [2, с. 323]. Информация, текст, являясь продуктом творческого труда, в то же время стал частью производственно-коммерческого процесса, то есть товаром. Критерием качества любого товара является его продаваемость. Показатели продаваемости, максимальной востребованности стали безусловными и абсолютными относительно всех авторских текстов, независимо от темы, стиля, авторского целеполагания. По сути, любой автор в нынешней технологичной медиасреде почувствовал абсолютную зависимость от потребностей, предпочтений массовой аудитории. В нынешней ситуации диктата потребительских вкусов изменились подходы: важно не раскрыть содержательную значимость и

художественную притягательность (либо отсутствие таковой) произведения, а «легче», «веселее» представить журналистский текст как товар. Зависимость от массового потребления и явный расчет только на это изменил все составляющие медиапространства. Но ведь и сто лет назад в пору формирования пространства массового потребления и аудитории массовых потребителей тоже важным было удовлетворить вкусы этой аудитории. Однако родоначальники массовой печати все-таки понимали, что есть сфера, не совсем поддающаяся «массовизации» и «стандартизации». Такой сферой было искусство. Поэтому для освещения этой сферы в редакции приглашались профессиональные критики, писатели.

Практика современного медиапространства в определенной степени исключает критику как вид творческо-аналитической, оценочно-познавательной деятельности, как важный механизм сохранения культуры в целом. Без критического сопоставления, исследования невозможна продуктивная селекция знаний, информации, культурного опыта вообще. Ситуация в современных СМИ прямо противоположна той, которая была еще несколько десятилетий назад. На этот вид деятельности более всего возлагаются сервильно-рекламно-развлекательные обязанности. Произошедшие «мутации» многое изменили и в критике: принципы, методы, темы, жанровую структуру, само отношение к «эстетической реальности», понятие «автор». Гуманизация информационного пространства, принципы которой были заложены много десятилетий тому назад и о необходимости которой говорят современные ученые, предполагает и наличие качественной литературно-художественной критики.

### *Литература*

1. Баранов, В. И. Литературно-художественная критика / В. И. Баранов, А. Г. Бочаров, Ю. И. Суровцев. – М.: Высшая школа, 1982. – 206 с.
2. Барт, Р. Избранные работы. Семиотика. Поэтика / Ролан Барт. – М.: Прогресс, 1989. – 616 с.
3. Князева, М. Стратегии культуры и система СМИ / М. Князева // Журналистика в 2009 году: трансформация систем СМИ в современном мире: материалы Междунар. науч.-практ. конф. – М.: Ф-т журналистики МГУ, 2010. – С. 107–119.
4. Сент-Бёв, Ш. Литературные портреты. Критические очерки / Шарль Сент-Бёв. – М.: Художественная литература, 1970. – 607 с.
5. Философский энциклопедический словарь. – М.: Советская энциклопедия, 1989. – 810 с.
6. Уэбстер, Ф. Теории информационного общества / Фрэнк Уэбстер. – М.: Аспект Пресс, 2004. – 398 с.