

Татьяна Орлова

Белорусский государственный университет

ОТРАЖЕНИЕ В СМИ ВОЗДЕЙСТВИЯ РАЗВЛЕКАТЕЛЬНЫХ ПРОИЗВЕДЕНИЙ ТЕАТРАЛЬНОГО ИСКУССТВА НА АУДИТОРИЮ

Многочисленные споры в печатных и электронных СМИ о негативном воздействии развлекательных шоу, легких комедий, триллеров на поведенческие и эмоциональные действия людей давно нуждаются в объяснении, систематизации и прогнозировании. Фундаментальные причинно-следственные связи в этой сфере сегодня никем серьезно не исследуются. Импульсивные неконтролируемые оценки часто приводят не к поиску истины, а к формированию враждебного отношения потребителей СМИ к высказанному мнению.

Не секрет, что в конце XX – начале XXI века сменились трактовки развлекательных медиапроизведений и медиасообщений. Ученые предлагают новый взгляд на выбор развлечений и эффект воздействия всевозможных шоу на аудиторию, исходя из формальных наблюдений, а не из систематизированного отбора фактов. Феномен медиавоздействия пока еще лишен качественного и количественного описания, которые могли бы выдвинуть сколько бы то ни было серьезную гипотезу. Напомним, что в основе всех развлекательных медиапроизведений лежит театрализованная основа. Именно с ее помощью можно попытаться определить секреты и результаты медиавоздействия.

Еще античные философы на основе наблюдений за театральными акциями в Древней Греции задумались над взаимоотношениями забав, веселья и нравственности. С распространением религий и внесением в жизнь людей различных ритуалов стал формироваться взгляд на всякие развлекательные произведения как на греховные. И только в наше время начал использоваться перспективный метод изучения потребностей разных социальных классов, для которых характерны разные доходы, образование, статус в обществе, профессия. Как показали новейшие исследования психологов и специалистов-коммуникаторов, в основе лежит мотив – образование. Образованность предполагает широкий круг интересов, при которых творчески и критически воспринимается образ реальности, формируемый легким развлекательным искусством.

Нельзя сбрасывать со счетов и мировоззрение зрителей – их убеждения, взгляды, ценности, даже заблуждения, которые способны создавать определенные комплексы восприятия художественной продукции. Так,

засилие на телеэкране развлекательных шоу, бесчисленных игр и поп-культуры становится для зрителя моментом обучения и веры в то, что это единообразие, щедро подкрепляемое записанным заранее смехом и аплодисментами, является единственно правильным. И только культурные различия образованных и убежденных в своих взглядах зрителей (а это чаще всего немолодая аудитория) помогают критически оценивать радикальные изменения в потоке развлекательной медиапродукции.

Зрители, которые потребляют большой объем теле-, видео- и интернет-информации, очень зависимы от развлекательной идеологии. Театр как вид искусства, формирующий образ действительности, не входит в сферу их интересов. Он представляется им усложненным и скучным, что в значительной мере инстинктивно подтверждается публикациями СМІ. Печатная продукция вяло пытается разрушить этот традиционный стереотип из-за невозможности конкуренции с электронными СМІ. В то же время и само театральное искусство, находящееся в жестких рыночных условиях выживания, начинает делать ставку на легковесную литературу и теряет часть образованных интеллектуальных зрителей. Однако некоторые серьезные сдвиги в театральном пространстве начинают происходить в сторону обращения интереса к качественному развлечению, которым по существу и является театр. Возможно, это повлечет возвращение части потерянной аудитории. Театр остается двойником реальности. Живым, дышащим, сиюминутным.

Обнадеживает увеличение количества и качества театральных международных фестивалей, которые включают нашумевшие в мире премьеры и тешат тщеславие не слишком продвинутой в искусстве, но обеспеченной публики, а также побуждают молодежь не отставать от моды. Такие фестивали начинают спонсировать солидные организации. В Минске это Белгазпромбанк.

Не следует забывать, что комедии, игровые шоу, мюзиклы, танцевальные и музыкальные перформансы, даже спортивные мероприятия в основе своей являются театрализованными. Они обладают рекреативным воздействием и предназначены в том числе для снятия жизненных стрессов. Вопрос лишь в том, чтобы избыток развлечений не уводил от глобальных проблем жизни. Известно, что культура постмодернизма не признает глубокой смысловой ценности. Она диктует приоритет симулякров и симуляции всех видов. Нашим СМІ надо чаще напоминать о существовании вечных нравственных ценностей, которые в современном искусстве иногда задавлены радикальным и пустым формотворчеством, приятным малообразованной публике.