

не з формай і стылем крытычнага твора, суб'ектывізацыя і персаналізацыя крытычных тэкстаў, скіраванасць на дыялог з аўтарам і чытачом задаюць магчымасці пашырэння інтэртэкстуальнасці.

Уплываючы на эфектыўнасць крытыкі, інтэртэкстуальнасць спрычыняецца да развіцця літаратуры, назапашвання і ацэнкі тэкставага багацця грамадства.

Галіна Багданава

Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт

КЛАСІКА ЯК КОД НАВАТАРСТВА (з гісторыі дзвюх мастацкіх рубрык)

У праграме навучання дызайнераў існуе так званая «сістэма аналогій», калі студэнты, перш чым ствараць вобраз, напрыклад, сучаснага карабля, дакладна вывучаюць, капіруюць узор старажытнай лодкі. Такім чынам, на падсвядомым узроўні засвойваецца эталон гармоніі (прыгожа, карысна, зручна). Адзін з самых папулярных сёння расійскіх мадэльераў-наватараў Вячаслаў Зайцаў прызнаваўся, што ў свой час гадзінамі сядзеў у бібліятэцы і капіраваў адзенне розных часоў і народаў. А пачынальнік абстракцыянізму В. Кандзінскі, як і яго паплечнікі Н. Ганчарова і М. Ларыёнаў, ніколі не хавалі, што да эксперыментаў з рытмам і колерам іх падштурхнула традыцыйная народная творчасць. Дарэчы, зафіксаваны ў свой час этнографам М. Раманюком класічныя жаночыя народныя строі былі пасля не раз панаатарску вобразна пераасэнсаваны такімі вядомымі сёння ў свеце беларускімі мастакамі, як Г. Вашчанка, Ул. Савіч, М. Селяшчук і іншыя.

Можна выказаць гіпотэзу, што ў кожным класічным творы прафесійнага або народнага мастацтва закладзены пэўны архетып, код, што дазваляе дасягнуць максімальнага ўздзеяння на самае шырокае кола гледачоў. У кожным наватарскім творы, які адразу або праз пэўны час робіцца папулярным, абавязкова ёсць павязь з традыцыяй.

Але сёння, калі з праграм сярэдніх школ быў выключаны такі прадмет, як «Сусветная мастацкая культура», моладзь пазбаўлена магчымасці сістэмна знаёміцца з класікай, а значыць, ёсць небяспека, што і наватарскія вышукі ў мастацтве будуць ёй не надта зразумелыя.

І тут узрастае роля перыядычных ілюстраваных выданняў (не толькі часопісаў, але і газет). Змяшчаючы серыі цікавых артыкулаў з гісторыі класічных твораў, можна пастаянна мець перад вачыма камертон гармоніі і густу. Эстэтызуючы такім чынам грамадства, ёсць магчымасць

значна паўплываць і на этычную атмасферу. Нашыя сучаснікі, выхаваныя кіно, тэлебачаннем, інтэрнэтам, вельмі востра ўспрымаюць якраз менавіта візуальную інфармацыю. І калі замест фота маньяка будзе змешчаны арыгінальны класічны твор жывапісу, ён несумненна, як класічная музыка, гарманізуе ўнутраны свет чытача. У некаторых беларускіх перыядычных выданнях, у прыватнасці, у навукова-папулярным часопісе «Мастацтва» (да 1992 года – «Мастацтва Беларусі») і маладзёжным часопісе «Першацвет» у 1980-я–2000-я гады, як нам здаецца, склалася унікальная практыка падачы падобных матэрыялаў. І тым, хто сёння захоха весці рубрыку пра класічныя творы беларускага і сусветнага мастацтва на старонках як рэспубліканскіх, так і рэгіянальных выданняў, ёсць сэнс звярнуцца не толькі да інтэрнэту, але і да вышэйназваных часопісаў.

У часопісе «Мастацтва Беларусі» з самага пачатку (з 1983 года) вялася рубрыка «У альбом калекцыянера». У ёй змяшчалася эфектная каляровая ілюстрацыя беларускага архітэктурнага помніка або класічнага твора выяўленчага, народнага мастацтва і кароткі, але максімальна інфарматыўны артыкул пра яго. Аўтарамі былі ў асноўным мастацтвазнаўцы (Л. Дробаў, В. Шматаў, Я. Сахута, М. Раманюк, А. Кушнярэвіч і іншыя), таму артыкулы інфарматыўна насычаныя, у іх пераважае навукова-папулярны, часам чыста навуковы стыль. Пад рубрыкаю «У альбом калекцыянера» можна было прачытаць пра такія помнікі культуры, як «Касцёл у Ішкалдзі», «Жніво» М. Сеўрука, «Беларус з люлькай» М. Філіповіча, «Калінкавіцкі строй» і іншыя. Матэрыялы змяшчаліся такім чынам, што іх лёгка вырваць з часопіса і аб'яднаць у асобны альбом. Ілюстрацыі можна было выкарыстоўваць на занятках па гісторыі мастацтва.

У канцы 1980-х падобным чынам змяшчаліся творы пад рубрыкай «У дапамогу настаўніку». У 2003 годзе на старонках часопіса «Мастацтва» з'яўляюцца рубрыкі, дзе пішацца пра асобныя класічныя творы сусветнага і беларускага мастацтва. На жаль, вялікія эфектныя ілюстрацыі класікі не публікуюцца. На той час ужо з'явіліся і набывалі распаўсюджанне дыскі з рэпрадукцыямі мастацкіх твораў.

Адноўлены часопіс «Першацвет», што выходзіў у 1999–2001 гадах, быў разлічаны на моладзь. І, як сведчылі лісты ў рэдакцыю, моладзь з цікавасцю чытала матэрыялы пад рубрыкаю «Кунцкамера. Гісторыя мастацтва ў вобразах». Тут былі змешчаны выдатныя ілюстрацыі як замежнай, так і беларускай мастацкай класікі, у прыватнасці «Музыканткі» (старажытнае гіпсавое роспіс), «Ніка Самафракійская», «Вечная вясна» Радэна, «Таполі» К. Манэ, «Зімовы сон» В. Бялініцкага-Бірулі і многія іншыя.

Кожная публікацыя мела пэўную ўстойлівую кампазіцыйную структуру. У артыкуле былі звесткі не толькі пра сам твор, але і пра эпоху, калі ён створаны, пра аўтара. У канцы змяшчалася своеасаблівая паэтычная формула мастацкага твора і, што вельмі важна для маладзёжнага выдання, «Хатняе заданне», кожны раз арыгінальнае.

Нам здаецца, рубрыкі, падобныя да такіх, як «У альбом калекцыянера» («Мастацтва Беларусі» («Мастацтва»)) і «Кунцамера. Гісторыя мастацтва ў вобразах» («Першацвет») могуць быць актывізаваныя на старонках сучасных папулярных выданняў.

Роман Баканов

*Казанский государственный университет
им. В. И. Ульянова-Ленина (Россия)*

К ВОПРОСУ О СОВРЕМЕННОМ СТАТУСЕ МЕДИЙНОЙ КРИТИКИ В РОССИИ

20 сентября 2010 года у российской телевизионной критики юбилей. В этот день 50 лет назад редактором журнала «Новый мир» А. Твардовским был подписан в печать октябрьский номер со статьей В. Саппака «Телевидение, 1960: Из первых наблюдений». Пять десятков лет – значительный период. За это время телекритика и развивалась, и после слов председателя Гостелерадио СССР С. Лапина «Критиковать телевидение все равно, что критиковать советскую власть» около 25 лет была под негласным политическим запретом. В начале 1990-х годов, вместе со становлением коммерческого и многопрограммного телевидения в нашей стране, это направление снова появилось на страницах как федеральных, так и региональных изданий. Сегодня телевизионная тема занимает определенное место в повестке дня российских федеральных и иногда региональных изданий.

Но, несмотря на зрелый возраст, у научного и журналистского сообщества и по сей день имеются большие сомнения в статусе медийной критики. Этому способствуют несколько факторов, в том числе непрофессионализм отдельных критиков, попытки под видом аналитики сделать скрытую рекламу передач и т. д. Однако, на наш взгляд, основной проблемой крайне неоднозначного восприятия медиакритики (представленной главным образом телекритикой) журналистами-практиками являются ее спорные и шаткие этические позиции. Как правило, практики

не принимают критику в свой адрес, а иногда болезненно реагируют на нее, в своих выступлениях публично «давая сдачи», как они считают, неудачникам в профессии. Поскольку подавляющее большинство словесных критических «стрел» критики выпускают в работников телевидения, то отвечать приходится ведущим популярных передач или менеджерам телекомпаний. Их реплики обычно сводятся к проблеме: «Кто они такие, чтобы нас критиковать? Проекты, которые эти люди пытались делать на ТВ, были закрыты из-за низких рейтингов. Есть ли у вас, господа, моральное право рассуждать о том, что и как надо нам делать? Не учите нас, мы сами знаем, каким должно быть телевидение!».

Еще одним упреком в адрес медийных критиков является проблема отсутствия четких критериев анализа, а также необедительность доказательств. Для работников ТВ нет авторитетных телекритиков (во всяком случае, фамилий не называется). Это привело к тому, что, несмотря на многочисленные выступления таких известных и цитируемых авторов, как А. Вартанов («Журналист»), Ю. Богомолов («Российская газета»), И. Петровская («Известия»), С. Тарощина («Газета»), А. Кондрашов и К. Ковалев («Литературная газета»), телевидение продолжает развиваться в качестве бизнес-индустрии развлечений. Можно сказать, что телевизионщикам не нужна критика в свой адрес, ведь одна из ее задач – объяснить аудитории используемые на ТВ механизмы и способы повышения зрительского внимания к передачам и, соответственно, увеличения их рейтинга. А все, что касается больших денег, должно быть скрыто.

Таким образом, учитывая сложившуюся ситуацию, о партнерстве журналистов-практиков и медийных критиков пока говорить не приходится. В сообществе журналистов нет единого понимания, что такое медийная критика и чем она должна заниматься. Порой можно прочесть или услышать мнения, что данное направление вообще не имеет права на существование в современных условиях развития журналистики России. Коллеги в большинстве своем считают телекритикой все, что публикуется о ТВ. А вот что знают о телекритике обычные граждане? Ответ на этот вопрос могло бы дать масштабное исследование с участием социологов, но на его проведение нужно соответствующее финансирование.

Полагаем, что в современных условиях медийный критик имеет право считаться не только «внимательным телезрителем», «толкователем» тенденций, характерных для современного информационного рынка, но и лидером мнений. Лидеры мнений – авторитетные в той или иной области люди, добившиеся признания благодаря своему творчеству. С сожалением