

ВВЕДЕНИЕ

Данной монографии было суждено стать второй в серии «Петербургская школа журналистики и МК», которая выходит в издательстве «Алетейя». Предыдущая книга носила название «Теория журналистики в России» и была посвящена основным дисциплинарным направлениям в комплексе научного знания о журналистике. Эстетика, без сомнения, обладает высоким потенциалом для того, чтобы пополнить перечень субдисциплин теории журналистики. На данном этапе авторы монографии не ставили перед собой такой амбициозной задачи. Вместе с тем нельзя не замечать, что в последние годы растет интерес исследователей и практиков к эстетическим ресурсам журналистского произведения, явно сказывающихся на расширении творческих горизонтов профессии и усилении конкурентных преимуществ в современной медиасреде. Поэтому настоятельной необходимостью становится развитие взглядов на эстетику журналистики не только в русле феноменологии, но и в контекстах профессиональной идентичности и функционирования журналистики как социального института. Такой подход и определил структуру данной монографии и те проблемные доминанты, которых придерживаются ее авторы.

Раздел «Эстетика журналистики: поле исследования» открывается главой «Эстетика журналистики как область теоретического осмысления» (автор — доктор филологических наук, профессор [СНБГУМ](#) А. Бережная). В ней обозначены предпосылки формирования предметного поля, связанного с эстетизацией социальной реальности в СМИ, и предложены профессиональные координаты для рассмотрения эстетических категорий, представляющие одновременно и рамку, и направления как исследований общетеоретических вопросов нового предметного поля, так и конкретного анализа эстетических практик.

В главе «Трансформации журналистской деятельности в контексте культурных и коммуникативных практик» (авторы — доктор

культурологии, профессор ВШЭ А. А. Новикова и кандидат филологических наук, профессор ВШЭ И. В. Кирия) показано, как меняется характер эстетического воздействия журналистики на аудиторию. По мнению авторов главы, журналистика все меньше стремится удовлетворять когнитивные потребности аудитории (эти потребности в новой технологической ситуации удовлетворяются иными способами) и уделяет больше внимания иным (в частности, аффективным) потребностям. Одним из ключевых понятий становится иммерсивность как набор приемов эстетического воздействия на читателя и зрителя, позволяющий вовлекать их в мультимедийную или трансмедийную среду повествования. Рассматривая стремление к вовлечению публики в художественное пространство как традиционный способ коммуникации с аудиторией, авторы главы подробно останавливаются на приемах, характерных для последних десятилетий развития медиаиндустрии, среди которых выделяют приемы инфотейнмента, сыгравшие важную роль в процессе гибридации творческих методов журналистики.

В разделе «Концепции и методологии в эстетике журналистики» сделана попытка выявить научные обоснования и подходы в данной области, проследить процессы осмысления профессиональных практик в аспекте формирования эстетических взглядов на журналистику. В главе «Эстетизация журналистского текста как герменевтическая категория» (автор — доктор филологических наук, профессор СПбГУ Б. Я. Мисонжников) рассматривается, как в эстетике публицистического текста раскрываются его смыслы. Прослеживая в коротком обзоре становление эстетики как науки, автор обращается к категории эстетиза, которая приобретает герменевтическую инструментальность, и подробно анализирует понятие архитектоники как модуса общего эстетического плана произведения. Рассматривая на примере журналистских текстов уровни восприятия, в которых проявляются отношения рассудочного и эмоционального, автор показывает, как категории эстетики, архитектоники, эстетизиса, эстемы и ноэмы позволяют с достаточной полнотой представить эстетическую идентификацию публицистического произведения.

В главе «Речевая форма журналистского текста: уровни эстетизации» (автор — доктор филологических наук, профессор СПбГУ Н. С. Цветова) продолжается размышление об эстетической идентичности журналистского текста, отмечается необходимость выявления уровней и принципов эстетизации медиатекста, признания системности процесса эстетизации, а также подчеркивается, что

совершенство медиатекста обеспечивается соответствием всех компонентов процесса текстопорождения определенным требованиям. Уровни эстетизации текста связаны с его смысловой структурой, зависящей от событийно-фактологической основы и темы-идеи, с речевой компетентностью автора, имеющей ряд специфических проявлений, которые рассматриваются в главе, и с восприятием медиатекста адресатом. Отмечается, что, с одной стороны, многоаспектность форматирования журналистского текста определяет преимущественно феноменологический подход к его эстетической оценке, а с другой — профессиональные координаты предполагают подчиненность практики традиционным эстетическим и этическим нормам и принципам.

Раздел продолжает глава «Эстетика публицистического нарратива» (авторы — доктор филологических наук, доцент СПбГУ А. А. Пронин и доктор филологических наук, профессор Балашовского института (филиала) Саратовского государственного университета им. Н. Г. Чернышевского Л. В. Комуцци), которая обращает внимание читателя на особый способ и результат субъективно-авторского конструирования цельной истории о невымышленных событиях по законам художественного повествования, что характерно для журналистской практики. Эстетическое своеобразие разных в структурно-композиционном аспекте нарративов прослеживается в их сопоставлении, для которого были выбраны публикации в жанрах репортажа и журналистского расследования.

Процесс эстетизации журналистских текстов в аспекте визуализации представлен в главе «Эстетика визуализации в русской дореволюционной журналистике» (автор — кандидат филологических наук, доцент СПбГУ Е. С. Сони́на). Это интереснейшее исследование изменения облика ведущих периодических изданий России: автор рассматривает, как модернизировались приемы визуализации информации в XVIII — начале XX веков и что входило в иконическую знаковую систему русской дореволюционной печати, демонстрирует типы иллюстрирования русской дореволюционной периодики — графическую иллюстрацию и информационную графику.

Тему визуализации в журналистике естественным образом продолжает глава «Фотожурналистика: эстетические трансформации визуального языка» (автор — фотожурналист и преподаватель СПбГУ А. И. Беленький), в которой рассматривается эволюция информационного и эстетического поля визуальной журналистики. Опираясь на аналитические ресурсы и труды известных теоретиков и исследователей, а также собственный тридцатилетний опыт рабо-


ты фотожурналистом, автор предлагает проследить трансформацию фотографического контента в СМИ и зависимость этих изменений от объективных (технических, культурных, социальных) факторов. Историческая детерминированность трансформаций не только определяет изменения профессиональных практик фотожурналистов, но и меняет восприятие фотографического медиаконтента аудиторией. Автор обращает внимание на то, что расширение визуальных коммуникативных практик, которое происходит с участием не только профессионалов, но и любителей, делает фотографические изображения частью ткани современной жизни и медиасреды. Это порождает серьезную проблему: влияние цифровых технологий на изображение формирует новую эстетику и одновременно вселяет неверие в достоверность журналистских публикаций даже в традиционных СМИ.

Проблематика достоверности в аудиовизуальной журналистике рассматривается и в главе «Аудиовизуальная журналистика: технологии и творчество» (автор — доктор искусствоведения, профессор СПбГУ В. Ф. Познин). Прослеживая становление отечественного телевидения, автор демонстрирует, насколько изменения сугубо технического характера способны оказывать влияние на эстетические практики журналистики и восприятие экранного продукта. Однако такое влияние неоднозначно, двойственно: технологическая обусловленность эстетики аудиовизуальной журналистики не означает зависимость прямой линейной и может приводить к различным творческим результатам.

Название раздела монографии «Эстетические практики журналистики» говорит само за себя. Здесь представлены некоторые примеры эстетического осмысления времени, личности, процессов и проблем в разных журналистских текстах (в широкой трактовке этого понятия).

В главе «Художественные журналы Серебряного века как эстетический феномен» (автор — доктор философских наук, профессор СПбГУ Е. А. Каверина) рассматривается эстетически осмысленное единство концептуальных, вербальных и визуальных компонентов в журнальном тексте, существующих в органической связи и образующих журнал как целостную структуру. Автор раскрывает феномен журналов Серебряного века как воплощение модернистского мифа — построения жизни как художественного произведения и представления ее как эстетического метатекста.

Возможности журналистики в передаче чувства времени — исторического, социального, субъективного и т. д. — представлены

в главе «Время в экранной документалистике» (автор — В. Ф. Познин). Будучи опытным документалистом, автор с детальным знанием материала описывает приемы создания образа времени, смены и динамики периодов, выделяя временные структуры журналистского произведения: горизонтальная передает ощущение короткого периода, в течение которого ничего не происходит, вертикальная создает историю, нарратив, а квантовая  создает историю отрезков времени, позволяя передвигаться от одного к другому. Тему субстанции времени в ткани публицистического нарратива продолжает глава «Публицистический кинонарратив: феномен телесности» (авторы — А. А. Пронин, Л. В. Комуцци), в которой продемонстрированы формы презентации нарратива и фигуры экранной нарратива, проявляющие иерархичность в представлении на экране телесного человека.

К проблематике человека обращена завершающая глава данного раздела «Эстетика повседневности в тележурналистике» (авторы — М. А. Бережная, кандидат филологических наук, доцент СПбГУ Е. П. Почкай). Авторы указывают на сближение эстетики двух направлений в этом тематическом поле — социальной журналистики и так называемой служебной (сервисной, потребительской) журналистики. Если главным функциональным вектором первого направления является поиск путей преодоления проблем, а в основе публикаций, как правило, лежит негативный социальный опыт, требующий исправления или профилактики последствий, то второе направление ориентировано на полезную информацию, потребительский интерес, позитивный житейский, бытовой опыт.

Эстетическая феноменология журналистики дает неисчислимое количество поводов для исследования, которые будут, как мы надеемся, дополнять и расширять наше представление о предметном и проблемном поле эстетики журналистики. Этот коллективный труд будет способствовать соединению разрозненных наблюдений и исследований на необычайно многообразном и увлекательном направлении научного осмысления современной журналистики.

1. ЭСТЕТИКА ЖУРНАЛИСТИКИ: ПОЛЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

1.1. Эстетика журналистики как область теоретического осмысления

1.1.1. Проблемное поле: тенденции формирования

Актуализация и неизбежность формирования эстетики журналистики как особой отрасли научного знания определены целым рядом обстоятельств современной медиасреды. Во-первых, мы наблюдаем стремительное расширение спектра выразительных возможностей журналистики, обусловленных развитием новых технологий медиапроизводства, во-вторых, аналогичная палитра выразительных средств находит применение в иных коммуникативных потоках и родственных специальностях, что способствует смещению представлений о специфике именно журналистского произведения, в-третьих, сама журналистика активно использует творческие практики, характерные для экранных искусств, сближая при этом художественное и документальное, и, наконец, в-четвертых, в новой коммуникативной и экономической медиареальности информационное перенасыщение определяет эмоциональную, чувственную, т. е. эстетическую ~~перво-~~нову выбора читателем, слушателем, зрителем опубликованного материала и его воздействие. В этом контексте формирование проблемного поля эстетики журналистики сопряжено как с исследованием ее эстетической феноменологии, средств эстетического воздействия, эстетических критериев оценки публикаций, так и с определением идентичности профессиональных практик, аспектами функционирования журналистики как социального института, процессами формирования эстетических взглядов на журналистику.

Журналистика встроена в среду обитания человека, давая человеку эстетический опыт, который может обнаруживаться в стороне

от видов художественной деятельности. Как указывает Р. Шустерман вслед за Д. Дьюи, «мы приобретаем этот опыт, участвуя во всякого рода корпоративных и спортивных мероприятиях, парадах, наблюдая фейерверки, продумывая убранство своего жилища, покупая себе одежду... Мы приобретаем его, посещая сайты в Интернете и концерты представителей поп-культуры, смотря телевизор и кинофильмы и т. д.»¹. При этом в природе журналистики заложена эстетическая функция, которая реализуется не только через содержательные или дидактические компоненты публикаций, но и с помощью совокупности выразительных средств и компонентов, что способствует формированию эстетических впечатлений, вкусов, идеалов. Будучи генетически взаимосвязана с риторикой, литературой, визуальными и зрелищными искусствами, журналистика проявляет себя как в русле эстетического освоения действительности, понимаемого нами в значении баумгартенского чувственного познания², так и в аспектах соотношения с «идеалом», идеей предмета³.

Синкретичность, интерактивность и возрастающая визуализация современных форм журналистики, предполагающие вовлечение аудитории в процесс восприятия и производства текста, делают эстетику той областью, в которой создаются и развиваются важнейшие факторы взаимодействия производителя и потребителя контента — журналиста и читателя, слушателя, зрителя. «Медиа инсталлированы в нашу способность понимать мир в его данности. Мы видим не медиа, но медиями», — заметил В. В. Савчук⁴. В процессе понимания того, как происходит эстетическое воздействие, транслируются или формируются эстетические представления, впечатления, эстетические идеалы, выявляются гармонизирующие потенциалы журналистики, соотношенные с ее природой и сопряженные с ее социальным функционированием.

Нельзя не согласиться с тем, что «эстетика становится гораздо более важной и значительной дисциплиной, как только мы осозна-

¹ Шустерман Р. Прагматическая эстетика. М., 2012. С. 87.

² Прозерский В. В. У истоков эстетики // Казанск. пед. журнал. 2015. № 4. Ч. 2. С. 419–422.

³ Чернышевский Н. Г. Эстетические отношения искусства к действительности // Эстетика и литературная критика. М.-Л., 1951. С. 72.

⁴ Савчук В. В. Медиафилософия: формирование дисциплины // Медиафилософия. Основные проблемы и понятия : матер. междунар. науч. конф. «Медиа как предмет философии». 2008 г. 20–22 ноября. СПб., 2008. С. 24.

ем, что, проникая в структуры повседневности, она становится социальным и практическим феноменом»⁵. Т. М. Шатунова определяет современные СМИ как универсальное средство «эстетизации социальной реальности», превращающее события общественной жизни в шоу, в артефакт, что, несомненно, формирует новое проблемное пространство для философского осмысления⁶. Это соотносится и с тенденциями в эстетической мысли. Исследователи указывают на расширение проблематики эстетики, ее предмета, на модификацию эстетических категорий в результате слома культурной иерархии. «...Новый взгляд на прекрасное как сплав чувственного, концептуального и нравственного обусловлен его интеллектуализацией, сочетающейся с неогедонистической его доминантой»⁷.

Эстетические ресурсы и феномены журналистики привлекают внимание критики, представителей медиаиндустрии, исследователей (Ю. А. Богомолов, В. М. Вильчек, Д. Дондурей, С. Н. Ильченко, Е. А. Каверина, Л. Е. Кройчик, С. А. Муратов, А. А. Новикова, М. И. Стюфляева, Л. Г. Парфенов, А. А. Пронин, М. MacLuhan, P. Bourdieu, A. Cramerotti и др.). Эстетический инструментарий активно используется при оценке журналистских произведений (М. Ю. Казак, В. Ю. Кожанова, А. А. Крылова, Е. А. Манскова, М. А. Мясникова, В. Ф. Познин, Н. С. Цветова и др.)

В течение последнего десятилетия исследователи постоянно отмечают проникновение художественных приемов в журналистику, которая, существуя в едином пространстве с контентом самого разнообразного характера, естественным образом перенимает и усваивает актуальные эстетические практики. Современная журналистика развивается в русле общих тенденций в эстетике, которые описывают философы. Н. Б. Маньковская констатирует: «Возвышенное заменено удивительным, трагическое — парадоксальным. “Приручение” безобразного посредством эстетизации привело к размыванию его отличительных признаков. Центральное место заняло комическое в форме иронизма. Кроме того, категориальный статус приобрили понятия, традиционно бытовавшие за пределами эстетики: от-

⁵ Шустерман Р. Указ. соч. С. 16.

⁶ Шатунова Т. М. Эстетика социального (эстетическое начало в процессе идентификации современного человека) : учеб. пособие. Казань, 2012. С. 58–59.

⁷ Маньковская Н. Б. Трансформации эстетической парадигмы // Эстетика на переломе культурных традиций. М., 2002. С. 7.

вращение, абсурд, жестокость, насилие, шок, энтропия, хаос и др.»⁸. Ей вторит А. П. Валицкая: «превращение обыденного в прекрасное и возвышенное... утрата границ эстетического и художественного, возможности различения симулякра и шедевра, легитимация и утверждение массового сознания в автономных формах эстетической подлинности»⁹.

Дисфункциональность подобных эстетических практик в СМИ отмечается медиакритиками и исследователями¹⁰, однако формирование представлений о специфике эстетических критериев для журналистики как особого социального института не получило должного теоретического осмысления.

Между тем появились работы, которые рассматривают актуальные *арт-практики* в аспектах социальных функций журналистики, настаивая на том, что утрата документальности в современных медиатекстах, субъективизация контента СМИ, подмена фактов их образами, а информации — эмоциональным воздействием на аудиторию свидетельствуют о стирании грани между журналистикой и искусством и более того — о вытеснении журналистики искусством, поскольку оно оказывается ближе к «правде жизни». Вот несколько высказываний из книги А. Крамеротти с говорящим названием «Эстетическая журналистика»: «Правда в репортаже — миф: за исключением случаев прямого вовлечения в событие возможны только уровни приблизительности, надежность которых зависит от позиции автора, его предвзятости и обязательств перед работодателями»¹¹; «Сами дебаты об ответственности за “правду” стоит формулировать с позиции: за какую “правду” мы несем ответственность»¹²; «Репортаж, основанный на фактах, фактичность (представление документов как фактов), “факшн” (факт + фикшн) или просто фикшн — все это репрезентация разных уровней постановки реальности, которую также можно прочесть как ре-продукцию

⁸ Там же.

⁹ Валицкая А. П. Эстетика и этика: стратегии понимания // Эстетика и этика в изменяющемся мире / отв. ред. О. Р. Демидова. СПб., 2009. С. 6–14

¹⁰ См.: Телевидение: режиссура реальности / сост. и отв. ред. Д. Дондурей. М., 2007; Ильченко С. Н. Отечественное телевидение на рубеже столетий. СПб., 2009.

¹¹ Cramerotti A. Aesthetic journalism. How to inform without informing. Bristol, UK; Chicago, USA, 2009. P. 22

¹² Ibid. P. 28.

сущности вещей. Мой аргумент заключается в том, что невозможно говорить правду о чем-то, но можно стать ближе к реальности путем конструирования ее модели. В конце концов, способность к воображению тесно связана с возможностью изменения, и это потенциал, который существует во всех формах культурного производства»¹³. Таким образом, с одной стороны, искусство «деэстетизируется, потому что выполняет те самые социальные функции, от которых всегда бежало»¹⁴. А с другой — журналистика утрачивает декларируемые ею качественные характеристики профессии и начинает рассматриваться вне своего социального функционирования, но в аспекте художественной выразительности: «Журналистика XXI века, подобно роману XIX века, — это культурная форма реальности, которая, скорее, создает эффект реальности, чем преподносит собственно репрезентацию реальности»¹⁵.

Можно с уверенностью предположить, что именно социальная функциональность, сопряженная с профессиональной идентичностью, — болевые точки современной журналистики — становятся определяющими при формировании представлений об эстетике в данной области.

Ю. Б. Боров указывает, что каждое проблемное поле эстетики, кристаллизуясь, имеет тенденцию к вычленению в самостоятельную научную дисциплину¹⁶. Представляется своевременным очертить проблемное поле эстетики журналистики и обозначить координаты, в которых может получить развитие данная область теоретизирования.

1.1.2. Профессиональные координаты эстетики журналистики

Категории эстетики как аппарат встраиваются в особую систему координат исследуемой области.

Координаты злободневности — эстетические категории пространства и времени, прекрасного и безобразного, знака и интерпретации и др. вписаны в «здесь и сейчас», поскольку журналистское

¹³ Ibid. P. 31–32.

¹⁴ Шатунова Т. М. Указ. соч. С. 59.

¹⁵ Williams A., Wahi-Jorgenssen K., Wardle C. “More real and less packaged”: audience discourses on amateur news content and their effects on journalism practice // Amateur images and global news. Andén-Papadopoulos K., Pantti M. (eds). Bristol; Chicago, 2011. P. 203.

¹⁶ Боров Ю. Б. Эстетика. М., 2002. С. 24.

произведение всегда соотносено с сегодняшним днем и не существует «вчера», «завтра» или «вечно». М. И. Стюфляева называет «публицистическое настоящее» *самым незавершенным*¹⁷ — любое явление слагается на наших глазах, но вписанное во время, изменчиво вместе с ним и может преобразовываться до полной противоположности. То, что смешно сегодня, завтра перестает быть смешным, а восприятие метафор и символов меняется в сиюминутном социальном и политическом контексте. «Кораблик из газеты вчерашней» из популярной песенки — символ устаревшего, обесцененного, ненужного — прекрасно характеризует феномен злободневности. В. С. Байдина указывает, что в СМИ «время фиксируется и визуализируется на базе пространственных процессов, субъективируется в сознании автора и героя медиатекста и эстетизируется при помощи языковых средств конкретного канала коммуникации»¹⁸. В координатах злободневности проявляется соотносительность журналистики с эстетикой текущего времени, осмысливаются их взаимосвязь и взаимовлияние, выявляются адекватные времени эстетические характеристики и формы журналистских произведений.

Строгость, правильность, позитивность, пафос определяли эстетику советской журналистики, которая сменилась эстетикой бунта, стихии, импровизации, живой жизни в перестроечный период. За ним пришел период эстетики агрессии, борьбы и страдания в «лихие 90-е». А к началу века живую жизнь заменил гламур, борьбу — карнавал, страдание обратилось товаром, а агрессия стала одной из основных качественных характеристик эстетики СМИ, что особенно удивительно при потребности зрителя в «социальном оптимизме», которую отмечает исследователь¹⁹.

Аспекты эстетизации времени могут иметь как технико-технологическую природу, так и содержательно-стилистическую. Технико-технологические аспекты включают в себя исследование технически обусловленных выразительных возможностей журналистики, характерных для определенного временного периода (темпорального спектра выразительных возможностей). При этом возникает ассо-

¹⁷ Стюфляева М. И. Образные ресурсы публицистики. М., 1982. С. 10

¹⁸ Байдина В. С. Образ социального времени в телевизионном пространстве: автореф. дис. ... канд. филол. наук. СПб., 2013. С. 12.

¹⁹ Чирков М. Г. Ценности демократии в телевизионном политическом вещании (на опыте информационного обеспечения избирательных кампаний): автореф. дис. ... канд. политич. наук. СПб., 2002.

циативная связь определенных технологических и стилистических компонентов журналистских произведений с историческими периодами, социальным временем. Вспомним: ушедшая реальность начала прошлого века запечатлена в черно-белом изображении и стилистике хроники, что характерно для документальных кадров того времени, но и кадры художественных лент С. Эйзенштейна, выполненные с использованием той же технологии, приобретают в современном контексте дополнительное качество документальной аутентичности. С помощью темпорального выразительного спектра мы определяем «возраст» печатных изданий, телевизионных фрагментов, радиопередач, эстетически созвучных той или иной эпохе.

Например, материал, снятый статичной камерой, что было характерно для практики ТВ 1970-х, будет идентифицироваться с тем временным периодом и восприниматься устаревшим в насыщенной динамике нынешнего многокамерного зрелища. Достаточно сопоставить съемки оркестрового исполнения в современных музыкальных программах или трансляции торжественных парадов в памятные исторические даты с кадрами аналогичных событий 1970-х годов.

М. И. Стюфляева отмечает: «Одна из причин появления на газетной полосе серых, невыразительных материалов — исчезновение “временного поля”, утрата хронологического напряжения»²⁰. Анализируя творческую лабораторию известного репортера и публициста Г. Бочарова, она подчеркивает важность его эмоционального, нерасчлененного, трудно поддающегося анализу восприятия времени. Сам он говорил в одном из интервью, что пытался писать репортажи «затрагивая нерв дня, нерв времени»²¹. «Внутри» этого времени творил и блестящий очеркист А. Аграновский. В его очерке «Инициатива снизу» заместитель начальника «Братскгэсстроя» товарищ Янин убеждал ходоков, решивших купить пропадающий в воде лес, что в масштабе всей страны «решаются гигантские задачи», что «нельзя смотреть со своей колокольни, надо государственно смотреть». Ходоки ему возражают: мол, лес-то сгниет... «Зачем же, — сказал товарищ Янин. — Мы его сожжем»²². Соединения пафоса и анекдота для сегодняшнего читателя было бы достаточно, чтобы понять абсурд

²⁰ Стюфляева М. И. Указ. соч. С. 11.

²¹ Цит. по: Стюфляева М. И. Указ. соч. С. 21.

²² Аграновский А. А. Суть дела. Заметки писателя. М., 1968. С. 25. См. также: Пронина Е. Е. Психология журналистского творчества. М., 2002. С. 104.

ситуации — сжигают то, что можно продать. Но автору потребовались продолжительные рассуждения и филигранная аргументация, доказывающая эту абсурдность и включающая, в частности, набор идеологических догм о человеке — хозяине строек, пользе инициативы снизу, а также цитаты из В. И. Ленина.

Журналистика запечатлевает реалии текущего времени, оставляет отпечаток их восприятия, злободневное их понимание и впечатление. Но сами запечатленные реалии становятся знаками, символами, образами времени, получают эстетическое осмысление в исторической перспективе. Утрата злободневности в эстетике журналистского материала делает его фактом истории, но не актуализирует в настоящем. В новогодние праздники 2008 года Пятый канал поставил в эфир легендарные программы Ленинградского телевидения, будоражившие умы современников в период Перестройки и описанные сегодня во многих учебниках по журналистике («Телекурьер», «600 секунд», «Пятое колесо»), — и некогда яркие, живые, увлекательные, острые сюжеты выглядели несколько архаично и банально в новом времени, однако очень точно передавали дух и стиль ушедшей эпохи.

Отметим, что при этом запечатлевается эмоциональное чувство, характерное для своего времени. В одном из выпусков программы Льва Новоженова «Старый телевизор» (Первый канал, 1997–2001) прозвучали фрагменты из советского радиофильма «Реконструкция железнодорожного транспорта», который вышел в эфир на московском радио в августе 1931 года (режиссер В. С. Гейман). Запись проводилась во время Всесоюзного съезда железнодорожников, и современные зрители услышали голоса делегатов, в которых были и восторг, и чудовищное волнение, и страх, соединенный с экстазом в момент приветствия «товарищу Сталину». Такого не было в других радиофильмах и отрепетированных репортажах того времени, создававшихся по законам сюжетно-игровой драматургии, и конечно, в кинематографе тех лет. Как отмечает А. А. Шерель, «этот хроникальный материал, фиксированный на пленку, был использован в качестве документа»²³.

Вместе с тем и в сюжетно-игровых материалах находит отражение образ времени, представляемый как темпоральный эстетический идеал. В телевизионном проекте «Намедни» Л. Парфенов умело ис-

²³ Шерель А. Аудиокультура XX века. История, эстетические закономерности, особенности влияния на аудиторию: очерки. М., 2004. С. 42.

пользует эстетические контрапункты публикаций СМИ прошлого и настоящего. Ретроспективная презентация феноменов советского времени, подаваемая в современном, к тому же авторском стилистическом обрамлении, создает особый иронический и в то же время ностальгический контекст, в котором ушедшее невозвратно, а потому мило, немного забавно и, во всяком случае, интересно.

Как отмечает А. П. Валицкая, человек, живущий в мире вторичных символических форм, беззащитен перед их обаянием, поскольку подобен второй арфе, которая резонирует в ответ на аккорд, звучащий в первой. В этом мире «пространство и время перестают быть созерцаниями и становятся понятиями»²⁴. Поэтому эстетика журналистики необходимо включает в себя координаты реальности.

Координаты реальности. Художественная правда или художественный мир имеют в журналистике документальную природу, соотносены с реальностью и требуют жизнеподобия — «зримости и предметности форм отображения реальности, обостренной злободневности и проникновения во все области социального мира, как в тематическом, так и в географическом измерениях... За сниженность содержания и тона до повседневности и бытовизации ей испокон века доставалось от рафинированных эстетов и интеллектуалов. Слов нет, пресса много проигрывает в глубине и совершенстве форм возвышенным искусствам и наукам. Но как раз здесь и кроется секрет ее востребованности и незаменимости»²⁵.

Эстетические идеалы профессии соотносятся с миром реальным, который далек от совершенства, но рассматривается сквозь призму возможного совершенства. Отсюда — необходимая целостность эстетической действительности в журналистике. Координаты реальности позволяют сформировать отношение к актуальным эстетическим практикам, когда, как определяет А. А. Журавлева, образ мира создается искусственно, например, пространство «исследуется как форма мышления, символ, элемент языка, как субъективная, а не объективная действительность, чувственно-ценностный живой образ пространства формализуется, упрощается, превращаясь в концепт»²⁶.

²⁴ Валицкая А. П. Указ. соч. С. 9.

²⁵ Корконосенко С. Г. Теория журналистики: моделирование и применение. М., 2010. С. 95.

²⁶ Журавлева А. А. Эстетика пространства : автореф. дис. ... канд. филол. наук. СПб., 2005. С. 16.

Выразительная палитра, формы визуализации, образность в современных журналистских публикациях не могут оцениваться исключительно в аспекте абстрактно-эстетическом без взаимосвязи с реальной жизнью. Соотнесенность обыденной жизни человека с жизнью социума, возможность сопоставления индивидуальных ситуаций и социальных реалий в формах, которые предоставляет журналистика, способствуют тому, что персонифицированный опыт переходит в общее социальное знание. Журналистика может сделать этот процесс естественным и незаметным, что «потенциально имеет большие возможности для восстановления социальной ткани, действуя через повседневную жизнь человека... и синхронизируя обыденные теории самых широких социальных групп»²⁷.

В этом контексте интересен феномен эстетики любительского видео, в котором как раз воплотилось стремление зафиксировать подлинность живой жизни.

В совокупности любительское видео сегодня представляет собой сравнительно новый сегмент телевизионного видеоконтента, который качественно отличается от привычного изобразительного ряда. Для него характерны низкое разрешение, неправильная цветопередача, дрожание и рывки камеры при съемке, съемка на ходу, длинные кадры, злоупотребление наездами, отъездами, панорамированием, отсутствие центра кадра, запись звука на встроенный микрофон, отсутствие выразительных крупных планов, чередования планов, немонтажная съемка, спонтанный закадровый комментарий — все то, что поставили бы в вину профессиональному оператору. Вместе с тем именно любительское видео оказывается востребованным в случае неожиданных и важных событий, так как именно любителям зачастую удается зафиксировать ключевые и характерные моменты текущего времени (о чем еще пойдет речь в других главах монографии). В процессе внедрения любительских кадров в телеконтент такое видео приобрело дополнительную стилистическую окраску и смыслы: оно воспринимается как *аутентичное* и трактуется как один из маркеров демократизации в тележурналистике²⁸, а кроме того приобретает эстетическую функцию. Как от-

²⁷ Климов И. Социальные вызовы «приватизированного» телевидения // Российское телевидение: между спросом и предложением. М., 2007. Т. 1. С. 12.

²⁸ Amateur images and global news / ed. By K. Anden-Papandopoulos, M. Pantti. Bristol, UK; Chicago, USA, 2011.

мечает Д. Рашкофф, эстетика любительской камеры используется в полицейских сериалах американского ТВ, *имитирующих* реалистичность документального кино, поскольку американские зрители ждут от телевизионной драмы сознательного правдоподобия²⁹.

По сути, координаты реальности очерчивают широкий круг проблем, связанных с фактом и вымыслом, документальным и художественным, с мерой правды и фантазии в журналистском произведении.

В одной из давних работ С. Г. Корконосенко приводит цитату из интервью священнослужителя ленинградской программе «Телекурьер», где тот называет лжесвидетельство самым страшным грехом журналистов³⁰. Проблемы доверия к СМИ стоят на повестке дня и сегодня, когда самым популярным словом 2016 года становится «постправда», а фейковые новости — обыденным явлением³¹. Жизнеподобие симулякров угрожает утратой доверия к журналистике, с одной стороны, а с другой — запускает процесс умножения фантазийных медийных практик, которые определяют образ реальности еще до того, как аудитория осознает смысл текста.

Проблематика документальности и правды является одной из острых и болезненных в современном осмыслении журналистики, и на эстетическую составляющую возлагается значительная «вина» за это, если принимать во внимание природную амбивалентность образности в медиатекстах. Ж. Рансьер описывает это так: «...образ фильма не противоположен телепередаче подобно тому, как инаковость противоположна тождественности... Слово “образ” обозначает две разные вещи. Есть простое отношение, порождающее сходство с оригиналом, — не обязательно его верную копию, но просто то, чего достаточно, чтобы занимать его место. И есть порождающее то, что мы называем искусством, игра операций — другими словами, как раз не сходство, а искажение сходства. Это искажение может принимать множество форм», которые обостряют выражение чувства, усложняют восприятие идеи³². Данное утверждение современного французского философа близко по смыслу давнему

²⁹ Рашкофф Д. Медиавирус. Как поп-культура тайно воздействует на ваше сознание. М., 2003. С. 68.

³⁰ Социальное функционирование журналистики / под ред. С. Г. Корконосенко. СПб., 1994. С. 4.

³¹ См.: Распопова С., Богдан Е. Фейковые новости. Информационная мистификация : учеб. пособие. М., 2018.

³² Рансьер Ж. Разделяя чувственное. СПб., 2007. С. 161.

наблюдению канадского социолога Маклюэна о разном восприятии театрального и телевизионного «убийства»³³, фактически — о противопоставлении художественного действия и реальности. На нетождественность выражения содержанию указывает В. Демин: их идентичность приводит к показу, а не к изображению. К примеру, нельзя при помощи собаки изобразить собаку, можно только показать ее³⁴. В свою очередь, С. В. Выготский так иллюстрирует различие описательной и образной загадки: «что стоит в углу и чем метут комнату» (метла) или «в мясном горшке железо кипит» (удила) — оба примера отражают реальные предметы, но несопоставимы по образной силе и воздействию³⁵.

Феномен образа в журналистике привлекал внимание многих ученых. Классификации выявляют возможные уровни эстетического осмысления реальности: от документальной фиксации — до художественной формулы (Л. Е. Кройчик, В. И. Здорова, М. И. Стюфляева и др.)³⁶. Согласно М. И. Стюфляевой, образ-факт существует как «совпадение природных данных факта с замыслом художника»³⁷; образ-модель включает в себя не только «изображение и выражение, но и рассуждение, разъяснение»³⁸; в образе-концентрате сосредоточен «смысл определенной ситуации или явления, замещающие понятие (или суждение)»³⁹. Она также отмечает, что публицистический образ решает двуединую задачу — познавательную и эстетическую, подчеркивая их равнозначность⁴⁰.

Исследователи указывают на дистанцию между жизнью и искусством, реальностью и образом, на дополнительные смыслы, которые существуют в этой дистанции и, по сути, приближают нас к

³³ Finkelstein S. Sense and nonsense of McLuhan. New York, 1968. P. 85.

³⁴ Демин В. Первое лицо. Художник и экранные искусства. М., 1977. С. 196.

³⁵ Выготский С. В. Психология искусства. М., 1968. С. 65–66.

³⁶ См.: Здорова В. И. Слово тоже есть дело: Вопросы теории публицистики. М., 1979; Кройчик Л. Е. Система журналистских жанров // Основы творческой деятельности журналиста / под ред. С. Г. Корконосенко. СПб., 2000. С. 125–167; Стюфляева М. И. Образные ресурсы публицистики. М., 1982.

³⁷ Стюфляева М. И. Указ. соч. С. 101.

³⁸ Там же. С. 125.

³⁹ Там же. С. 152.

⁴⁰ Там же. С. 130.

пониманию реальности. «Факт не отменяет фантазии, фантазия не отменяет достоверности»⁴¹, — утверждает Кройчик.

Образ как отражение и образ как осмысление сосуществуют в журналистике — они соотношены с образным уровнем текста в разных журналистских жанрах и обнаруживаются в смысловых интерпретациях публикаций. *Несходство*, заложенное в природе образа, измеряется его соответствием реальной жизни, то есть жизнеподобием не только документальным, фактологическим, но и эстетическим — чувственным пониманием реальности, ее «духом». Журналистика передает «атмосферу настоящего через призму образного видения журналистов, обогащая ее пластическими возможностями СМК, эта трансформация позволяет современникам дистанцироваться и “увидеть” самих себя и свое время»⁴².

Дистанция или приближение? Остранение или погружение? Объективность или субъективность? Способы воспроизведения реальности в журналистском произведении могут быть различными, а результаты — неоднозначными. То, как жизнеподобный образ становится проводником социальной реальности, передает известный греческий миф о Персее: богиня Афина, подстрекая его убить Горгону Медузу, предупреждала, чтобы он не смотрел в лицо чудовищу, иначе обратится в бессловесный камень, поэтому Персей видел отражение Горгоны в зеркальном щите. Прекрасную трактовку этого античного мифа дает З. Кракауэр. Реальность может быть слишком пугающей, и чтобы страх не парализовал нас, обличье ужасного мы узнаем через его изображение. Именно преломление, причем под разными углами и неоднократно, дает возможность познания действительности.

Эстетические координаты журналистики позволяют не только осознать реальность, какой бы она ни была, но проследить ее в гуманистической перспективе, восходящей к истинной, идеальной сущности человека. Согласно Т. М. Шатуновой, склонной рассматривать эстетизацию как процесс социальный по содержанию: «Эстетическая компонента современной социальной реальности порождает странное и редкое ощущение — простое удовольствие быть человеком и жить среди людей. После того, как мы все в той или иной мере побывали одинокими атомами в толпе и сползли с сомнитель-

⁴¹ Кройчик Л. Е. Публицистический текст как жанр и как дискурс // Акценты. Новое в массовой коммуникации. 2003. № 3–4. С. 13.

⁴² Байдина В. С. Указ. соч. С. 16.

ных высот индивидуализма и голой субъективности, эти скромные дары эстетизации социума задают перспективу прекрасному и бескорыстному, а значит, эстетическому чувству, которое Хайдеггер обозначил как “радость от близости человеческого присутствия”⁴³.

Координаты социального функционирования определяют прагматический характер эстетики журналистики в аспекте выполнения ею определенных задач как социального института. Информирование, интеграция, просвещение, выражение общественного мнения, организаторская, пропагандистская и другие важнейшие функции, вменяемые журналистике, актуализируются в разные периоды времени согласно задачам текущего периода. Данные координаты дают другой ракурс для осмысления темпоральных и иных эстетических практик, встраивая их в дихотомию «функция — дисфункция». Нельзя не согласиться с М. Мамардашвили: «...можно написать роман с самыми лучшими намерениями, назидательный роман, а он будет сеять порок в силу того, что плохо написан. Странно и парадоксально, что хорошо или плохо написанное может иметь отношение к добру и злу»⁴⁴. Форма материала и выразительные средства призваны соответствовать функциям журналистского произведения, способствовать наиболее полной реализации задач публикации, авторского замысла, в этом смысле противоречивое эстетическое впечатление трактуется как дисфункциональное.

Зависимость от текущих задач СМИ проявляется, к примеру, в формулировках заголовков. Сопоставляя заголовки в отечественных и зарубежных газетах середины XX века, А. Амзин отмечает: «...для советских изданий пропаганда была важнее выручки, а западная пресса пыталась бороться за своего читателя. Заголовки новостных материалов в советской печати, как правило, обозначали тему, процесс, а не завершённое действие, носили официальный характер, например: “Встреча глав иностранных делегаций с советскими руководителями”; в них отсутствовали глаголы, которые придают высказыванию энергию и конкретность. В зарубежных газетах заголовок содержал действие, рассказывал историю, призывал купить газету и прочесть продолжение»⁴⁵. «Коммерсант» стал первой газетой, работавшей по стандартам западной журналистики, и первой в новой

⁴³ Шатунова Т. М. Указ. соч. С. 60.

⁴⁴ Мамардашвили М. К. Эстетика мышления М., 2000. С. 14.

⁴⁵ См.: Амзин А. Новостная интернет-журналистика. Электронная версия. 2/20131006. С. 14. URL: <http://alex-alex.ru/nij/NIJ-2-20131006.pdf>.

России деловой газетой, ориентированной на новости и жесткую, быструю подачу материала. «Очерковые заголовки советских газет тут не годились — предприниматели начала девяностых не стали бы читать газету, в которой из заголовка не понять смысла»⁴⁶.

Интернет-форматы новостей потребовали дальнейших трансформаций от заголовков, которые теперь представляют собой квинтэссенцию содержания публикации. При этом большую роль приобретают эмоциональные метафоры, которые способны в сжатой и образной форме передать содержание новостного текста, его концептуальную составляющую, а также воздействовать на эмоционально-чувственную сферу личности адресата, его эмоциональное состояние, положительную или отрицательную реакцию⁴⁷. Однако в изданиях таблоидного типа эмоциональная притягательность заголовков может носить дисфункциональный характер, в них могут «преувеличиваться или передергиваться факты. Если в заголовке написано, что известного певца спасают врачи “скорой”, может стать ся, что речь идет об обычной простуде»⁴⁸.

Журналистика способна создавать информационный фон, способствующий формированию эмоционального отношения к явлениям и событиям — тревоги, успокоенности, агрессии, терпимости, энтузиазма, растерянности и т. п. Повторяемость и визуализация информации создают также некий фильтр восприятия окружающей действительности, который вычленяет для человека явления и события окружающей жизни, делая их таким образом наиболее значимыми, заставляя обдумывать их («повестка дня»), а также придает этим явлениям дополнительные смыслы, те, которые, возможно, сам человек не придал бы происходящему.

Утренние ТВ новости сообщают о снегопаде, гололеде и крутят кадры человека, поскольку случившегося на автозаправке. Он падает, ударяется головой. Повтор: он опять падает, ударяется головой — текста больше, чем «картинки», поэтому зритель видит произошедшее дважды. А может, это так и задумано? Кто-то вздрогнет всякий раз, а кто-то воспримет как клоунаду из немого кино. Но это неоднозначно — не информирование. Развлечение? Воздействие? Образность и

⁴⁶ Там же. С. 15.

⁴⁷ Дехнич О. В., Ромашина О. Ю. Особенности эмоциональной метафоризации заголовков английских новостных текстов // Науч. ведомости. Сер.: Гуманитарные науки. 2010. № 24 (95). Вып. 8. С. 128–135.

⁴⁸ Амзин А. Указ. соч. С. 23.

эмоции противоречат формату жесткой новости. Возможна ли эстетизация публикаций при оперативном освещении авиакатастрофы или террористического акта? Хотя впоследствии именно оперативные кадры станут *образом* случившегося и основой для проблемных репортажей, очерков и фильмов. Эстетическое осмысление фрагментов реальности, зафиксированных в новостных публикациях, происходит позднее, оно позволяет эмоционально объединить общество в процессе совместного переживания.

Широкий спектр функций журналистики, их неравномерная актуализация в разные периоды времени дают простор для анализа эстетических практик журналистики в русле обозначенных выше координат.

Как ни странно, классические примеры очевидной эстетической функциональности дает программа «Время» 1970-х годов. Возникшая на излете «оттепели» и ознаменовавшая ее конец, она в последующие десятилетия воплотила в себе официозность телевизионной информации: четкая неизменяемая композиция, типажи ведущих и корреспондентов, стилистика съемки и текстов, музыкальное сопровождение — все полностью отражало те интегративно-пропагандистские задачи, которые стояли в советское время перед ТВ. Эстетический диссонанс мог означать и содержательные альтернативы: не случайно в этот период идет на спад, а потом и вовсе исчезает живая импровизация в прямом эфире, возвратившаяся на телеэкран лишь к середине 1980-х годов и возродившая диалогичность, импровизационность, непосредственность, эксперимент... Чередование в практике аудиовизуальных СМИ периодов «отрепетированной» и «живой» журналистики, а также имитация этих эстетических практик представляют собой интересные кейсы для исследования. Возврат той или иной стилистики на новом историческом этапе может означать не просто ностальгию по ушедшим эпохам, а ее использование для реализации схожих задач, возрожденных для журналистики.

Продолжая тему эстетики информационных материалов, можно упомянуть новые пограничные практики. Например, французский журнал *La Revue Dessinée* успешно использует формат комикса, чтобы сделать новости более понятными и убедительными, при этом инновационный формат позволяет печатному изданию публиковать длинные и сложные новостные материалы. Размер такой публикации может достигать до 30 страниц, а темы охватывают экономическую политику, финансовые скандалы, проституцию в Париже, вопросы охраны информации и др. По признанию экспертов, все материалы

соответствуют реальным фактам и заслуживают доверия, т. е. избранная забавная форма оказалась вписанной в социальные функции новостной журналистики⁴⁹. Ранее такой формат был опробован в интернет-СМИ Китая⁵⁰.

Стилистика инфотеймента пришла в журналистику как способ привлечь аудиторию к актуальным событиям и темам: «Главное, чтобы люди смотрели, чтобы это было им нужно... Вопрос лишь в том, чтобы уметь увлекательно подать материал»⁵¹. Однако со временем баланс информации и развлечения стал меняться: например, в телевизионном контенте развлекательные компоненты определили движение от документального к художественному, что проявилось не только в использовании игровых методов, реконструкции реальности в документальных жанрах, но и в инсценировке документальных ситуаций, использовании «подсадных» героев в репортажах и ток-шоу; появились и получили признание и развитие новые «пограничные» тележанры — докудрама, докусуп. Как указывает А. А. Новикова, к персонажам ситкомов, драмеди, телевизионных игр, реалити-шоу и ток-шоу полностью применимо отношение, подобное тому, которое существует к героям «мыльной оперы» — неважно, «действительно ли рассказываемая история происходила с этим человеком или она придумана, документальный персонаж сейчас перед глазами зрителей, самодельный или начинающий актер, натурщик»⁵².

Визуализация, один из приемов инфотеймента, которая поначалу способствовала лучшему пониманию текста, а потому стала активно использоваться в просветительских материалах, постепенно стала проявлять себя как аттракцион. Компьютерная графика и дина-

⁴⁹ *Clothilde G.* Новостные комиксы — новое слово в журналистике. <https://ijnet.org/ru/blog/%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D0%BE%D1%81%D1%82%D0%BD%D1%8B%D0%B5-%D0%BA%D0%BE%D0%BC%D0%B8%D0%BA%D1%81%D1%8B-%E2%80%93%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D0%BE%D0%B5-%D1%81%D0%BB%D0%BE%D0%B2%D0%BE-%D0%B6%D1%83%D1%80%D0%BD%D0%B0%D0%B%D0%B8%D1%81%D1%82%D0%B8%D0%BA%D0%B5>. (Дата просмотра 19.02.2018.)

⁵⁰ *Рязанова А. Ю.* Новостной комикс как новый конвергентный жанр интернет-СМИ Китая // *Вестн. РУДН. Сер.: Русский и иностранные языки и методика их преподавания.* 2015. № 1. С. 80–86.

⁵¹ Телевидение: режиссура реальности. С. 118.

⁵² *Новикова А. А.* Телевизионная реальность: экранная интерпретация действительности. М., 2013. С. 83.

мичный монтаж, который использует программа «ЕХперименты» на канале «Наука 2:0», способны удерживать внимание аудитории, но перенасыщенность визуального текста порой может входить в противоречие с просветительскими функциями программы. Скорость впечатлений просто не дает времени их осмысливать.

Не менее интересные трансформации происходили и со стилистикой трэша (программы «Чистосердечное признание», «Русские сенсации», «Максимум» — НТВ), который пришел в практику российской тележурналистики, уставшей от собственной бесполезности для общества, в русле идеи ее самосохранения. Это явление интерпретировалось как «посттравматический синдром» журналистики, когда «чтобы не позволить трагедии разложить себя изнутри, ты отделиваешься шуткой»⁵³. При этом Н. Картозия, директор прайм-вещания НТВ, определяя стилистику программы «Максимум» как «кровавый ералаш», подчеркивал развлекательный компонент такой эстетики⁵⁴, а А. Качкаева называла «абсурдность, эпатаж, чернуху, шокирующие подробности, неподдельный интерес к человеческим инстинктам» философией трэша⁵⁵. А. Лошак констатирует: «В столкновении с нашей действительностью все, как всегда, перевернулось вверх ногами, и оказалось, что “трэш” — это не художественная игра, а хронический ужас реальности, захвативший экран. Сеанс уриноотерапии в утренней программе? Трэш. Петросян сразу на двух каналах? Трэш. Отец и изнасилованная им дочь в дневном ток-шоу? Адский трэш. Порог чувствительности понижается, аудитория требует самых примитивных, самых шокирующих зрелищ»⁵⁶.

Е. А. Манскова констатирует: «...то, что телевидение проделало с трэшем, — явление уникальное. Современный документализм в стиле трэш существует не как форма протеста или попытка поиска поля современности, а лишь как развлечение. Телевидение измени-

⁵³ *Потапова Е.* Дядя Степа // *Новая газета.* 2006. 9 нояб.

⁵⁴ *Афанасьева Е.* Профессия-репортер как образ жизни. Интервью с А. Хрековым, Н. Картозией и Л. Парфеновым // *Радио «Эхо Москвы».* Программа «Телехранитель» от 05.11.2006. URL: <http://www.echo.msk.ru/programs/tv/47304/>. (Дата просмотра 06.12.2017.)

⁵⁵ *Качкаева А. Г.* Телевидение трэша. Интервью с Д. Дондуреем и О. Маховской // *Радио «Свобода».* Программа «Смотрим телевизор» от 19.12.2005. URL: <http://www.svoboda.org/programs/tv/2005/tv.121905.asp>. (Дата просмотра 06.12.2017.)

⁵⁶ *Лошак А.* Быть подгузником // *Эсквайр.* 2006. № 8 (14)..

ло функциональную направленность стиля»⁵⁷. К примеру, жизненно важная тема трансплантологии сегодня практически не представлена в аспекте медицинском или социальном, а освещается в криминальном русле в форме трэш-расследований, делая аудиторию невосприимчивой к гуманистическому взгляду на донорство человеческих органов.

Социальное функционирование журналистики трактуется в экономической реальности как удовлетворение потребностей аудитории, где аргументом становятся высокие рейтинги просмотров. Однако декларации не всегда подтверждаются результатами исследований **аудитории**: по результатам проекта «Обыденные телекритики», люди отчуждают от себя телевизионную «гиперреальность», 54% опрошенных считают, что телевидение показывает «чужую жизнь», а следовательно, не выполняет традиционно вменяемые ему функции⁵⁸.

Характер взаимодействия с публикой в новых конкурентных условиях потребительского рынка вовлекает в проблемное поле гораздо более широкий спектр выразительных возможностей, как способствующих осуществлению профессиональных задач, так и, зачастую неожиданным образом, их блокирующих. «Послания» наших медиа преподносятся нам в упаковке, подобной троянскому коню. Они проникают в наш дом под некой личиной, но, оказавшись внутри, начинают вести себя не так, как мы ожидали»⁵⁹, — утверждает Д. Рашкофф.

Программа «Мошенники» (РЕН ТВ, 2011) была задумана, чтобы предостеречь зрителей, которые могут стать жертвами обмана, и раскрывала секреты распространенных афер. Однако, реализованная в жанре плутовского романа, она скорее рождала сочувствие к обаятельным аферистам, чем к тем, кого они обводили вокруг пальца. Функционально был более уместен жанр детектива, когда преступника изобличают в момент совершения преступления. Восхищение мастерством обманщиков стало эстетическим посланием аудитории проекта. Опрос, проведенный «ВКонтакте», показал, что большинство зрителей благодаря программе научились выигрывать споры у

⁵⁷ Манскова Е. А. Роль трэш-эстетики в формировании современной концепции телевизионной документалистики // Медиаскоп. 2009. № 1.

⁵⁸ См.: Российское телевидение между спросом и предложением / под ред. А. Г. Качкаевой, И. В. Кирия. М., 2007. С. 284.

⁵⁹ Рашкофф Д. Указ. соч. С. 12.

друзей, показывать трюки и обманывать людей⁶⁰. Эстетическим аргументом в публикациях о здоровье нередко становится страх перед неуспехом, немощью, смертью: пропаганда здорового образа жизни традиционно строится на гиперболизации опасности, проблемы, болезни — всего того, во что люди либо отказываются верить, либо принимают слишком близко к сердцу. Другой пример: когда-то именно озабоченность журналистики ростом преступности стала стартом для романтизации криминала, а подробный интерес к проблеме наркомании способствовал «наркотизации русской речи»⁶¹.

Подобные тенденции приводят к предположению о нравственной опасности эстетического в условиях потребительской цивилизации и об опасном разделении эстетического и этического⁶². Именно эстетическая реальность, как настаивал И. Бродский, «уточняет для человека реальность этическую. Ибо эстетика — мать этики; понятие “хорошо” и “плохо” — понятия прежде всего эстетические, предвещающие категории “добра” и “зла”. В этике не “все позволено” потому, что в эстетике не “все позволено”, потому что количество цветов в спектре ограничено»⁶³. Деонтологический ракурс позволил Л. В. Хочунской очень красиво сформулировать эстетический идеал журналистики в аспекте ее социальных функций, к которому мы, пожалуй, присоединимся: «Несформулированная задача журналистики — создавать медиаобраз вечных ценностей»⁶⁴. Хотя по-прежнему важной проблемой остается творческая актуальность такого образа, с одной стороны, и его востребованность современной аудиторией — с другой.

Координаты адресности формируют типологический подход к аудитории, удаляясь от индивидуального и частного в сторону общего, типичного и, соответственно, форматного. Адресность тесно связана с функционированием информационных каналов, создаваемых для привлечения целевой аудитории: контент при этом становится средством, а не целью и именно так рассматривается в

⁶⁰ <https://vk.com/club24072727>.

⁶¹ См.: СМИ в системе антинаркотических практик / под общей ред. Е. В. Шмелевой. СПб., 2001.

⁶² Валицкая А. П. Указ. соч. С. 8.

⁶³ Бродский И. Лица необщим выраженьем. Нобелевская лекция. 3-е изд., Augsburg, 2003. С. 7.

⁶⁴ Хочунская Л. В. Медиаобраз как диалог ценностей. М., 2011. С. 53.

экономической парадигме анализа медиарынка⁶⁵. Отмечается, что оппозиционные издания предлагают аудитории интерпретацию событий, которая отличается от официальной, эстетические предпочтения массовых информационно-развлекательных изданий связаны с «визуальной составляющей и форсированием экспрессии», а в молодежных газетах и журналах доминирует разговорно-сниженная фамильярная форма коммуникации⁶⁶. Координаты адресности предполагают близость или совпадение эстетических впечатлений, предпочтений, идеалов адресата и адресанта, которые находят отражение в образах изданий, формирующихся в результате взаимодействия совокупности множества компонентов.

При этом, по Ю. М. Лотману, всякий «текст», в широком смысле, содержит в себе образ идеальной аудитории, который воздействует на реальную аудиторию, формируя норму ее представления о себе⁶⁷. Получается, что текст создает идеализированную аудиторию, способствуя тому, что реальная аудитория начинает стремиться к созданному идеалу. В действительности так случается далеко не всегда. И. М. Дзялошинский, сопоставляя образы типичной городской газеты, которые «нарисовали» ее читатели, с одной стороны, и сотрудники редакции — с другой, показывает, как несоответствие представлений о коммуникативном «партнере» может негативно отражаться на процессе взаимопонимания издания и аудитории⁶⁸. В представлении сотрудников редакции газета вызывает ряд следующих ассоциаций: «Девушка 22 лет, блондинка. Красные туфли, шпилька, строгий костюм. Образованная. Очень исполнительная и несколько провинциальная, но современных взглядов»; «Мужчина 35 лет, целеустремленный, готовый всего добиться. Образованный и коммуникабельный». Аудитория видит газету по-другому: «Женщина 60–80 лет, говорит об одном и том же»; «Старик, который не имеет

⁶⁵ Вартанова Е. Л. Медиаэкономика зарубежных стран. М., 2003. С. 51.

⁶⁶ Казак М. Ю. Крылова А. А. Об эстетике журналистского текста // Науч. ведомости. Сер.: Гуманитарные науки. 2015. № 18 (215). Вып. 27. С. 138.

⁶⁷ Лотман Ю. М. Избранные статьи : В 3 т. Таллинн, 1992. Т. 1. С. 161, 114, 36.

⁶⁸ См.: Дзялошинский И. М. Дзялошинский, И. М. Медиапространство России: коммуникационные стратегии социальных институтов. М., 2013. С. 219.

собеседника и потому ходит на все собрания и митинги, чтобы поблагодарить о политике». Вопиющие коммуникативные противоречия, думается, связаны с тем, что одна сторона склонна отождествлять образ издания с персонифицированным образом редакции, а другая воспринимает его сквозь призму совокупного текста. С преодолением проблемы связана современная практика так называемых эстетических конвенций изданий⁶⁹, которые существуют в редакциях в виде инструкций, требований к стилистическому облику публикаций, а также реализуются усилиями райтеров, которые приводят журналистский материал в соответствие принятым в издании стандартам.

Коммуникативные противоречия, по утверждению В. Ю. Кожанова, снимает именно эстетическая ценность медиатекста, который в настоящее время получает достаточно широкое толкование как «универсальная единица действующего медиапотока, объединяющая в себе газетную статью, радиопередачу, телевизионный текст, интернет-рекламу, практически все виды продукции современных средств массовой информации»⁷⁰.

Эстетические тенденции в таком многосоставном тексте сегодня неоднозначны. С одной стороны, ориентация на усредненность определяет упрощение, смысловую доступность журналистского произведения. С другой — происходит индивидуализация медиапотребления, создание и углубление нишевых потоков, ориентированных на запросы целевых аудиторий. Эти разнонаправленные процессы способствуют интеграции аудиторий на основе разных эстетических предпочтений. Музыкальные вкусы слушателей определяют радиоформаты, с поиска новой эстетики началось когда-то «народное телевидение» программ «Времечко» и «Сегоднячко». Альтернативная государственному ТВ эстетика телеканала «Дождь», выразившаяся в особой свободной манере общения, далеких от официального стиля внешнем виде и поведении ведущих, организации студийного пространства, цветовых решениях программ и т. п., способствовала привлечению зрителей, которых создатели нового телеканала определяли как людей критически мыслящих, внутренне свободных. «Телеканал для неравнодушных людей с активной граж-

⁶⁹ Купина Н. А., Матвеева Т. В. Стилистика современного русского языка. М., 2013. С. 368.

⁷⁰ Кожанова В. Ю. Концепты рецептивной эстетики в интерпретативной парадигме медиатекста // Вестн Моск. ун-та. Сер. 10: Журналистика. 2012. № 5. С. 103–104.

данской позицией» — такая целевая аудитория обозначена на сайте «Дождя». Дальнейшее форматирование происходит в уже заданных эстетических параметрах, и речь, музыку, голос ведущего радио «Шансон» не может услышать в эфире рафинированный слушатель радио «Эрмитаж».

Координаты адресности, в которых находит отражение субъективность эстетических вкусов и идеалов аудитории, приобретают особую актуальность в связи с трансформацией потребительского поведения в медиасфере. Н. К. Поздняков, определяя социальную функциональность телевидения, говорил «о появлении себя-адресности в малом социальном пространстве, хромотопической связности домашнего пребывания у телеэкрана и интересубъективного взаимодействия, специфической сферы коммуникации, в которой реализуются ценностные предпосылки человеческого существования»⁷¹. Эта тенденция находит продолжение в форматах новых медиа. Как отмечает А. В. Ульяновский, они создают новые возможности подачи контента, технологические приемы, особые обратные связи, которые могут соотноситься с журналистикой, но могут существовать и вне ее. «Их особенностью являются технологии, отличающиеся крайне близкой, по А. Молю, дистанцией между медиа и зрителем / пользователем (интерактивность)... наиболее продвинутые в этом новые медиа поставляют зрителю непосредственное ощущение *его* жизни, то есть текст предоставляет аудитории ее же отражение, а в перспективе — неразличимое до степени смешения с ощущением самой жизни», в результате чего происходит дестабилизация границ «частного и публичного, виртуального и реального, экранного и вещного»⁷².

Опираясь на идеи Б. Хюбнера, М. В. Думинская представляет амбивалентность процессов, связанных с адресностью в современной медийной среде. Она констатирует, что в потребительском мире «эстетическое становится средством от скуки, возникающим у конкретных людей с их соответствующими возможностями, опытом, по-

⁷¹ Поздняков Н. К. Телевизионное эфирное пространство как объект социально-философского анализа : автореф. дис. ... докт. филос. наук. М., 1999. С. 37.

⁷² Ульяновский А. В. Медиаформат как эмоциональное «Я» зрителя в эпоху цифровых технологий // Век информации. 2017. Т. 2. № 2. С. 84–85.

требностями и жизненными мирами. Именно поэтому изначальное эстетическое самоопределение сводится к формуле «Я=Я»⁷³.

Интерактивные, а теперь иммерсивные практики журналистики создают интересубъективные эстетические феномены, основанные на индивидуальности автора, его личностной уникальности, которые получают продвижение, а затем и тиражирование в медиасреде, благодаря произведенному эстетическому впечатлению. Так рождаются форматы трэвел-журналистики, в этом ключе развиваются темы воспитания детей и домашних питомцев, проблематика семейных отношений, старости, экологическая проблематика и, конечно, любые темы, связанные с развлечениями (музыка, театр, кино, игры и т. д.). Но множимая до бесконечности или до единичного Я-адресность ведет к потере интегративного эстетического идеала. В этом контексте координаты журналистики определяют те общие эстетические опоры, которые сохраняют аудиторию как совокупность индивидуальностей.

Координаты тиражирования и вездесущности. Мультиплицированность журналистских публикаций и массовость аудитории определяют особенности эстетического воздействия (силу, эффекты), имеющего социальные последствия. Именно повторение, копирование, избыточность и подчинение схеме У. Эко рассматривает в качестве основных характеристик массмедийной эстетики. Повторяемость событий, тем, форматов, героев, драматургических схем — неизбежная реальность современного медиапроизводства. Заимствование готового продукта, с одной стороны, помогает телеканалам снизить продюсерские риски, а с другой — убивает творчество, как считают некоторые исследователи (в памяти возникает пресловутый портрет Джоконды, отпечатанный на ЭВМ). Во всяком случае, «необходимость производить на скоростном конвейере штучные вещи»⁷⁴ не так очевидна и востребована в силу большого разнообразия готовых схем⁷⁵. Однако именно уникальность становится конкурентным преимуществом многочисленных сетевых публикаций, и это не может не способствовать появлению новых творческих реше-

⁷³ Думинская М. В. Проблема эстетизации повседневного уровня существования // Изв. Томск. политехн. ун-та. 2013. № 6. С. 114–119.

⁷⁴ Кемарская И. Н. Телевизионный редактор. М., 2007. С. 10.

⁷⁵ Нечушкина А. С. Особенности адаптации зарубежных телеформатов для российского телевизионного рынка и ее правовые аспекты // Медиаскоп. 2014. № 3.

ний, приемов, технологий, которые в свою очередь возобновляются и уходят «в тираж».

Эстетическое воздействие журналистских текстов усиливается в условиях повторяемости и серийности⁷⁶, которые приводят к тому, что эстетические образы не только отражаются в журналистских материалах, но и воспроизводятся затем в реальности как паттерны. Журналистика формирует образы ~~и образы~~ социальных практик, создает образцы и критерии для сравнения. «Любой человек сверяет свои знания с тем, что видит в телевизоре, — многие зоны реальности, образцы того, как люди живут и как справляются с разными проблемами и трудностями, доступны только здесь»⁷⁷. Как замечал У. Эко, «когда мы сталкиваемся с какой-либо жизненной ситуацией (катастрофа или ограбление), вместо того чтобы привлечь опыт из повседневной жизни, мы... используем те “повествовательные схемы” (термин М. Риффатера), которые нам знакомы из литературы или других медиа»⁷⁸. Т. М. Шатунова описывает, как рассказывание в СМИ историй жизни, успеха, предполагающих определенную композицию и сюжет, способствует программированию реальных действий: рефлексия рассказчика, построенная по законам художественного текста, получает ауру эстетического оправдания, и пространство частной жизни заполняется стандартами и паттернами⁷⁹.

Современные эстетические трансформации в журналистике показывают, как эстетика может преобразовывать предмет. В частности, нарастающая драматизация социальных проблем в журналистских публикациях стала приводить к эмоциональной усталости аудитории, нежеланию воспринимать «ужасные» реалии, что потребовало определенных перемен в стилистике таких материалов: создания позитивных образов, историй, форматов и даже появления элементов рекламной эстетики в материалах о благотворительности.

⁷⁶ Эко У. Инновация и повторение. Между эстетикой модерна и постмодерна // Философия эпохи постмодерна / под ред. А. Усмановой. Минск, 1996. С. 57–63.

⁷⁷ Климов И. Еще раз о Ящике... // Социальная реальность: журнал социологических наблюдений и сообщений. 2006. № 4. С. 93.

⁷⁸ См.: Солоухина О. В. Концепции «читателя» в современном западном литературоведении // Художественная рецепция и герменевтика. М., 1985. С. 219.

⁷⁹ См.: Шатунова Т. М. Социальный смысл онтологии эстетического : автореф. дис. ... докт. филос. наук. Казань, 2008. С. 38

Соотнесенная с принципами макдольдизации (понятие Д. Ритцера) опора на готовые схемы и форматы в журналистике приучает аудиторию выбирать то, что уже привычно, знакомо, навязывает готовые решения и стандарты и, по сути, эстетические идеалы. Однако журналистика всегда существовала в координатах тиражирования, соединяя в себе экспрессию и стандарт. Современные вызовы медиасреды обостряют проблему и формируют необходимость изучения данных аспектов эстетики журналистики.

1.1.3. Эстетическая оценка журналистского произведения

Любое журналистское произведение в основе своей имеет эстетическую природу, строится по определенным, в том числе эстетическим, канонам с учетом стиля публикации, композиции, размера, цельности, законченности, соответствия визуальному и смысловому контексту и т. д. В этом аспекте оно может анализироваться как фрагмент общего эстетического пространства современной культуры. Предложенные координаты создают лишь общую рамку в проблемном поле эстетики журналистики. Особую задачу для исследования в этой области представляют параметры эстетической оценки журналистского произведения, которые, со всей очевидностью, не могут быть сведены к статистическим данным и предполагают самые разнообразные слагаемые как для отдельных «рамочных» исследований, так и для анализа конкретных журналистских практик.

В. П. Бранский настаивает, что «обоснование эстетической оценки представляет собой не рациональное, а эмоциональное доказательство. И это как раз тот уникальный случай, когда такое доказательство является самым настоящим и никакого другого здесь не требуется. Насколько оно неуместно и недопустимо при обосновании каких-нибудь фактов, настолько же оно закономерно и даже совершенно необходимо при обосновании эстетической оценки этих фактов»⁸⁰. Такая оценка может быть 1) положительной, 2) отрицательной, 3) неоднозначной (противоречивой), 4) уклончивой (неопределенной). Общественный эстетический идеал и исходные профессиональные установки являются принципиальным ориентиром для такой оценки и позволяют решать, что считать эстетически ценным, а что нет. Л. Н. Новикова указывает, что именно они позволяют построить систему критериев эстетической оценки, вклю-

⁸⁰ Бранский В. П. Природа эстетической оценки и ее разновидности. URL: <http://philosophica.ru/bransky/21.htm>. (Дата просмотра 23.02.2018.)

чающую необходимый набор эстетических мер и шкал, которые эксперты используют в своей работе. Она выделяет общие законы, на которые опирается человек в своей эстетической деятельности⁸¹: целостность, структурность, симметрия, ритм, целесообразность, гармония. При этом форма как модификация содержания обладает самостоятельностью по отношению к нему и характеризуется завершенностью, пластичностью, органичностью, выразительностью. Именно форма позволяет придавать объектам помимо основного значения дополнительные, переносные смыслы.

На потребительском рынке компоненты эстетической оценки объекта можно соотнести с общими параметрами такой оценки любого товара: в самых общих чертах она включает в себя *информационную выразительность, рациональность формы, целостность композиции, совершенство производственного исполнения и стабильность товарного вида изделия*⁸². При этом выразительность подразумевает отражение сложившихся в обществе эстетических представлений и норм, включает в себя способность вызывать определенные чувства, создавать настроение, выявлять задачи журналистского произведения. В эстетическую оценку могут быть включены такие показатели как оригинальность — своеобразие формы, стилевое соответствие — устойчивость средств художественной выразительности, свойственных определенному историческому этапу, соответствие моде — временно господствующим эстетическим вкусам. Целостность композиции как комплексный показатель оценивает единство частей и целого, гармонию структуры. Рациональность предполагает соответствие формы условиям производства и потребления, что может быть важным как при оценке результатов журналистской деятельности, так и для понимания восприятия произведения адресатом; не менее важна при этом и оценка совершенства исполнения — тщательности отделки, чистоты выполнения операций и т. д.

Как продукт индустрии журналистская публикация по своим эстетическим параметрам должна оцениваться комплексно и соответствовать общим требованиям потребителя. Координаты предмет-

⁸¹ См.: Новикова Л. И. Эстетика и техника: альтернатива или интеграция? (Эстетическая деятельность в системе общественной практики). М., 1976. С. 74–79.

⁸² Царев В. И. Эстетика и дизайн непродовольственных товаров. М., 2004. С. 88–95.

ного поля обуславливают и особые ракурсы эстетической оценки, и ее детализацию, определяют критерии более конкретные, ориентированные на специфические отрасли, тематические области, авторские практики, выразительные средства (текста, визуального ряда, звука, дизайна и т. д.)

Определение общих координат эстетической оценки очень важно. С одной стороны, в каждом конкретном случае критериями могут становиться взгляды, вкусы, пристрастия конкретного эксперта или критика. С другой — таким критиком является аудитория, значит — мы должны в оценках ориентироваться на ее вкусы и пристрастия. При этом парадоксом в медиапотреблении является то, что аудитория может критически, отрицательно оценивать публикации, но продолжает их читать, смотреть, слушать. Если журналистика существует в статусе социального института, всегда ли необходимо следовать эстетическим запросам публики? И в какой момент мы можем предполагать не просто эмоциональное, но эстетическое ее переживание?

Прежде всего: форма способна выступать в функции эстетического сигнала — выделять объект в общем потоке, может работать как знак, который определяет значимость объекта в ряду других. С формой связана предварительная эмоция, которая ориентирует на эстетическое отношение: какое-то «вдруг», нарушение монотонности, неожиданность, интенсивность цвета, изменение интервала, контраст со средой. С одной стороны, в предмете с рыхлой и аморфной структурой нет гармонии, с другой — эстетическое чувство не удовлетворяется эталонами, совершенными предметами, предпочитает сложную структуру, в которой угадывается идея преодоления хаоса.

Вместе с тем эстетическая оценка включает в себя содержательные аспекты журналистского произведения, воплощенные в его форме и именно в ней обретающие выражение и смыслы. Это, безусловно, подразумевает и эстетику идеи, мысли, которая «заменяет работу мифа и ритуала»⁸³ и «дает возможность породить множество сходных мыслей и идей»⁸⁴. Важным психологическим механизмом перевода эмоционально-образного мышления в эстетический план, считает Л. И. Новикова, продолжая идеи М. К. Мамардашвили, является продуктивное воображение, связанное с ассоциативным образом, фантазией, которая, отталкиваясь от содержательного материала,

⁸³ Мамардашвили М. К. Указ. соч. С. 101.

⁸⁴ Там же. С. 122.

направляет работу воображения и мысли в определенное русло⁸⁵. Мамардашвили указывал, что именно продуктивное воображение способствует существованию измерения, в котором даются завершенные, а не разорванные образы бытия⁸⁶, то есть возникает цельное понимание реальности. Это *творческий импульс* эстетической составляющей журналистского произведения представляется важнейшим в контексте социального воздействия медиа и требует отдельного изучения. Не случайно Ю. А. Филипьев, исследовавший сигналы эстетической информации, указывает: «Каждое художественное произведение — это всегда особым образом настроенная и организованная в едином ключе художественная структура, несущая в себе огромный мобилизующий заряд эстетического воздействия на чувства, сознание и волю воспринимающего»⁸⁷. В аспекте социальности эстетического это означает, что процесс эстетизации того или иного контента может становиться способом воздействия, установления власти, продвижения определенных вкусов и ценностей. Именно поэтому необходимо учитывать, что как информационное явление эстетическое начало имеет только положительную направленность⁸⁸. «Нравится», «красиво», «классно сделано», «здорово» и «ужас», «безвкусица», «кошмар» — удовольствие по-прежнему остается главным маркером эстетических оценок в журналистике, природу и причины которых необходимо исследовать. Без понимания соответствующих механизмов журналистике трудно сегодня оставаться востребованной и сохранять социальную значимость в обществе гедонистических ценностей. Профессиональные координаты могут служить основой и общей платформой для дальнейшего конкретного анализа.

Представления об эстетике журналистики имеют очевидные институциональные характеристики и складываются в профессиональных координатах конкретного предметного поля. Проблемная область формируется в русле проблематики социального функционирования и профессиональной идентичности, а процесс эстетизации журналистики соотносится с актуальными коммуникативными, культурологическими и технологическими тенденциями.

⁸⁵ Новикова Л. И. Указ. соч. С. 100–113.

⁸⁶ Мамардашвили М. К. Указ. соч. С. 134.

⁸⁷ Филипьев Ю. А. Сигналы эстетической информации. М., 1971. С. 5.

⁸⁸ Там же. С. 24.

1.2. Трансформации журналистской деятельности в контексте культурных и коммуникативных практик

Необходимость говорить сегодня о новых эстетических подходах к творческой деятельности журналиста и анализу ее результатов обусловлена не только технологическими изменениями медиаплатформ (а вслед за этим языков опосредованной ими коммуникации) и новыми интерактивными практиками взаимодействия с контентом, но и трансформацией культурных практик взаимодействия с символическими формами, к числу производителей которых относятся журналисты.

1.2.1. Предпосылки трансформации

Традиционно журналистика считается профессией, ориентированной на производство информации или новостей, т. е. на отражение того, что американские журналисты Билл Ковач и Том Розенстил, возглавлявшие профессиональные журналистские ассоциации, в своей классической монографии «Элементы журналистики» называют «журналистской правдой» (сводимой к добросовестного проверенным фактам или к «перманентному поиску правды»)¹.

Классическая модель для понимания потребностей в сфере коммуникаций была предложена в 1970-х годах группой исследователей под руководством профессора Еврейского университета Иерусалима, ученика знаменитого американского медиасоциолога Пола Лазарсфельда Э. Каца². Она опирается на взаимовлияние в каждой потребности трех ключевых элементов: способа использования потребности (усилить, ослабить и получить), способа связи потребности и объекта потребности (социального актора или феномена, на который направлено получение потребности). В результате анализа учеными были выделены пять ключевых групп потребностей, удовлетворяемых при помощи медиа:

- когнитивные потребности, связанные с увеличением количества необходимой информации, знаний и понимания;

¹ Ковач Б., Розенстил Т. Элементы журналистики. Что должны знать сотрудники отделов новостей и что общественность должна от них ожидать. М., 2004.

² Katz, E., Gurevitch M., Haas H. On the Use of the Mass Media for Important Things // American Sociological Review. 1973. № 38 (2). P. 164–181.

- аффективные потребности, связанные с усилением эстетического и эмоционального наслаждения;
- интегративные потребности, связанные с усилением признания, доверия, стабильности, уважения, статуса (комбинируют аффективные и когнитивные потребности);
- интегративные потребности, обеспечивающие контакт с людьми, семьей, друзьями, миром и т. п.;
- потребности, связанные с ослаблением контактов с социумом и собственным местом в нем, называемые «эскапизмом».

В 1970-х годах, когда проводилось это исследование, один из главных выводов, который был из него сделан, заключался в том, что даже информационные и когнитивные потребности люди удовлетворяют в первую очередь не за счет массовой коммуникации, а за счет интерперсонального общения и иных форм коммуникации (например, в рамках обычного образовательного процесса и иных форм интерперсональных коммуникаций). Вместе с тем среди всех форм массовых коммуникаций самой действенной с точки зрения информационной функции называлась печатная пресса, а самым действенным с точки зрения аффективных потребностей — телевидение.

Принципиальное отличие разных типов потребностей состоит в том, что одна часть из них относится к рациональным или рефлекслируемым, а другая — к нерелфлекслируемым. В частности, львиная доля когнитивных потребностей предполагает разумное объяснение, для чего они нужны. Люди нуждаются в информации о погоде — чтобы принимать решение о том, что надеть, о курсе акций — чтобы принимать какие-либо решения в области торговли и т. п. Ценности контента такого рода заключаются прежде всего в полезности информации для каких-либо действий. Потребности же аффективные и потребности в эскапизме, напротив, связаны не с пользой, а с эмоциями (например, в компьютерных играх), и нужны они для получения впечатлений.

Влияние технологических изменений медиасреды, произошедших со времен исследования Э. Каца (в частности, возникновение социальных медиа, которые по-другому стали обслуживать интегративные потребности индивидов), в большей степени очевидно в областях, ориентированных на удовлетворение рефлекслируемых потребностей. Когнитивные потребности, обслуживаемые исторически экосистемами новостей и образования, подверглись максимальной автоматизации, классификации, рационализации и упрощению в процессе работы с данными и трансформации форм доставки инфор-

мации. Новости стали производиться и собираться автоматизированным путем (в том числе роботами и ботами), ценность «новостей» как таковых, а точнее, ценность журналистского труда по их поиску стала сокращаться. Информация о погоде теперь доступна потребителю через push-каналы, котировки акций и финансовая аналитика — через специализированные приложения и т. д. Поскольку поле журналистики в сфере обслуживания чисто когнитивных потребностей стало сужаться, создатели контента в поисках способов удержания аудитории были вынуждены обратить больше внимания на зрелищные форматы, удовлетворяющие аффективные потребности. Стали появляться все новые и новые инструменты для усиления эффекта присутствия, геймификации медиаконтента и т. д.

Даже в производство новостей теперь вовлечено много разных акторов: как представители различных профессий (дизайнеры, программисты и т. п.), так и сама аудитория. Поскольку доступ к альтернативным точкам зрения упрощен, как пишет со своими соавторами известный теоретик сетевой коммуникации, профессор университетов Барселоны и Южной Калифорнии Мануэль Кастельс, существует мнение, что нет никакой необходимости «держат» баланс точек зрения в публикациях³.

Кастельс, последние 20 лет занимающийся исследованиями в области влияния информационных технологий на социальные трансформации, полагает, что в новой ситуации журналистика все чаще становится деятельностью, направленной не на «производство новостей», а в первую очередь на «создание различных историй» о мире, его фундаментальных законах и вариативных практиках, на контексты, в которые погружены различные новости и т. д.⁴ Аудитория все меньше и меньше хочет *знать*, что происходит на территориях, контролируемых ИГИЛ. Журналистика современного типа пытается сделать так, чтобы аудитория *чувствовала*, что там происходит. Это постепенно сближает журналистику со зрелищными искусствами и экосистемой развлечений в целом. Конкуренция за публику, выбирающую, на что ей потратить свободное время и деньги, заставляет журналиста если не использовать, то учитывать весь арсенал средств, накопленный индустрией развлечений.

³ Haak B., Parks M., Castells M. The Future of Journalism // Networked Journalism International Journal of Communication. 2012. № 6. P. 2923–2938.

⁴ Ibid. P. 2926.

1.2.2. Иммерсия как способ эстетического воздействия

Одним из ключевых эстетических изменений, происходящих со зрелищной культурой, частью которой оказываются результаты творческой деятельности журналиста, становится выход на новый уровень иммерсивности. Стремление погрузить зрителя в художественную реальность, поиск новых способов усиления эффекта присутствия — вполне традиционная задача искусства, берущая начало от древнейших ритуалов. Наряду с эмоциональным воздействием искусство традиционно удовлетворяло и другие потребности: от когнитивных (особенно это очевидно на примере религиозной живописи) аффективных и эскапистских до интегративных. О проявлениях иммерсии в искусстве разных веков и ее воздействии на аудиторию много писали разные исследователи. Для нашей работы особенно актуальны выводы современного немецкого искусствоведа О. Грау⁵. Рассматривая различные средства, с помощью которых искусство погружает зрителя в художественную среду, он анализирует приемы иммерсии в изящных искусствах, кинематографе (на примере фильма реж. Л. Рифеншталь «Триумф воли», 1934) и компьютерной игре «America's army» (США, издается с 2002 года), прослеживая элементы преемственности между классическими и неклассическими искусствами. Выбор объектов исследования объясняется тем, что каждое из произведений появилось в периоды, которые он называет «разломами» истории медиа. Первый такой разлом, по его мнению, связан с открытием перспективы, второй — с изобретением «мнимого движения изображения (кинематограф)», третий — «мнимой реакции изображения на действия пользователя»⁶.

На наш взгляд, приемы, способствующие погружению зрителя в действие, формируются не только в периоды «разлома». Третий период, обозначенный О. Грау, который искусство проживает сейчас, лишь пополнил арсенал художника, стремящегося к иммерсии, новыми технологическими инструментами, позволившими усовершенствовать методы воздействия на зрителей со стороны создателей видеоарта, музыкальных шоу, иммерсивного театра или компьютерных игр и т. д. Но они не меняют ни природу эстетического воздействия, ни законы восприятия искусства, которое и раньше развивалось че-

⁵ Грау О. Эмоции и иммерсия: ключевые элементы визуальных исследований. СПб., 2013.

⁶ Там же. С. 10.

рез чередование приоритетов условности и жизнеподобия в репрезентации реальности.

Анализируя изменения, происходящие в театре, тоже стремящемся увеличить иммерсивность, Н. Ковалева и В. Левченко выделяют следующие приемы выведения зрителя из пассивного состояния и погружения его в иную реальность: «вербальное обращение к зрителю, что имеет свою укорененность еще со времен авангардного театра», «невербальные формы прямой коммуникации актеров со зрителем — например, возможно изменение привычно ожидаемой зрителем локации, лишение зрителей визуальных контактов, надевание им на глаза повязки, запрет на любое общение зрителей между собой и, напротив, принуждение к телесным контактам», «соединение в одном спектакле элементов собственно театра, перформанса, авангардной хореографии, видео- и аудиоинсталляций»⁷.

В журналистике, где коммуникация с произведением всегда была опосредована техническим носителем, те же тенденции проявляются несколько иначе. Особенно ощутимо стремление к вовлечению зрителей в произведениях, имеющих в основе жанры, которые принято называть художественно-публицистическими — очерк, фельетон, эссе. Телевизионная журналистика на предыдущем этапе трансформации расширила этот список, включив жанры и методы документального кинематографа (специальный репортаж, документальный телефильм) и игровые жанры и их приемы, характерные прежде для эстрады (телевизионные шоу различных форматов, передачи, сделанные в стиле инфотейнмента). Современная «иммерсивная журналистика»⁸, стремясь к уменьшению дистанции между автором и публикой, создавая интерактивные мультимедийные проекты, экспериментирует прежде всего с новыми компьютерными технологиями вовлечения, но адаптирует и те приемы, которые мы перечислили выше как театральные.

Творческая деятельность журналиста при этом тоже претерпевает изменения, часто адаптируя художественные приемы разных видов искусства для решения задач более глубокого, чем прежде, эмоционального воздействия на аудиторию, движение к которому идет с

⁷ Ковалева Н., Левченко В. Иммерсивность как механизм создания новой художественной реальности // Докса. 2016. Вып. 2. С. 178–179. URL: <http://doxa.onu.edu.ua/doxa26/87-92.pdf>.

⁸ Замков А. В. и др. Иммерсивная журналистика: подходы к теории и проблемы образования // Междунар. науч. журнал «Современные информационные технологии и ИТ-образование». S. 1. Vol. 13. №. 1. P. 166–172. May 2017. URL: <http://sitito.cs.msu.ru/index.php/SITITO/article/view/206/182>.

двух сторон. С одной стороны, эмоциональное воздействие возрастает благодаря сокращению дистанции между журналистом и публикой. На смену рациональной объективности приходит иррациональный, эмоциональный, авторский взгляд на проблему, свойственный художнику. Это проявляется, в частности, в доминировании изображения (фотографии) над текстом в мультимедийных лонгридах, например, или опоре на звуковой (в частности, музыкальный) образ, как в кино, в радиодраме, артакустике и т. д. Что касается собственно текста как результата публицистического размышления, он либо объективизируется, «сворачивается» до схемы (которую можно представить, в частности, в виде инфографики), либо прячет субъективность за комментированием «больших данных», часто превращающихся в инструмент имитации неопровержимых доказательств, либо максимально индивидуализируется с помощью эссеизации, постмодернистской декларации отсутствия истины (эта тема исследователями рассматривается и в более широком контексте, как «эссефикация»⁹ или эссеизация¹⁰ современной культуры). Можно найти проявление этих тенденций и во многом другом, вплоть до неформальной (а иногда и цензурной) лексикографии блогеров, выполняющих функции журналистов.

Еще один путь к усилению эмоционального воздействия, как мы уже сказали, — технологический, в нем иммерсивность возникает как ответ на спецэффект, аттракцион, выполняющий суггестивные функции, как это получилось, например, в шоу «Голос-Дети», когда при трансляции финала была применена технология 360 градусов (создающая эффект присутствия). Также технологии виртуальной реальности часто используются для показа военных действий, стихийных бедствий, забастовок, спортивных чемпионатов и т. д. Создатели такого рода контента полагают, что они прежде всего вызывают в людях сочувствие. Однако есть эксперименты и по использованию этих технологий в так называемой «объяснительной» журналистике, документальном кино¹¹ и других жанрах.

⁹ *Wampole C.* The Essayification of Everything // *Opinionator*. The New York Times. 2013. URL: https://opinionator.blogs.nytimes.com/2013/05/26/the-essayification-of-everything/?_r=0.

¹⁰ *Эпштейн М.* Парадоксы новизны. М., 1987.

¹¹ *Дворко Н. И.* Интерактивный документальный фильм: творческая интерпретация действительности // *Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки*. 2014. № 10. С. 24–28.

Интересный опыт в этой сфере имеет, например, канадское интернет-издание *VICNews (Victoria News)*, входящее в медиаконцерн *Black Press-Greater Victoria*. Так, фильм режиссера Криса Милка «*VICE News VR: Millions March*» погружает зрителя в атмосферу забастовки, давая возможность зрителю почувствовать себя ее участником¹².

Если журналистика пока опробывает новые возможности воздействия на уровне экспериментов, в рекламе иммерсивные приемы и технологии помогают формировать идеологию бренда и вовлекать потенциального покупателя в «мир бренда», подталкивая пользователя к покупке разного рода товаров, имеющих символическую ценность, что позволяет разнообразить и продлевать эмоции погружения, «теряя себя в фантазийных мирах», как полагают некоторые исследователи¹³. Интересный пример этого — проект «Живые книги ИКЕА»¹⁴.

Дизайнеры воссоздают интерьеры комнат из произведений мировой литературы: «Великого чародея страны Оз» Баума, «Великого Гэтсби» Фицджеральда, «Мастера и Маргариты» Булгакова, «Человеческой комедии» Бальзака и «Снежной королевы» Андерсена. Режиссеры снимают эти интерьеры в технологии 360 градусов (панорамы комнат), полутораминутные ролики озвучены разными актерами, читающими отрывки из произведений. Кроме того, на YouTube можно посмотреть, как дизайнеры всё это делали. Объединяет проект единый для всех историй формат и принцип обозначения названий и цен использованной мебели.

Такая логика внедрения инноваций типична для культуры. По наблюдениям О. Грау, все прорывные иммерсивные произведения сделаны по заказу власти (светской или церковной) или бизнеса, так как только при высоких концептуальных и финансовых затратах можно было реализовывать подобные визуальные миры. Медиа развивались по той же логике. Один из самых ярких примеров — использование возможностей радио и телевизионных трансляций, чей

¹² *Chris Milk, Spike Jonze, and VICE News Bring the First-Ever Virtual Reality Newscast to Sundance* // *VICE News*. 2015. 23 Jan. URL: <https://news.vice.com/article/chris-milk-spike-jonze-and-vice-news-bring-the-first-ever-virtual-reality-newscast-to-sundance>.

¹³ *Rose F.* The Art of Immersion: How the Digital Generation Is Remaking Hollywood, Madison Avenue, and the Way We Tell Stories. New York, 2012.

¹⁴ Такого дома вы не видели. URL: <http://www.ikea.com/ext/ru/literatura/#nav>.

эффект погружения был быстро оценен советской идеологией, для информационного сопровождения парадов и демонстраций¹⁵.

О. Грау с опасением высказывает предположение, что и новые медиа, обладающие большим суггестивным потенциалом, становятся очередным инструментом манипулирования, формирования установок, которые человек переносит из «иллюзорной реальности» в «реальную реальность», переставая ощущать их границы¹⁶.

1.2.3. Этапы развития приемов иммерсивности в журналистике

Переход журналистики к современному уровню иммерсивности начался еще на телевизионной платформе, в процессе создания гибридного информационно-развлекательного контента (1990–2000)¹⁷. Утверждение инфотейнмента как универсального (используемого в разных тематических сферах, от популяризации науки — сайнстейнмент и технолоджтейнмент — до политических и образовательных проектов — политтейнмент, эдьютейнмент) стиля творческой деятельности можно считать *первым этапом* становления современной иммерсивной журналистики. Несмотря на то, что единственный телевизионный экран не мог обеспечить зрителю иллюзии полноценного погружения в зрелище, диалогичная манера коммуникации журналиста со зрителем, свободное соединение документальных и постановочных кадров, искажение пространства экранного действия и нелинейность повествования, цикличность и серийность, многовариантность декодирования визуальных и звуковых образов-ребусов и т. д. позволяли зрителю включиться во взаимодействие с телевизионной реальностью, игру с ней, получая новый иммерсивный опыт. Как и в случаях, описанных О. Грау, восприятие иммерсивных проектов, созданных в стиле инфотейнмента, во многом зависело от различий зрительского опыта, по-разному формировавшегося в национальных культурах. Так в России инфотейнмент, увлечение которым совпало с политическими преобразованиями в стране, активно использовался для развенчания советских политических и культурных мифов и

¹⁵ Кирия И., Новикова А. История и теория медиа. М., 2017. С. 170–179.

¹⁶ Грау О. Указ. соч. С. 10..

¹⁷ Thussu, D. K. News as Entertainment: the Rise of Global Infotainment. London, 2007.

создания мифов, характерных для глобалистских представлений о прогрессе¹⁸.

Вторым этапом вовлечения стало появление интерактивных возможностей взаимодействия пользователя с мультимедийным журналистским проектом. На этом этапе важно и то, что мультимедийные возможности позволили расширить набор специфических художественных приемов, характерных для телевизионного экрана, усилили игровой эффект¹⁹ приемами графического и звукового дизайна, а также новыми подходами к работе с журналистским текстом. Плоды творческой деятельности журналиста перестали быть авторскими произведениями, а превратились в проекты, предполагающие большую долю коллективного творчества и возможность зрителя стать частью проекта, повлиять на него как с помощью выбора из «базы данных» (то есть своего рода «монтажа»), так и с помощью коммуникации через комментирование, а также через создание пользовательского контента.

Разнообразие творческих возможностей не во всех случаях вело к их полноценному использованию. Работа «конвергентного» журналиста²⁰, вынужденного выполнять одновременно задачи оператора, осветителя, режиссера, монтажера, звукооператора, не может оставаться на том же художественном уровне, что и работа команды профессионалов. Однако определенная «некачественность» изображения и звука, неформальность речи и т. д. вместе с оперативностью доставки информации не мешают, а способствуют созданию эффекта присутствия, вовлечению в реальность зрелища.

На этом этапе можно говорить о том, что журналистика становится «открытой» в том же значении, в котором У. Эко говорит об

¹⁸ Novikova A. Infotainment on Russian TV as a tool of desacralization of Soviet myths and creation of a myth about the future // IC Revista Científica de Información y Comunicación. 2014. №. 11. URL: <http://www.icjournal-ojs.org/index.php/IC-Journal/article/view/304>; Новикова А. Телевидение и театр: переосмысления закономерностей. М., 2004.

¹⁹ Волкова И. И. Игровые форматы мультимедийной журналистики // Вестн. РУДН. Сер. Литературоведение. Журналистика. 2014. № 1. С. 105–112.

²⁰ Уразова С. Конвергентно-интегративные аспекты эволюции СМИ в век массовой информации // Вестн. ВГИК. 2010. № 6. С. 54–60.

«открытых произведениях»²¹ применительно к литературе, т. е. о произведениях, демонстрирующих свою многозначность, способность вписаться в «неупорядоченность» современной культуры, которая предполагает «разрушение традиционного Порядка, который западный человек считал неизменным и отождествлял с объективным строением мира»²².

Открытое произведение обладает значительно большим иммерсивным потенциалом, чем закрытое. При его создании задача журналиста не в том, чтобы дать правильный ответ, а в том, чтобы предложить набор историй и контекстов, создающих среду, погружаясь и осваивая которую пользователь получает значительное количество эмоций и новых впечатлений.

Третий этап — гибридизация журналистики и видеоигр. Понятие иммерсивности сегодня чаще всего применяется к обозначению именно таких проектов — использующих съемки 360 градусов и 3D видео и предлагающих пользовательский интерфейс, аналогичный квестам. Например, активно обсуждавшийся профессиональным сообществом проект AlJazeera²³.

В нем пользователь берет на себя роль журналиста, которому поручено расследовать дело по факту многомиллионной торговли незаконным рыболовством в Сьерра-Леоне. В основе игры в расследование документальный фильм «Пиратская рыбалка», который был снят в 2012 году для «Аль-Джазира».

Геймеры собирают информацию и доказательства, просматривая видеоролики из документального фильма, некоторые из которых являются обязательными для того, чтобы «прогнать повествование вперед», в то время как другие не являются обязательными.

1.2.4. Эстетические вызовы иммерсивности

На данном этапе журналистские проекты чаще не погружают аудиторию полностью в виртуальную среду с помощью специальных технических приспособлений (очков), а используют возможности дополненной реальности. Это сильно снижает эффект «потери себя», но оставляет важный вопрос, касающийся коммуникации.

²¹ Эко У. Открытое произведение: форма и неопределенность в современной поэтике. СПб., 2004.

²² Там же. С. 7.

²³ Why Al Jazeera has launched its first newsgame? URL: <https://www.journalism.co.uk/news/why-al-jazeera-has-launched-its-first-news-game/s2/a562575/>.

На телевидении со зрителем общается (хотя и не интерактивно) ведущий или репортер — т. е. «человек от телевидения», как его называл еще В. С. Саппак. Кто и как будет общаться с пользователем иммерсивных проектов — журналист, бот, анимационный персонаж, постоянно находящийся в чате? В каких отношениях этот персонаж с автором (журналистом-модератором, продюсером, режиссером) или любым другим членом команды, который берет на себя ответственность за сохранение «идеологии формата», бренда проекта (особенно это важно в случае, если проект предполагает возможность создания пользовательского контента)? От того, как творческая команда отвечает на этот вопрос, будет зависеть творческая деятельность журналиста и характер его взаимодействия со средой (местом экранного действия).

В иммерсивных проектах среда становится тем местом, где могут быть удовлетворены потребности пользователей и которое генерирует эмоции благодаря уникальной комбинации условности и жизнеподобия. В ней чрезвычайно легко соединяются сферы реального (реальные люди в реальных обстоятельствах), игрового (реальные люди в нереальных обстоятельствах) и постановочного (нереальные люди в нереальных обстоятельствах)²⁴. При этом уровень имитации реальности, в которую погружает зрителя технология 360 градусов, значительно выше той, что предлагали прежде экранные искусства.

Как в иммерсивном театре постановки часто происходят в особенном пространстве — на фабрике, в заброшенном доме и т. д., так иммерсивные мультимедийные проекты стремятся погрузить зрителя в пространство, куда самому ему попасть затруднительно, они создают с помощью фотографий и видео модель труднодоступного мира, позволяя публике получить особый опыт и эмоции. Примером использования этого приема могут быть проекты французского издания Ле Монд, предлагающие зрителям познакомиться с черно-белой жизнью Монголии²⁵, бытом жителей Синайского полуострова²⁶ или

²⁴ Jost F. L' Introduction à l'analyse de la television. Paris, 2004.

²⁵ Монголия: Эльдorado не существует. URL: http://www.lemonde.fr/afrique/visuel/2014/09/06/mongolie-l-eldorado-n-existe-pas_4464498_3208.html.

²⁶ Путешествие к варварам. URL: http://www.lemonde.fr/afrique/visuel/2014/10/13/voyage-en-barbarie-dans-le-desert-du-sinai_4501271_3212.html.

службой на подводной лодке²⁷. Во всех проектах визуальный ряд существенно доминирует над текстом, он создает настроение, рождая у зрителя предсказуемые эмоции, но не навязывает им содержательные выводы.

Еще один вызов — возрастающая степень участия публики (теперь пользователей) в развитии действия. Если раньше набор потребностей, которые должен удовлетворять медиаконтент, определяла редакционная политика и сам журналист, то современный мультимедийный интерактивный проект продумывает пользовательский интерфейс таким образом, чтобы из множества разнообразных возможностей человек мог сам выбирать, какие потребности и в какой пропорции он хочет удовлетворить. Продюсирование такого контента предполагает, что в сознании его разработчиков ценности рациональные не преобладают над ценностями эмоциональными, в частности, эскапистскими. Это противоречит традиционной журналистской этике, идее о «поиске правды», о которой мы писали в начале статьи. Современные мультимедийные проекты позволяют создать такие игровые форматы, в которых нереальные люди (анимационные персонажи, роботы, боты и т. д.) оказываются в реальных обстоятельствах, а иногда и начинают взаимодействовать с реальными персонажами — журналистами и пользователями. В проекте «Жили-были» (<https://takiedela.ru/homeless/>) истории реальных бездомных рассказаны с помощью анимации, что позволяет поднять бытовые подробности до уровня притчи, меняя эмоциональное впечатление зрителей. Другой проект — «Лодка» (<http://www.sbs.com.au/theboat/>) — рассказывает в виде комиксов реальную историю мальчика, бегущего от войны во Вьетнаме. Анимация в нем чередуется со встроенными документальными эпизодами (фотографиями).

Нелинейность времени экранного действия в мультимедийных проектах — еще один вызов, принципиально меняющий условность экранного зрелища. События в кино и на телевидении обычно развивались линейно, хотя драматургия повествования и допускала возвращение в прошлое, и нарушение логической последовательности, и другие нарративные модели. Но время экранного произведения всегда находилось во власти журналиста или режиссера. Современные мультимедийные и трансмедийные истории

²⁷ Месяц под водой: жизнь на атомной подводной лодке. URL: http://www.lemonde.fr/international/visuel/2014/09/20/un-mois-sous-les-mers-la-vie-dans-un-sous-marin-nucleaire_4485276_3210.html.

могут не иметь авторского времени вовсе. Например, в проекте, посвященном гибели экспедиции на перевале Дятлова (<http://dyatlov.looo.ch/p/toc>), благодаря использованию фотографий разных лет и музыки, прошлое разного уровня давности и настоящее могут комбинироваться во времени зрелища в любой интересующей пользователя последовательности. Хотя авторы и делают свое мультимедийное повествование на части с помощью оглавления, стилизованного под оглавление рукописи самиздата, но оно дано, скорее, для того, чтобы с его помощью проще было не следовать логике проекта, отвлекаться от нее, выбирая в соответствии с собственным интересом одну из линий повествования — мистическую, расследовательскую, бытописательскую и др.

Многообразие технологических приемов и творческих решений иммерсивных проектов позволяет зрителю не только испытывать иллюзию присутствия в момент совершения события (как при телевизионной трансляции), не только дает возможность «оглядеться вокруг» с той скоростью, которая ему удобна (благодаря съемке 360 градусов), но и останавливать внимание на любом элементе предложенной истории, возвращаться к любому событию и проживать его заново. Он самостоятельно конструирует набор и порядок историй, в которые погружается, черпая их из «базы данных» (как это называет Л. Манович)²⁸. Его свобода ограничена только рамками пользовательского интерфейса, который по мере развития технологий становится все богаче.

Анализируя многообразие существующих в медиасреде проектов, ученые выделяют несколько типов «чтения», предполагающих разную степень погружения и модели взаимодействия пользователя с контентом, которые сосуществуют в современной культуре и которыми должны «владеть» современные журналисты и их публика:

- трансляция (линейная передача информации, не предоставляющая потребителю иных возможностей влиять на процесс, кроме как остановить просмотр);
- чтение (представляет собой линейную передачу информации, которую, однако, можно прервать и вернуться к ней в любой другой момент);
- справочная консультация (чтение на основе доступа к информации через формальную ее категоризацию и упорядочивание);

²⁸ Manovich L. The Language of New Media. Cambridge, 2001. P. 219.

- навигация (перемещение по заранее запланированному маршруту);
- изучение (индивидуальное перемещение без заранее намеченного маршрута);
- виртуальный визит (навигация, полностью зависящая от действий пользователя)²⁹.

Все эти типы «чтения», каждый из которых предполагает специфические способы кодирования информации, журналист должен уметь чередовать и комбинировать в зависимости от задач проекта. В ответ пользователь должен иметь навыки декодирования информации, поданной разными способами. Более того, от него требуется навык самостоятельного конструирования последовательности и темпоритма действия, что сближает «читателя» медиапроекта с журналистом, а их обоих вместе — с «рассказчиком» в устной культуре, черпавшим материалы из эпоса, в котором временной поток еще не отделен от вечности (как его описывают исследователи мифологии³⁰). Напластования историй друг на друга, множество разнотипных конфликтов, сходство интерфейса журналистских проектов с интерфейсом различных форматов видеоигр (например, квестов) — все это может способствовать снижению критичности пользователя по отношению к оценке достоверности получаемой информации, усложнять оценку соразмерности презентации конфликта и его реальной общественной значимости. Чтобы противостоять этому, от публики требуется новый уровень медиаграмотности³¹. Журналистов же описанная трансформация представлений об общественной значимости события и их эмоционального восприятия заставляет пересматривать иерархию потребностей аудитории, заново отвечать на вопросы, касающиеся журналистской этики и принципов творческой деятельности журналиста.

1.2.5. Особенности трансмедийных проектов

Один из возможных ответов на перечисленные вызовы современным медиа — создание не единичного проекта, а сразу «куста проектов» на различных платформах, каждая из которых развивает историю и удовлетворяет разному набору потребностей и погружает

²⁹ Comprendre le cinéma et les images / ed. by R. Gardies. Paris. 2007. P. 243.

³⁰ Лосев А. Ф. Античная философия истории. М., 1977.

³¹ Программа «Информация для всех» (рус. пер. Information for All Programme). URL: <http://www.ifap.ru/ofdocs/unesco/programr.pdf>.

пользователя вглубь сюжета, сохраняя хотя бы относительную свободу выбора.

В трансмедийном повествовании, по определению Г. Дженкинса³², которого принято считать основоположником этой концепции, целостные (интегративные) элементы художественного произведения систематически распространяются на множество медиаканалов с целью создания единого комплексного и скоординированного развлекательного опыта. Отечественный исследователь С. Уразова по отношению к такому типу повествования использует термин «трансцендентное повествование»³³, опирающееся не на опыт, а на особый тип воображения.

С точки зрения эстетики, трансмедийные проекты отличает от других форм зрелища отсутствие общего пространства действия. Каждая из частей истории, развиваясь на отдельной платформе, может иметь свою художественную среду, разную степень жизнеподобия (т. е. принадлежать к разным сферам — реальному, игровому и постановочному), у них может отличаться время действия (как внутри одного из «ответвлений истории», так и между историями в едином проекте). Отдельные друг от друга продюсерские команды могут использовать различные языки медиа (части трансмедийного проекта могут быть вовсе не экранными).

Такое богатство художественных возможностей и практик пользовательского взаимодействия с отдельными частями проекта ставит под вопрос эстетическое единство трансмедийных проектов. Однако, на наш взгляд, оно все-таки есть. Таким «клеем» чаще всего становится не пространство и время действия, а сама история, ее герои, объединенные какой-то миссией. Единство цели гарантирует «единство действия» на разных медиаплатформах, позволяет сохранять мифологию «мира» истории, в которую погружается пользователь, его идеологию. Так, стержнем повествования об Олимпийских играх, который анализирует Р. Гамбарато³⁴, оказываются истории о [enop](#)

³² Jenkins H. Transmedia 202: Further Reflections // Confessions of an Aca-Fan. URL: http://henryjenkins.org/2011/08/defining_transmedia_further_re.html.

³³ Уразова С. Л. Телевидение как институциональная система отражения социокультурных потребностей : дис. ... докт. филол. наук. М., 2012. С. 394–410.

³⁴ Gambarato R., Alzamora G., Tarcia L. (2016) Russian News Coverage of the 2014 Sochi Winter Olympic Games: A Transmedia Analysis // International Journal of Communication. 2016. Vol. 10. P. 1446–1469.

теменах, стремящиеся к победе. Единство мифологии также находит свое отражение в дизайнерском решении и наборе специфических драматургических и постановочных приемов, которые трансформируются в зависимости от платформы, но не теряют узнаваемости.

Сохранение целостности истории при переходе с одной модели «чтения» на другую, создание условий для формирования пользовательского доверия и готовности к погружению (иммерсии), вовлечение пользователя в совместную с героями «деятельность» по выполнению миссии проекта (интерактивность) — вот, на наш взгляд, главные творческие задачи разработчиков трансмедийных проектов, в частности журналистов.

Журналист в трансмедийной истории может сохранять и развивать функции репортера или ведущего, став для пользователя своего рода проводником по платформам, готовым продемонстрировать пример «переключения» воображения с одного типа «чтения» на другой. Такую тактику используют и журналисты традиционных платформ (например, А. Желнов и Н. Картозия, создатели документального фильма «Саша Соколов. Последний русский писатель» (2017) и проектов вокруг этого фильма), и видеоблогеры, имеющие каналы на YouTube, но одновременно пробуя себя в Instagram и, например, в литературном творчестве (как это делает книжный блогер Ольга Миклашевская³⁵). В этом случае они берут на себя роль «автора». В других случаях создатели трансмедийных проектов не стремятся к персонализации автора, обеспечивая сохранение целостности проекта продюсерскими средствами. Первый вариант в большей степени опирается на доверие между «автором» (героем) и зрителем, второй вариант привлекателен подчеркнутым доверием самому зрителю, минимизацией авторского управления вниманием, возможностью погружаться в художественную среду «без инструктора».

Таким образом, журналистика реагирует на общее для современной художественной культуры в целом изменение типа коммуникации между автором и зрителем — с вертикальной на горизонтальную, предусматривающую участие зрителя в качестве соавтора произведения, который становится при этом одновременно и объектом, и субъектом эстетического воздействия.

2. КОНЦЕПЦИИ И МЕТОДОЛОГИИ В ЭСТЕТИКЕ ЖУРНАЛИСТИКИ

2.1. Эстезис журналистского текста как герменевтическая категория

2.1.1. Прагматические свойства эстезиса

С позиции эстетики объекты оцениваются с незапамятных времен, а сама категория эстетики появилась относительно недавно. В первой половине XVIII века немецкий философ А. Г. Баумгартен образовал неологизм от греческого корня, в результате чего получилось слово «die sthetik», которым определялась самостоятельная философская дисциплина, соотношенная с логикой, и если первая познавала мир с позиции художественно-чувственной, то вторая — с позиции рационально-рассудочной. В своем труде, названном очень просто — «Эстетика», Баумгартен представляет эстетику не как искусство, а именно как науку об искусстве. «То, что искусство заслужило быть возвышенным до уровня науки, учат факты его применения»¹. Среди особых методов применения Баумгартен называет филологические, герменевтические, экзегетические, риторические, гомилетические, поэтические, художественные и т. д.²

Баумгартен, вне всякого сомнения, сделал значительный шаг вперед в сфере познания действительности, хотя Г.-В.-Ф. Гегель в иерархии философов и поместил его среди представителей «популярной философии»³. Термин, которым было репрезентировано столь востребованное понятие, а именно эстетика, стали активно ис-

¹ *Baumgarten A. G. Ästhetik / übers. von lat. von D. Mirbach. Hamburg, 2007. S. 17.*

² *Ibid. S. 13.*

³ *Hegel G. W. F. Vorlesungen über die Geschichte der Philosophie. Bd. 3. Leipzig, 1971. S. 408.*

³⁵ Блог Ольги Миклашевской. URL: <https://www.youtube.com/user/ZPonedelnik>.

пользовать в гуманитаристике, и уже вскоре И. Кант вводит понятие «чистого эстетического суждения» («reines ästhetisches Urteil»)⁴, тем самым предельно идеализируя и абстрагируя эту категорию. Эстетическая деятельность, согласно Канту, «это деятельность способностей познания без конкретной цели познания»⁵. Такая методология не очень адаптирована к практической эстетике, поскольку в последней как раз главное — цель эстетического познания, идентификация объекта с позиций эстетики.

Несмотря на разность подходов и интерпретаций, категория эстетики развивалась как учение о прекрасном и стала одним из основных гуманитарных направлений. За минувшие столетия она подвергалась многим факторам воздействия, порой напрямую разрушительным: сильнейшая атака была предпринята «новыми левыми» экстремистами, которые стремились «к разоблачению “аффирмативного” характера буржуазной культуры»⁶. Категория эстетики развивалась в интеллектуальном поле западной философии. В либеральной традиции К. Ясперс выделял «все прекрасное и страшное, доброе и злое» — а это важнейшие эстетические категории — и видел в этом «освобождающее действие»⁷. Т. В. Адорно рассматривал эстетику в операциональном прагматическом плане, напрямую соотносил ее с аспектом творчества. Он, в частности, говорил о том, что «эстетический опыт кристаллизуется в особом творчестве», и никакой опыт «не может быть изолирован, независим от континуума сознания, познающего мир через опыт»⁸.

Марксистская философия, идеологизируя эстетику, в то же время ее систематизировала и достаточно четко оформила типологически. Так, А. В. Гулыга выделил предэстетические категории, принцип восхождения в эстетике от абстрактного к конкретному, принципы искусства, художественный и социальный аспекты, основательно разработал категории образа и мифа. Философ увидел особенности мифомышления, пришел к выводу, что «с развитием культуры миф сублимируется, возводится во все более высокую степень. <...>

⁴ Kant I. Kritik der Urteilskraft. 2. Aufl. Leipzig s.a. S. 191.

⁵ Афасижев М. Н. Учение Канта о прекрасном или специфике эстетического суждения. URL: <http://intencia.ru/Pages-print-715.html>.

⁶ Давыдов Ю. Н. Эстетика нигилизма. М., 1975. С. 23.

⁷ Jaspers K. Die Atombombe und die Zukunft des Menschen. Politisches Bewußtsein in unserer Zeit. 3. Aufl. München, 1958. S. 315.

⁸ Adorno T. W. Ästhetische Theorie. Frankfurt am Main, 1973. S. 400.

Миф — форма мысли, так же свойственная человеку, как и другие ее формы. Погруженность мифа в бытие делает его незаменимой формой мысли. Разрушение мифа ведет не к победе рациональности, а к утверждению другого мифа. Когда на смену высокому мифу приходит низкий, это — беда: цивилизация идет вперед, но культура распадается. <...> Существенная оговорка: высокий миф — высокое искусство. И миф не сам по себе, а в составе мудрости, во взаимодействии с другими формами мысли — таковы условия включения мифомышления в современную культуру»⁹.

Исключительно ценное наблюдение: утрата мифа сама по себе не ведет к дискурсивному подъему, и в результате не обязательно воцарится позитивное рациональное начало, — она ведет к освоению другого мифа, который может оказаться не лучше прежнего. Воцарение же низкого мифа — не только беда, а порой и настоящая катастрофа. Исторический опыт свидетельствует об этом с необыкновенной жесткостью.

Опору в мифе находит и Мишель Маффесоли: «...речь идет не столько о содержании, которое относится к области веры, сколько о форме, вмещающей это содержание, т. е. о том, что является общей матрицей, что служит опорой “бытия-вместе” (*l'être-ensemble*)»¹⁰. Маффесоли в то же время стремится уйти от статичности эстетики, от ее статуса дисциплины, лишь отражающей систему знаний о прекрасном. Он обращается к уже давно существующей — но почти утраченной — категории эстетизма и наполняет ее новым содержанием — «для него эстетизм есть тотальная и коллективная эстетизация жизненного мира»¹¹.

В истории цивилизации были времена странной и необъяснимой деэстетизации среды пребывания человека — как духовной, так и физической. Причем тяга к уродливому, ущербному преподносилась порой как высшее философское достижение, хотя и была очевидна ее суть деградации и расчеловечивания. Джозеф П. Овертон обратил внимание на пропасть психозстетической идентичности индивида, но она ведь существовала и задолго до него. Не будем на этом останавливаться подробно, лишь отметим справедливость наблюде-

⁹ Гулыга А. В. Принципы эстетики. М., 1987. С. 210, 211, 214.

¹⁰ Маффесоли М. Околдованность мира, или Божественное социальное / пер. с фр. И. И. Звонаревой. М., 1991. С. 274.

¹¹ Тлостанова М. Эстетика vs Эстетизм: телесная политика ощущения, знания и бытия. URL: <http://moscowartmagazine.com/issue/6/article/48>.

ния того, что «мистериально-антропологический характер эстетизма был не столько раскрыт и изучен, сколько спекулятивно внедрен в различные сферы теоретического знания и, в конце концов, потерян классической мыслью»¹². В последнее время его стали ~~обретать~~ ~~становились открывать~~ и объяснять эстетизм как «способность к чувственному восприятию, чувствительность и сам процесс чувственного восприятия по всему миру»¹³. Категория эстетизма стала обретать явную герменевтическую инструментальность. Попробуем на практике применить некоторые прагматические свойства этой категории.

2.1.2. Инструменты эстетической идентификации текста

Герменевтическое исследование предполагает идентификацию текста — в том числе и журналистского произведения — по строго алгоритмизованной методологии, включающей анализ объекта, выделение закономерностей его построения, функциональных особенностей, форм презентации и других аспектов реализации. Важным предметом герменевтики является также эстетический уровень текстуального произведения, который отражается в понятии архитектоники. Важнейшая категория текстовой идентификации, архитектоника предполагает прежде всего эстетическую оценку внутренней формы произведения. Ее можно представить в качестве общей эстетической характеристики произведения, в основе которой лежит аксиологический фактор искусства текстуализации. Последнюю мы можем истолковать как выстраивание семиотического материала с целью создания единого текстового континуума с соответствующей ценностной психоэстетической составляющей.

Казалось бы, данная парадигма не отличается особой сложностью, однако существует прецедент неоправданного отождествления категорий «архитектоника» и «композиция», что вносит путаницу в некоторые материалы научных исследований. На это справедливо указывает Е. С. Бердник: «...в зависимости от выбранной исследователем мировоззренческой позиции, контекста исследовательской

¹² *Круглов В. Л.* Эстетизм и эстетическое: истоки и клише традиции // Вестн. Томск. гос. ун-та. Сер.: Философия, социология, политология. 2008. № 316. Ноябрь. С. 34.

¹³ *Тлостанова М. В.* Пограничное (со)знание / мышление / эстетизм на пути к трансмодерному миру // Общественные науки и современность. 2012. № 6. С. 163.

теории понятия “композиция” и “архитектоника” могут отождествляться, различаться или рассматриваться как принадлежащие разным теориям литературы. Следовательно, можем констатировать, что вопрос корреляции этих понятий и на сегодняшний день является дискуссионным и поэтому требует более глубокого и детального исследования»¹⁴. Это суждение отнюдь не безосновательно, поскольку даже в некоторых изданиях словарного типа, претендующих на нормативность, можно встретить дефиниции, которые не отличаются точностью. Так, В. Г. Власов, автор «Иллюстрированного художественного словаря», замечает, что архитектоника — это «главный, основной принцип построения, система связей отдельных частей композиции», и «архитектоника выражает главную композиционную, т. е. образную идею произведения искусства, и этим отличается от *тектоники*, являющейся лишь эстетическим выражением работы конструкции в материале»¹⁵.

Подобная концепция противоречит предложенной авторами сетевого «Словаря литературных терминов», в котором говорится, что архитектоника — это «построение литературно-художественных, публицистических и литературно-критических текстов как единого целого, взаимосвязь основных составляющих... В последнее время в литературной науке получает распространение понимание архитектоники как ценностной структуры “эстетического объекта, т. е. мира героя, воспринятого читателем” (Н. Д. Тмарченко). В таком толковании архитектоника противопоставляется композиции».

В фундаментальном академическом труде «Поэтика: словарь актуальных терминов и понятий» под редакцией Н. Д. Тмарченко (концептуальной основой послужили работы М. М. Бахтина) понятие архитектоники трактуется с достаточной определенностью: «Форма в данном случае — строй или порядок, в котором воспринимаются составные элементы содержания — познавательные и этические ценности мира героя; объединяющая взаимосвязь, в контексте которой приобретает свою значимость для адресата (читателя) любой из этих элементов. В таком истолковании А. (архитектоника. — *Ред.*)

¹⁴ *Бердник Е. С.* Корреляция понятий «композиция» и «архитектоника» в литературоведении // Universum: Филология и искусствоведение : электрон. науч. журн. 2014. № 2 (4) . URL: <http://7universum.com/ru/philology/archive/item/1003>.

¹⁵ *Власов В. Г.* Иллюстрированный художественный словарь. СПб., 1993. С. 25.

противопоставляется композиции, т. е. организации материала (в литературном произведении — словесного) или же системе средств изображения (приемов)¹⁶. Когда-то автор этого раздела монографии предложил трактовку понятия архитектоники, близкую приведенной выше¹⁷. Предложенный вариант трактовки был поддержан Е. С. Бердник, которая давно и серьезно занимается данным вопросом. Она подчеркивает: «Мы разделяем взгляды Б. Мисонжникова, который утверждает, что эти понятия (т. е. понятия “композиция” и “архитектоника”. — *Ред.*) отождествлять нельзя, потому что “даже лингвистическая основа двух терминов, их этимология абсолютно разная”¹⁸.

Понятие архитектоники занимает соответствующее место среди понятий, служащих инструментами отождествления внутренней формы текстового вербального произведения. Это — *структура* (констатация внутреннего устройства без соотносительности с дискурсивными и психоэстетическими факторами), *композиция* (соединение, сочленение отдельных элементов внутренней формы произведения на логической, рациональной основе, или дискурсивное выстраивание внутриформальных компонентов), *тектоника* (пластичность, устойчивость, ритмизованность и «рельеф» формальной текстовой конструкции, имажинативная предметная основа, платформа, на которой зиждется чувственно-эмоциональная и эстетическая конструкция). А вот понятие *архитектоники* в инструментальном и герменевтическом отношении может быть представлено как модус общего эстетического плана произведения, или константа, отражающая достигнутый эстетический результат в процессе внутреннего формообразования. Все эти понятия адаптированы к использованию в качестве средств установления идентичности вербального материала.

Рассмотрим, например, очерк Анатолия Аграновского «Наука на веру ничего не принимает»¹⁹ в качестве объекта идентификации вну-

¹⁶ Поэтика: словарь актуальных терминов и понятий / гл. науч. ред. Н. Д. Тмарченко. М., 2008. С. 24–25.

¹⁷ Мисонжников Б. Я. Журналистский текст как средство коммуникации // Социальное функционирование журналистики / под ред. С. Г. Коркуносенко. СПб., 1994. С. 95.

¹⁸ Бердник Е. С. Указ. соч.

¹⁹ Аграновский А. А. А лес растет : очерки, фельетоны, статьи. М., 1973. С. 244–256.

тренней формы произведения. *Структура*: очерк состоит из четырех разделов, отличающихся относительной смысловой самостоятельностью (собственными подзаголовками не снабжены, но разделены пробелами, и первый абзац в каждом случае начинается с инициала, воспроизведенного полужирным шрифтом), в тексте полностью приводятся два письма и одна развернутая цитата из книги. *Композиция*: в произведении используется метод индуктивного умозаключения, автор приводит разные эпизоды, которые логически между собой связаны и позволяют прийти к выводу, в котором дается обобщение проблемы. *Тектоника*: повествование строится на основе размеренной и последовательной репрезентации вербального материала, отсутствуют синтаксические сбои, ситуации инверсного характера. Уже в самом начале очерка автор декларирует: «Так вот, давайте сразу условимся о тоне разговора. Тон должен быть ровный. Никаких сенсаций, никаких возмущенных возгласов, будем обстоятельны и учтивы». *Архитектоника*: соразмерность, выразительность формопостроения, художественность и образность, ясность и глубина изложения, творческое и вместе с тем точное видение ситуации, явный приоритет гуманитарных идей и прочее. Конечно, здесь представлен только пример возможной герменевтической идентификации внутренней формы очерковой публикации. Более полное исследование будет включать и многие другие подходы, прежде всего исследование внутреннего содержания, что обусловит рассмотрение архетипической основы, фабульное своеобразие, сюжетику публикации.

Мы воспринимаем окружающий мир многоканально — одновременно и как совокупность фрагментарных текстовых проявлений, и целостно — как грандиозный текстовый континуум, самодовлеющий и замкнутый в самом себе. Качественные и интенсификационные аспекты восприятия зависят от уровня дискурсивности материала, характера его актуализации. То есть важнейшую роль играет «прагматическая ситуация». Это некая “сумма”, с одной стороны, специфических типовых ситуаций (“фреймов” и “сценариев”), с другой, личностно-психологических, индивидуальных моментов, обусловленных ментальными процессами участников коммуникации: говорящего (или пишущего) и его собеседника (или адресата письменного текста). Каждый из нас, создавая письменные и устные речевые произведения, вносит вклад в дискурс²⁰. Причем нельзя не

²⁰ Трофимова О. В., Кузнецова Н. В. Публицистический текст: Лингвистический анализ : учеб. пособие. М., 2010. С. 58.

учитывать того, что дискурс, особенно в сфере массмедиа, — категория диалектически исключительно гибкая и подвижная, мгновенно меняющаяся в своих семантико-эстетических оттенках изоморфно факторам ситуативного воздействия. В связи с этим можно вспомнить стихотворение И.-В. Гёте «Die Freude» («Радость»), в котором показана изменчивость окраски порхающей стрекозы: «Bald rot, bald blau, // Bald blau, bald grün» («То красная, то синяя, // То синяя, то зеленая»)²¹. Кроме того, большое значение имеет субъект, коррелирующий с текстом и формирующий тот или иной вариант медийного дискурса: «...текст в момент его создания есть дискурс автора, текст в момент его восприятия есть дискурс реципиента»²². Иначе говоря, многое зависит от процесса восприятия — мотивов, установок, целей субъекта, его ментальности, темперамента, уровня его тезауруса, а также от условий, в которых совершается данное прагматическое действие.

Со степенью усложненности перцепции, изменения ее характеристик меняется и эстетически-логическая парадигма процесса восприятия. А. А. Грякалов подчеркивает: «Эстетизис и логос событийствуют таким образом, что их исходная соотнесенность, существующая в начале интуитивно-целостно и неразвернуто, предстает в конце как осознанный феномен. <...> При всей неизбежности роста продуктивности эстетика... противостоит дурной бесконечности игры... событие обращает друг к другу эстетизис и логос»²³.

2.1.3. Уровни восприятия текстовых компонентов

Не без некоторой условности, но в целях удобства методологической идентификации когнитивного опыта можно выделить три уровня восприятия текстовых компонентов в зависимости от соотнесенности эстетизисных и логических доминант.

Первый уровень восприятия отмечен онтологической упрощенностью и апеллированием к архетипическим кодам с фиксированными и довольно просто, казалось бы, идентифицируемыми значениями. Уже на этом, лишенном явной усложненности уровне, познавательная транзакция, т. е. группа последовательных операций,

²¹ Goethes Werke. Bd. 1. Stuttgart; Leipzig, O. J. S. 249.

²² Трофимова О. В., Кузнецова Н. В. Указ. соч. С. 67.

²³ Грякалов А. А. Письмо и событие: Эстетическая топография современности. СПб., 2004. С. 392, 393.

которая являет собой логически обусловленное действие с данными, осуществляется через систему чувственных паттернов, выстраиваемых по императивам мифа. Он самодостаточен и метафизичен, а именно — ориентирован на познание сверхопытных начал бытия. Миф выступает как этическая категория: субъект на этом уровне познания в меньшей мере использует форму дискурсивного мышления, а в большей — интуитивного. Эстемы, т. е. чувственные паттерны, воздействуют на субъекта напрямую, с минимальным уровнем рационализации процесса. Это можно сравнить с глотком родниковой воды для страждущего человека: он не анализирует ситуацию, а всецело отдается утолению жажды.

Если учесть, что мы коррелируем с окружающим миром исключительно через текст, то эстемы следует отнести к текстовой категории: они реализуются как знаки, а в совокупности своей выступают как компоненты текстового пространства. Причем текст данного рода воссоздается в пределах топоса: он связан с местом, почвой, на которой рождается человек, образуется поселение, строится храм, и на всех уровнях эстетизиса текст не может быть профанным, наоборот, максимально сакрален, отмечен Богоприсутствием.

Исключительной силы воздействия эстемы мы находим в художественно-публицистических текстах В. Г. Короленко, К. Г. Паустовского, М. М. Пришвина и других мастеров слова. Яркие эстемы представлены в поэзии. Они всегда глубоко интегрированы в систему сложной ассоциативной конструкции, выстраиваемой в сознании читателя, благодаря чему и достигают наибольшего уровня воздействия. Причем это не только опубликованные тексты литераторов, но и, к примеру, дневниковые или эпистолярные материалы, поскольку уже сама личность автора рождает особое духовное пространство и имманентна пространству творческому. Для читателя это предельно субъективно: он строит свой дискурс, находит нечто «свое» в тексте автора. Некоторые высказывания Александра Блока можно рассматривать как эстемы этого ряда (подчеркнем: это все преломляется через психоэстетическую систему читателя, его когнитивный опыт, духовность) — например, составляющие часть «петербургского» текста: «У мамы — елка, шампанское, кушанье»; «Резкий ветер, беснежный мороз»; «Днем у мамы. Мягкий снег»²⁴. Обратим внимание: здесь задействованы наиболее близкие и глубокие архетипы (важнейшие маркеры бытия): мама, елка, ветер, мороз, снег. Здесь

²⁴ Блок А. А. Собр. соч.: В 8 т. Т. 7. М.; Л., 1963. С. 199, 204, 210.

реализуется «онтологический эстетизм», и он, «как и всякий “онтологический эстетизм”, сам по себе оказывается формой или воплощением “метафизического вопроса”»²⁵.

Второй уровень восприятия характеризуется соединением чувственного начала с логическим. Эстемы в этом случае воздействуют через каналы как дискурсивного, так и интуитивного характера приблизительно на паритетных основаниях. Текстовая конструкция в этом случае усложняется и требует артифицированного подхода, т. е. такого, который предполагает использование системы логических приемов, своеобразных методологических артефактов. Здесь требуется соответствующий когнитивный опыт субъекта восприятия — читателя. Эстемы второго уровня в публицистике Блока, например, представлены следующими текстовыми конструкциями: «... возвращаюсь домой, по старой памяти перекрестясь на Введенскую улицу»; «Видел автомобиль царя, проехавшего в Лицей»; «Опера, цветы Философову, прогулка по Петербургской стороне, старым местам, где бесконечный уют, все маленькое от снега, и тишина такая, что и жизнь бы скончать»²⁶. Эти тексты «обращены и к сознанию, и к чувствам людей»²⁷. Здесь присутствует аспект рассудочности, понимания (ноэма), который освещается и согревается аспектом красоты, живописности (эстема). И в связи с этим приведем соответствующую констатацию: «Важно не противопоставить ноэме эстеме, а разглядеть скольжение чуткой мысли в разных одеяниях-оболочках. В топосе “эстема” совершается перелет к знанию по чувственным нюансам. В топосе “ноэма” подобный перелет совершается по рационально-дискурсивной логизирующей процедуре. <...> Понимание эстема — неформальное порождение неформальной коммуникации, где экспрессивно-символические моменты образуют континуум экзистенциальных смысло-значений»²⁸.

²⁵ *Евстропов М. Н.* Опыты приближения к «иному» в философском творчестве Жоржа Батая, Эмманюэля Левинаса и Мориса Бланшо: автореф. дис. ... канд. филос. наук. Томск, 2008. С. 15.

²⁶ Там же. С. 87, 120, 171.

²⁷ *Глушков Н. И.* Очерковая проза. Ростов н / Д., 1979. С. 113.

²⁸ *Ильин В. В.* Теория познания. Герменевтическая методология. Архитектура понимания. 2017. URL: https://books.google.ru/books?id=kO0oD-wAAQBAJ&pg=PT24&lpg=PT24&dq=%D1%87%D1%82%D0%BE+%D1%82%D0%B0%D0%BA%D0%BE%D0%B5+%D1%8D%D1%81%D1%82%D0%B5%D0%BC%D0%B0&source=bl&ots=u-Ms7_99Vvk&sig=4UrtJ_t

Третий уровень восприятия характеризуется тем, что эстемы строятся на предельно логическом основании, преобладать начинает логос. Это, однако, не перцепция в абсолютно рациональном виде. Это тоже разновидность чистого эстетизма, но уже с доминированием логоса, которому присущи несомненные эстетические императивы. Примеры подобного уровня презентации материала, его восприятия и освоения легко обнаруживаются, к примеру, в сфере историко-философского текста. В нем, несомненно, ярко представлено эстетическое начало, очевидна апелляция к интуиции и чувствам, но это осуществляется на высоком философском уровне осмысления действительности. Примеры можно найти в публицистическом творчестве Н. А. Бердяева, И. А. Ильина, К. Н. Леонтьева, В. С. Соловьева и других выдающихся философов и публицистов.

Нельзя сказать, что здесь «побеждают» ноэмы и «проигрывают» эстемы. Нет, в этих случаях ноэмы актуализируются и занимают просто свое достойное место. В пространстве эстетизма начинает доминировать ноэма, наделенная «истинным зрением»²⁹. Этим подтверждается, что логос эстетичен, и его чувствование воссоздает уникальный эстетизм. Само собой разумеется, «эстетизм является неотъемлемым компонентом представления о постклассической рациональности. Мышление являет себя уже не только как логический механизм, но и как эстетическая целостность. Эстетизм присущ самому логосу, логос разворачивается сообразно с эстетическими схемами. Все нюансы логического можно ухватить, лишь сложив их в формально-образную композицию, осуществляемую по правилам эстетически окрашенного движения»³⁰.

Категории эстетики, архитектоники, эстетизма, эстемы и ноэмы позволяют соответствующим образом и с достаточной полнотой идентифицировать любое публицистическое произведение, даже

AgRuHtIvaVQdbSsxQ2M&hl=ru&sa=X&ved=0ahUKewj0wuL.Sur3YAhXrA-JoKHVD3ABMQ6AEIMDAB#v=onepage&q=%D1%87%D1%82%D0%BE%20%D1%82%D0%B0%D0%BA%D0%BE%D0%B5%20%D1%8D%D1%81%D1%82%D0%B5%D0%BC%D0%B0&f=false.

²⁹ *Беликов А. В.* Эволюция рефлексии зрительного опыта от досократиков к Новому Завету // Вестн. православного Свято-Тихоновского гум. ун-та. Сер. 5: Вопросы истории и теории христианского искусства. 2012. Вып. 2 (8). С. 14.

³⁰ *Литвин Т. В.* Трансцендентальные предпосылки социальной рефлексии времени: дис. ... канд. филос. наук. СПб., 2006. URL: <http://www.dissertat.com/content/transtsendentalnye-predposylki-sotsialnoi-refleksii-vremeni>.

такое сложное, исполненное высочайшего напряжения и трагизма, как, например, сборник очерков Василия Пескова «Война и люди». Автор относительно недавно ушел из жизни, а книга переиздавалась несколько раз и заняла свое достойное место в великой летописи народа. Надо иметь в виду, что эстетика предполагает не только прекрасное и отождествляет мир не только с позиции его красоты и светлых проявлений. Эстетике присуща и категория трагического, причем это может быть возвышенно-трагическое.

В отношении книги «Война и люди» дело именно так и обстоит: здесь присутствует возвышенно-трагическая эстетическая доминанта, что определяет соответствующим образом и архитектуру очерковых произведений, которые вошли в сборник. Общий эстетический план сочинений из этой книги можно интерпретировать как представление самых высоких духовных качеств людей на фоне ужасающе-трагических событий. Категория ужасного иногда включается в перечень эстетических категорий, но все-таки она пребывает уже на грани антиэстетики, когда энтропия обретает бесконтрольный и безудержный характер. Мастерство автора, однако, позволяют так сформировать текстовое пространство, что и самые пронзительно-ужасающие элементы сюжета не теряют своего высокого эстетического значения.

Вот фрагмент описания жизни в тылу: «Огонь добывали, либо бегая с баночкой за углями туда, где печь уже затопили, либо с помощью кремня и обломка напильника. Освещалась изба коптилкой. В нее наливали бензин, а чтобы не вспыхнул, почему-то бросали щепотку соли. Не больше щепотки — соль была драгоценностью: 100 рублей за стакан. Мыла не знали. Одежду стирали золой и речным илом. Сама одежда... На ногах, я помню, носил сшитые матерью из солдатской шинели бурки и клееные из автомобильной резины бахилы. Рубашка была сшита из оконной занавески, а штаны — из солдатской бязи, окрашенной ветками чернокленника и ольховой корой»³¹. Это даже нельзя назвать полной, страшной нищетой. Это — упорная борьба за физическое выживание.

А вот фрагмент из боевой обстановки (защита Брестской крепости): «Все меньше защитников оставалось в крепости. Тут вместе с ними были дети и женщины, тут же умирали раненые. Кончились патроны. Не было пищи, не было воды. Вода текла от стен в десяти

³¹ Песков В. Война и люди. ЛитМир — Электронная библиотека. С. 2. URL: <https://www.litmir.me/br/?b=195656&p=2>.

метрах, но добыть ее было нельзя. Смельчаков, ночью рискнувших ползти к берегу с котелками, сейчас же настигали пули. Пробовали рыть в казематах колодцы, на веревках бросали в реку простыни, подтянув назад, выжимали из них в котелок грязную жижу. Из-за гари, пыли и трупного смрада невозможно было дышать. Но как только немецкие автоматчики поднимались, обреченная крепость открывала огонь. Уже пал Минск. 16 июля немцы вошли в горящий Смоленск, а крепость продолжала бороться»³². Поразительные детали и бесподобное мужество людей.

Автор сборника очерков «Война и люди» рассказывает о событиях не просто трагических — речь идет о безграничных человеческих страданиях, о горе и невозвратных потерях. Это эстетика высокого и величественного. В архитектонике очерковых публикаций отражается целостная картина происходящего как возвышенная драма, несчастье людей поражает и вызывает сильнейшее сочувствие, но в стилистике описания нет ничего отталкивающего и отвратительного. Есть страшное и ужасающее, и это благодаря мастерству Василия Пескова не становится антиэстетикой. Категория эстетизма здесь реализуется в процессе последовательной нарративизации: в тексте нет сюжетных и психоэстетических сбоев, поэтика очерковых произведений отличается естественностью и ощущением подлинности. Само собой разумеется, условные текстовые паттерны — эстемы — в данном случае не воплощают в себе таких качеств, как красота, здесь нет ничего прекрасного — разве что души мужественных людей, — но эстемы воздействуют необычайно сильно и активно. Это происходит потому, что они строятся на эмоциональной основе, отражают возвышенную драму человека. Ноэмы, с их «истинным зрением», открывают горизонты рационального познания в их страшной логичности. Автор практически не обращается к дискурсивной форме мышления, не рассуждает и не объясняет. Он просто констатирует, приводит детали. Но сила этого повествования необычайно велика, поскольку за ней стоит осмысление самых страшных и в то же время самых масштабных, может быть, проявлений онтологии.

Для сравнения стоит рассмотреть очерк того же автора «Ржаная песня». Это лирическая миниатюра о людях и природе. Вот небольшой отрывок: «Если я приезжал летом, мы уходили в лес или садились около ржи послушать вечерние голоса. Над полем неслышно

³² Там же. С. 4.

летал козой, шмели обивали с колосьев пыльцу. На топком месте монотонно кричал одинокий дергач, а рядом во ржи били перепела.

В нашей области у пастухов живет хорошая сказка. Дергач пришел к перепелке посвататься. “Нет, дружок, — ответила перепелка, — ты беден, у тебя и телушки нету...” — “Будет телушка”, — ответил дергач и ушел на болото искать... И, должно быть, нашел.

— “Тпрусь! Тпрусь!...” — кричит дергач.

— А перепелка волнуется. У перепелки самой ни кола, ни двора.

— “Вот — идет! Вот — ведет! Хлева — нет! Негде — деть...”

— “Тпрусь! Тпрусь!” — гонит телушку дергач...

— Сказку мы вспоминали каждое лето.

— Как придумано, а? А ты говоришь, пастухи!.. Вот что, в другой раз приедешь — пойдем ловить перепелок»³³.

В этом случае можно говорить о совершенно иной эстетике содержания текста и архитектонике, которая отражает спокойную гармонию и красоту окружающего мира. Эстемы воплощают и выражают прекрасные, тонкие и высокохудожественные грани повествования. И в то же время и Василий Песков, и читатель осознают величие этой красоты, познают и понимают то, что происходит. Это восхищение красотой бытия осмысленно и разумно. В пространстве эстезиса, прекрасном и гармоничном, эстемы и ноэмы сосуществуют согласованно и органично.

Эти категории, несмотря на свою определенность и инструментальность, выстраиваются как категории метафизического характера. Уже сама категория эстетики не дана в ощущениях, это не феномен, а ноумен. Ее невозможно алгоритмизировать или даже точно идентифицировать, и «поскольку для анализа эстетики нет готового мерила, принято считать, что это личное самовыражение, полное тайны»³⁴. При этом эстетическая форма может решать предметные задачи, влиять на предметы. Что касается, например, образа, то можно констатировать «его обездвиживание под воздействием эстетической формы высшего порядка»³⁵. Ноэме, как, впрочем, и другим ка-

³³ Песков В. Ржаная песня // Российская газета. 2007. 6 апр. URL: <http://poisk-gu.ru/s54142t2.html>.

³⁴ Папанек В. Дизайн для реального мира / пер. с англ. Г. Северской. М.: Издатель Д. Аронов, 2015. С. 54.

³⁵ Делёз Ж. Кино. М., 2016. С. 97.

тегориям, свойственно «концептуальное и языковое выражение»³⁶. Т. е. они выразимы, объяснимы, используются как инструменты отождествления любого объекта, в частности текстуального, могут применяться для выявления уровня энтропии эстетической системы как средство установления параметров архитектоники. Но в то же время они независимы от императивов феноменологии.

Архитектоника, а также категории, которые с ней соотносятся и о которых мы вели речь, — это артефакты, т. е. они созданы человеком и призваны служить человеку. Они развиты в гуманитаристике и в связи с этим коррелируют с этическими и даже социальными проблемами. Так, попытки разрушить эстетику мгновенно влекут за собой катастрофические моральные и нравственные последствия. Эстезис и связанные с ним категории эстема и ноэма уже обрели достойное антропологическое измерение: «Событие эстезиса представляет собой акт изнутри идущего саморасширения души, когда стираются все пределы, и в результате человек оказывается свободным. Пространство-время эстезиса — это пространство-время вдохновения и самоодушевления. С точки зрения рассудка, неопределенность эстезиса говорит о бесформенности души. Но на деле, напротив, акт эстезиса учреждает высшую цель и форму человека»³⁷. В этом и задача гуманитарных категорий познания — дать индивиду возможность понять и оценить красоту окружающего мира как текста, прочитывать его и понимать.

³⁶ Евстропов М. Н. Мировая философская мысль: прошлое и настоящее // История философии. 2016. Т. 21. № 2. С. 9.

³⁷ Хайёрова Ю. Г. Жизненное пространство и время как фактор и форма самособирания человека: дис. ... канд. филос. наук. Казань, 2008. С. 19.

2.2. Речевая форма журналистского текста: уровни эстетизации

2.2.1. Эстетические смыслы журналистского текста

День сегодняшний, наступивший после всеобъемлющего ~~феномена~~ ~~феномена~~ философии и эстетики постмодерна, предполагавшей «ошарашивание, оплевывание» красоты¹, наполнен противоречиями. Главное из этих противоречий скрывается в конфликтности суждений о деградации традиционных эстетических представлений, абсолютном смешении эстетических ориентиров, «взрыве» эстетических вкусов и принципов — и очевидной актуализации темы красоты в современном медиапространстве. Разнообразных свидетельств востребованности этой темы очень много: возрастающий интерес к контенту, предлагаемому каналом «Культура», частотность телевизионных лидов, прямо эксплуатирующих тему красоты (например, новогодний слоган на канале «Россия 1» — «*Какие красивые сегодня исполнители! Какие красивые люди в этом зале!*»), популярность «Модного приговора» (Первый канал), востребованность публикаций в самых разнообразных СМИ под типовыми заголовками: «В чем секрет красивого гардероба» («Страна Калининград»), «Сказка о прекрасной Лю Ши», «Чаша, полная гармонии» («Литературная газета»), «Эстетика безотказного» («Огонек»), «Красота и насилие» («Художественный журнал») и т. п. Но, кажется, обозначенный выше конфликт более или менее успешно преодолевается современной гуманитаристикой. В начале XXI столетия гуманитарные науки начали освобождаться от соблазнительного желания окончательно разрушить традиционное представление о красоте, от искушения «эстетического аморализма» (термин Э. Сурио). Сегодня подавляющее большинство исследователей склоняется к мысли, что эстетическое — неразложимая на элементы метакатегория, сущность которой, как и тысячелетия назад, постигается в ходе анализа прекрасного — универсальной категории, организующей всю систему. Такая терминологическая консолидация, с одной стороны, опасна. Известно, что, «когда какой-то термин... начинает обозначать бесконечно многое, он риску-

¹ Мелихов А. Восстание попугаев // Лит. газета. 2012. № 11 (6362). 21–27 марта. С. 3.

ет стать словом пустым, которое не выражает решительно ничего»². С другой стороны, это возможность преодолеть необходимость выявления доминант в непостоянном множестве эстетических категорий, что, правда, еще более усложняет объективизацию знаменитой формулы Н. Г. Чернышевского «Прекрасное есть жизнь»³.

Но очевидно, что участникам современного научного диалога, посвященного прекрасному, труднее, чем их предшественникам, найти общую платформу в поисках «объективного мерила красоты»⁴ речи, текста, власти, смерти, зла... еще и потому, что эстетические категории переходят во многие социальные сферы, в экономические практики и политические технологии⁵. Так, вполне в логике сегодняшнего развития эстетики выполнена монография А. Ю. Дорского «Эстетика власти»⁶.

Когда-то Протагор решительно утверждал, что красота заключается в гармонии, непосредственным проявлением которой является соразмерность.

Аристотель понимал органическую цельность как высшее проявление прекрасного. Но, несмотря на достаточную определенность эстетической позиции классиков, многие филологи и теперь могут подписаться под давним высказыванием Р. А. Будагова о том, что «мало кто отважится дать вразумительный ответ на вопрос: “что такое эстетика языка”»⁷. Сегодня зона поиска ответа на этот вопрос формируется с привлечением литературно-художественных текстов, об *эстетической природе* которых писали Р. О. Якобсон, Н. Хомский, Б. А. Ларин, В. П. Григорьев, Л. А. Новиков и др. Многие идеи предшественников современных исследователей художественной

² Хализев В. Е. Культурология в ее значимости для современного литературоведения // Литературоведение на пороге XXI века: матер. междунар. науч. конф. МГУ. Май 1997. М., 1998. С. 34–41. С. 35.

³ Чернышевский Н. Г. Эстетические отношения искусства к действительности. Авторецензия. СПб., 1855. URL: <http://yandex.ru/clck/jsredir?from=yandex.ru>.

⁴ Воронский А. Из современных литературных настроений // Литературно-критические статьи. М., 1963. С. 117–126.

⁵ Верещагин О. А., Белова Н. Е. Эстетический модус восприятия политики: ракурсы интерпретации // Идеи и идеалы. Философия. Экономика. Культурология. 2016. № 3 (29). Т. 2. С. 87–93.

⁶ Дорский А. Ю. Эстетика власти. СПб., 2013.

⁷ Будагов Р. А. Эстетика языка // Русская речь. 1975. № 4. С. 63.

речи перекликаются с положениями практической и рецептивной эстетики. Именно в этом русле можно попытаться выявить более или менее определенные критерии, позволяющие судить о наличии или отсутствии эстетического значения (смысла) любой лексической единицы. Если учесть идеи Б. А. Ларина, замечания А. Ф. Лосева о сумме «впечатлений, возбуждающих внешний нерв» (выражение Д. Ф. Соловьева), то такого типа описание может выглядеть примерно следующим образом: «Слово, даже изначально лишённое эстетической ценности, может обрести эстетический смысл, определяющий его суггестивные возможности — способность вызывать эмоции, заражать определенным отношением к жизни; гедонистические — доставлять радость, приносить наслаждение; коммуникативные — открывать читателю новые возможности для диалога с окружающей его реальностью, с автором; эвристические — способствовать открытию в изображаемой действительности нового, неизведанного. Оправдывается данная дефиниция предельной близостью к суждениям об эстетике слова многих известных русских писателей, например, Н. В. Гоголя, утверждавшего: «Оно (эстетически значимое слово: — Н. Ц.) укрепляет изнутри, сгоняет уныние и тоску, вырабатывает стойкость к большой обыденности»⁸. Мы предлагаем эту дефиницию потому, что она дает возможность в качестве средства измерения эстетической ценности слова принять эмоциональную реакцию адресата, фиксирует понимание того, что эстетически нагруженный текст должен переживаться, побуждать читателя к сотворчеству, как писал В. В. Виноградов, должен намекать на те смыслы, которые выходят за пределы языковых значений.

Но к журналистскому тексту, в силу его утилитарности, авторской установки на доступность, категория эстетического многими считается неприложимой. Основной аргумент — знаменитое гегелевское: предмет эстетики — искусство. Дополнительный — канувшие в лету воспоминания о прекрасной речевой форме статей «неистового Виссариона», например, о его блистательном монологе, посвященном театру, о благородном обещании создателей журнала «Аполлон» бороться «со всяким посягательством на хороший вкус», возродить античное представление о красоте древней — «прекрасную форму и животворящую мечту»⁹. Дополнительные аргументы «против» любой возможности включения медиаречи в зону эстетики связаны с

⁸ Мильдон В. И. Эстетика Гоголя. М., 1998. С. 7.

⁹ Аполлон. 1909. № 1–3. Октябрь. С. 2 (Вступление).

попытками доказать «эстетическую индифферентность» медиаречи (определение Я. Мукаржовского)¹⁰, мотивирующую недоверчиво-пренебрежительное отношение классической филологии к слову журналистскому, непосредственно связанному с утверждением в массмедиа «кислотной эстетики» и с превращением русского языка в «трушный и фришный»¹¹. Но проблема системного, многоуровневого исследования медиаречи и медиатекста в эстетическом аспекте все-таки обозначена. Так, С. А. Кравченко настаивает на том, что читатель должен получать «от знакомства с материалом» не только «информацию, но и эстетическое удовольствие», «журналист должен уметь говорить красиво — чтобы его было “вкусно” читать»¹². Т. Д. Романцова, уточняя эту позицию, актуализируя эстетико-стилистическую парадигму размышлений, утверждает, что читатель получает эстетическое удовольствие «от авторского “шифра” благодаря журналистским образам разных типов и разной функциональности»¹³.

Формируется и научная база для исследования эстетических характеристик медиадискурса — активно развивающаяся практическая эстетика успешно занимается осмыслением самых разнообразных объектов материальной и духовной культуры на уровне теоретического знания, в системе эстетических категорий, создан определенный набор соответствующих абстракций: *эстетическое воздействие текста, эстетическое понимание внутренней формы слова, эстетический потенциал слова и текста, лингвоэстетика*¹⁴. Наша цель — поиск релевантной возможности объективной, научной интерпретации категории прекрасного в приложении к журналистскому тексту, без чего невозможно ввести медиаречь в сферу интересов эстетики.

Сразу отметим, что утверждение о том, что установка на эстетизацию медиаречи связана с реализацией элокутивных намерений

¹⁰ Мукаржовский Я. Исследования по эстетике и теории искусства. М., 1994.

¹¹ Анненкова И. Великий и могучий, трушный и фришный // Аргументы недели. 2017. 25 мая. № 20 (562). С. 3.

¹² Кравченко С. А. Красноречие в газетном тексте // Русский язык в современном медиапространстве: сб. науч. трудов. Белгород, 2009. С. 87.

¹³ Романцова Т. Д. Словесный образ в журналистике: стилистический аспект: учеб. пособие. Иркутск, 2013. С. 167.

¹⁴ См.: Феценко В. В., Коваль О. В. Сотворение знака: Очерки о лингвоэстетике и семиотике искусства. М., 2014.

автора, субъекта речи, нам представляется лишаящей ее научной перспективы. Эта установка размещена в той исследовательской сфере, в которой, вопреки идеям прежде всего М. М. Бахтина, до сих пор предпринимаются попытки свести размышления об эстетической функции языка к анализу особых приемов его употребления. Она препятствует изучению своеобразия обработки слова в текстах разной дискурсивной принадлежности. Мы далеки от мысли о том, что эстетизация медиаречи — это упрощенный вариант эстетизации речи художественной с помощью тропов и фигур, в первую очередь с помощью метафоры. Уже Платон и Аристотель прекрасно понимали, что метафоризация ораторской (соответственно публицистической, журналистской, медийной речи), в отличие от поэтической, осуществляется по иным законам¹⁵. Еще значительнее в этом отношении идеи М. В. Ломоносова, заметившего способность метафоры провоцировать «затемнение» мысли и таким образом предвосхитившего современное понимание ее манипулятивных возможностей.

Актуальность точки зрения классиков легко проверить при сравнении функций и смысловой структуры метафоры журналистской и поэтической, художественной. Например, несколько лет назад в одной из аналитических статей М. Чаплыгиной, опубликованных в журнале «Огонек», была использована такая метафора: «Супруге мэра достались самые *сочные* фирмы». Прилагательное *сочные* использовано в нарушение принципа сочетаемости, что традиционно является явным знаком рождения эстетического значения слова. Современный толковый словарь закрепляет за прилагательным «сочный» три значения: 1) содержащий много сока; 2) яркий, свежий; 3) меткий, образный, выразительный¹⁶. Очевидно, что ни в одном из выявленных значений интересующее нас слово не может сочетаться с существительным *фирма*. Но в результате нарушения речевой нормы рождаются новые, значительные смыслы. Прагматика использования метафорического определения-эпитета направляется на выражение авторской оценки деятельности мэра, его супруги, общей ситуации в городе. Как правило, «инкрустированный» в медиатекст троп дает возможность точно выразить оценочную интенцию при минимальном использовании языковых ресурсов, подчеркнуть ее, а также помогает избежать ответственности в случае возникновения ~~ню-~~

¹⁵ Аристотель. Поэтика. Риторика. СПб., 2000. С. 270.

¹⁶ Современный толковый словарь русского языка / под ред. С. Н. Кузнецова. М., 2006. С. 780.

~~стубликационной~~ активности персонажей, почувствовавших себя оскорбленными или оклеветанными. Приведем аналогичный пример из критической статьи С. Барулина, посвященной «фриковатому» критику Григорию Заславскому». Публикация с ярко выраженной в оригинальной речевой форме оценкой в сильной позиции конца текста: «С такой *чуткостью к ветрам* у Заславского большое будущее при любой власти» (Литературная газета. 2016. № 14 (6548)). Очевидно, что и в данном случае собственно эстетическое впечатление обусловлено и ясностью транслируемых смыслов, и «прелестью новизны» предложенной речевой формы.

Иное дело — функционирование метафоры как стимула эстетического переживания в художественном тексте, где метафоры, при минимальных нарушениях речевой нормы могут становиться средством выражения художественной философии. У В. Распутина в рассказе «Видение» есть пейзажная зарисовка, смысловым центром которой становится глагол *хороводиться*, использованный в переносном значении: «Дали лежат в отчетливых и мягких границах; межи, опушки, гребни — все в разноцветном наряде и все *хороводится*, (курсив мой. — Н. Ц.) важничает, ступает грузной и осторожной поступью...»¹⁷.

Ключевой глагол в этом фрагменте пейзажа фиксирует основную, если не единственную форму существования природы (*все хороводится*); с его помощью воспроизводится принцип структурирования пространства (*хороводятся и межи, опушки, гребни* — опорные точки окружающей реальности); восстанавливается главный принцип организации земного времени (*хороводом*, в точном соблюдении установленных вечностью интервалов сменяют друг друга времена года, уплывают годы, месяцы, часы, дни и минуты — улетают осенние листья как знаки уходящего времени). Не обходит писатель и солярную символику хоровода — завершает пейзаж описанием солнца: *тихого и слабого, с четким радужным ободом*.

Глагол *хороводится* превращается в ядро многокомпонентного лексико-семантического поля, форматирование которого осуществляется В. Распутиным в соответствии со сложнейшим процессом восстановления в сознании персонажа глубоко архаичного восприятия реальности и видения жизни как бесконечной цепи неразрывных явлений, событий, каждому из которых свой *черед*, а черед этот

¹⁷ Распутин В. Г. Видение // Распутин В. Г. Дочь Ивана, мать Ивана : повесть, рассказы. Иркутск, 2005. С. 451.

устанавливается незыблемыми законами природы. Символом природы становится поздняя просветленная осень, *крепко обнявшая весь расстилающийся*¹⁸ перед человеком мир. Так в художественном тексте метафора превращается в средство постижения онтологии бытия, запускает в сознании читателя мощнейший механизм самопознания, т. е. выполняет познавательную и преобразовательную функции. Эстетический потенциал слова-образа связан с идеальностью оживляемых представлений и поддерживается всеми компонентами контекста, даже интонационным рисунком повествования, напоминающим о гармонии музыкального, песенного сопровождения движения в хороводе, о благородстве и сдержанности, о спокойствии и смысловой насыщенности хороводов северных. Благодаря интонации текст обретает особую жизненную силу, провоцируя особый настрой, особое ощущение бытия, ощущение единства природного и социального, телесного и духовного. У В. Распутина в контексте художественного высказывания слово, изначально лишённое эстетической ценности, обретает эстетический смысл, способность доставлять читателю радость и давать ему новые возможности диалога с окружающей реальностью, открывая в изображаемой действительности новое, неизведанное.

И художник, и журналист использовали концептуальные метафоры, на которых фокусировалось внимание читателей, но в журналистском дискурсе метафора прагматично участвовала в процессе формирования идеологического смысла текста, была обращена к читательскому разуму, который отдаёт предпочтение ясному, четкому, логически выверенному высказыванию.

Следует сказать и о том, что метафорическое напряжение современного медийного текста снижается деградацией или упрощением транслируемых журналистикой смыслов и манипулятивными авторскими интенциями. Например, метафора позволяет творчески беспомощному автору спрятать или замаскировать свою беспомощность. Очевидные примеры такого рода легко обнаруживаются в создаваемых по медийным лекалам ~~массовым текстам~~ для поп-исполнителей. В такого типа шедеврах взгляд персонажа может *пристально скользить по небу, сосны от янтарных слез утирает заботливый олень*, образы *высекаются на сердце ароматами гладиолусов* и т. п. (Павел Жагун). При чтении невольно вспоминаются сетования А. Шопенгауэра по поводу «скрытой горькой нищеты мысли» и сомнения его в не-

¹⁸ Там же. С. 446.

обходимости «изысканных условных и причудливых оборотов речи»¹⁹. Журналисты аналогичные контексты создают не реже. Тот же театральный критик Г. Заславский на «Радио ФМ» к юбилею М. Плисецкой вещал: «Ее величие было в красоте движений, в том, как двигались ее руки, как будто *ветви от дуновения ветра*». Не нужно обладать мощным воображением или особым вкусом и опытом, чтобы понять абсурдность, нелепость сконструированного образа.

2.2.2. Уровни и принципы эстетизации медиатекста

Принципиально важно понимать, на наш взгляд, что медиадискурс требует феноменологического подхода. Формирование этого подхода началось еще в Древней Греции, задолго до Баумгартена, давшего название науке «эстетике», с размышлений Сократа и Аристотеля, предложивших понимание эстетического «как совершенного в своем роде» (формула А. Ф. Лосева). Совершенного, т. е. не имеющего недостатков, обладающего законченностью, характеризующегося гармоничным соотношением содержания и формы, а главное — соответствующего определенному идеалу, многоуровневое представление о котором шлифовалось тысячелетиями. Реализация феноменологического подхода, на наш взгляд, требует выявления уровней и принципов эстетизации медиатекста как основной дискурсивной единицы, требует признания системности процесса эстетизации, его отчетливо выраженной когнитивной природы и понимания того, что совершенство медиатекста обеспечивается соответствием всех трех компонентов процесса текстопорождения определенным требованиям или ожиданиям.

Очевидно, что, во-первых, удовольствие от совершенного текста связано с его смысловой структурой, зависящей от событийно-фактологической основы и темы-идеи. Например, А. А. Габрелянов запустил создание сверттекста в интернет-проекте Life.ru, задачу которого сформулировал вполне определенно: «Заполучить как продвинутых юзеров фейсбука, так и зрителей “России-2”»²⁰. При реализации объявленной задачи ключевым элементом нового сюжета стал собирательный персонаж *Зёма из Тамбова*, который выступает в качестве эксперта размещаемых на сайте одновременно «*Советов по использованию вагины в быту*» и статей по современной философии. Обозначение смысловой доминанты в заголовке одного из

¹⁹ Шопенгауэр А. О писательстве и о слоге. М., 2015. С. 41.


²⁰ Сайт Life.ru. (Дата обращения: 24.01.2017.)

тематических блоков, несмотря на его грамматически корректную форму, вряд ли вызовет удовольствие или будет способствовать гармонизации состояния адресата-интеллектуала с развитым языковым вкусом! Также трудно поверить, что критическое сознание адресата будет полностью нейтрализовано речевой формой созданного по идеальным лекалам политической пропаганды и ставшего хрестоматийным высказывания Даниэля Кон-Бендита, прозвучавшего, когда авиация НАТО бомбила Сербию: «*Руки у нас в крови, но это нужно сделать, чтобы избавить мир от национализма!*» Очарование неторопливо-вкрадчивой интонации и уникального тембра голоса В. Познера исчезает с того момента диалога с композитором Р. Щедриным, когда после многократных, бесконечно варьирующихся повторов становится очевидной сверхзадача журналиста, сведенная к банальному намерению: заставить одного из величайших современных композиторов каяться за советское прошлое.


Второй, авторский, уровень эстетического конструирования журналистского текста связан с речевой компетентностью адресанта, имеющей несколько специфических проявлений. Журналист, работающий с массовой аудиторией, обязан помнить о «красоте простоты» (выражение Н. Ф. Кошанского), которая, например, в определенном наборе информационных жанров может быть связана отнюдь не с элокутивностью, но с умением эффективно использовать слова в зафиксированных словарями значениях, соединять их друг с другом по законам грамматики, отсекалть уводящие в сторону ассоциации. Не менее определенная обязанность связана с умением журналиста реализовать при создании медиатекста убежденность классической риторики в том, что целостность является «первопричиной его гармонии» (Протагор), а красота может заключаться в величине «всякой вещи» и порядке (Аристотель).

Наконец, регулятивную функцию в профессиональной речевой деятельности журналиста выполняет национальный речевой код — исторически сложившаяся и конвенционально обусловленная система лингвистических и паралингвистических знаков и правил, релевантных при трансляции и восприятии «ключевых идей» языковой картины мира²¹. Основные элементы этой системы: национальный риторический идеал, предопределяющий основные принципы и особенности коммуникации; система топосов, транслирующих клю-

²¹ Зализняк А. А., Левонтина И. Б., Шмелев А. Д. Ключевые идеи русской языковой картины мира. М., 2005.

чевые психоментальные характеристики этноса; речевые средства, используемые для характеристики хронотопа, для трансляции национальной аксиологии, выражающие национальную специфику художественной образности прецедентных феноменов, презентующих национальную культуру в синхронии и диахронии; речевой этикет, связанный с мирозерцанием народа; к этикетным же характеристикам устной формы речи можно отнести ее просодические особенности (громкость, темп, интонация, высота голоса, 

тембр); паравербальные коммуникативные средства: в устной форме коммуникации — жест, мимика, телодвижения; в письменной — средства креолизации текста²²

Прекрасно отдаем себе отчет в том, что провоцируем возражения профессионалов речи, живущих святой уверенностью в том, что эстетизация 

медиатекста прежде всего предполагает преодоление стандартизации речевой формы. Общеизвестны многочисленные утверждения филологов о том, что «все, что отличается от кодифицированных норм, воспринимается как эстетически маркированное» (И. А. Осовецкий). Мы ни в коем случае не являемся противником этой точки зрения. Всё так. В одном из лучших петербургских арт-изданий — газете «Мариинский театр» — часто публикуется замечательный профессионал речи И. Райскин. Его журналистский опыт — неоспоримое подтверждение данного тезиса. Лучшие, обращающие на себя внимание фрагменты его работ, эстетически значимые фрагменты, созданы с нарушением законов сочетаемости, с использованием языковой игры, построенной на основе лексической многозначности. Очевидные «игры» с речевыми нормами рождают ассоциации, которые заставляют работать читательское сознание, провоцируют диалог с рецензентом: *плоские аллюзии; видеоряд тактично «аккомпанировал»; «мирная» половина оперы; те самые «советчики», которых так ненавидел Прокофьев...*²³. Также легко можно обнаружить примеры, в которых эстетическая значительность текстового фрагмента может приобретаться благодаря созданию «синтаксической напряженности» (выражение В. В. Виноградова). Например, значительность высказываний известного актера В. Вержбицкого в

²² См.: Дускаева Л. Р., Цветова Н. С. Стилистический облик многонационального периодического издания // Вестн. С.-Петербург. гос. ун-та. Сер. 9: Филология. Востоковедение. 2013. Вып. 3. С. 253.

²³ Мариинский театр. 2017. № 5. С. 2.

интервью газете «Культура» во многом определяется совершенством и смысловой насыщенностью использованных им синтаксических конструкций, которые обычно не рекомендуют использовать в аналитической журналистике: «Я против запретов и ограничений... Но то, что слова “концепт” и “проект” заменили настоящий спектакль, — печальное явление»²⁴.

Нарушение запрета дает возможность преодолеть монотонность речи, сформировать представление об индивидуальной речевой манере, об уровне речевой компетентности. Начальная констатация снимает возможность предъявления актуальных упреков. Многооточие деактуализирует размышления на эту тему. За знаком препинания — признание бессмысленности споров, любого развития диалога на эту тему, ибо все ясно. Размышления требуют нюансы, зафиксированные в следующем высказывании. Кавычки, использованные во втором предложении, указывают на ключевые слова дискурса, не просто представляющие контекст, но включенные в ту часть реплики, которая мотивирует позицию героя интервью.

Но как бы ни были убедительны примеры, они не дают исчерпывающего представления о речевой ситуации в массмедиа: требуются уточнения, знание нюансов, в которых зачастую проявляются феноменологические характеристики. Медиасфера — это та среда, в которой стремление к совершенству и свобода творчества не уничтожаются необходимостью оперировать разного типа шаблонами, над которой давным-давно иронизировал вместе с автором фельетона Б. Егоровым «Предвидение» Д. Н. Шмелев²⁵. Несмотря на оправданность иронии, даже такой высокий профессионал, как К. Разлогов в статье, посвященной Михаилу Вологову, «драматургу и бунтарю»²⁶ достаточно активно использует привычные журналистские стереотипы и штампы: *калейдоскоп мнений и впечатлений, проявление творческой энергии, болезненные проблемы, международная репутация вечного бунтаря* и т. п. Нейтрализуется негативное впечатление от стереотипной речевой формы приемами и средствами для оживления «обветшалых метафор» (выражение Д. Н. Шмелева), т. е. творческим порывом, результат которого и обеспечивает привлекательность, притягательность речевой манеры критика.

²⁴ Культура. 2016. № 4. С. 6.

²⁵ Шмелев Д. Н. Слово и образ. М., 1964.

²⁶ Вержицкий В. Михалков снимает кино в силу внутренней необходимости // Культура. 2016. 9–15 декабря. № 44. С. 6.

В рецензии, которая привлекла наше внимание, К. Разлогов включает крылатую фразу о «свинцовых мерзостях жизни», отсылающую читателя к горьковской эстетике, в антитезу (*внимание к свинцовым мерзостям далеко не только русской жизни, а всемирного хаоса начала XXI века*), которая уточняет предлагаемую критиком оценку: обновленное восприятие общеизвестной формулы способствует расширению транслируемых критиком смыслов и углублению воздействия.

На разных уровнях современного медийного дискурса для эстетизации или имитации эстетических качеств медиатекста используются разные элементы коммуникативного кода. Избирательность со всей очевидностью проявляется в приверженности современных медиа эстетике Просвещения, эпохе, убежденной в том, что из всех человеческих чувств зрение является «самым улаждительным»²⁷. Как следствие, современные медиа все чаще украшают текст, используя самые разнообразные средства его креолизации (деловая пресса — разноцветные, многофигурные графические изображения, гляцевая — например, фотографии Е. Рождественской). Предвыборные кампании показывают, как научились пиар-специалисты работать с визуальным компонентом структуры персонажа. Команда упоминавшегося А. Габрелянова пыталась привлечь адресата отсутствием проблемно-тематических ограничений, атакуя национальный риторический идеал. Когда мы говорим о регулировании такого рода приемов, мы думаем только о нейтрализации последствий их тиражирования, одним из которых является уничтожение их эстетического потенциала. Например, пять-семь лет назад даже качественная журналистика была поражена вирусом смерти: попытки эстетизации соответствующего топоса — один из ключевых признаков журналистики эпохи ~~не~~ *э* *м* *о* *д* *е* *р* *н* *а*. Для текстовой репрезентации эстетики смерти журналисты стали использовать Апокалипсис как концептуальную метафору, привлекающую читательское внимание звуковой формой обозначающего слова, его поэтической аурой и соотносительностью с одним из самых таинственных текстов, известных человечеству, потому способную сформировать соответствующее лексико-семантическое поле. Диктор НТВ мог завершить новостной блок, в котором центральное место занимали сообщения о климатических метаморфозах, следующей сентенцией: «Ангелы на месте. Апокалипсис сегодня откладывается на потом» (НТВ). Или собрание «малой» прозы известного ме-

²⁷ Хогарт У. Анализ красоты. М., 2016.

дйного провокатора Алексея Цветкова «TV для террористов» явно с рекламной целью предварялось эпиграфом *из радиоперехвата*: «До сих пор все мыслители только пытались изменить мир. Наша задача — уничтожить его»²⁸. Но тиражирование метафоры рано или поздно пробуждает ментальные воспоминания, связанные с ~~инстинктом~~ самосохранения. Кто сегодня станет смотреть «600 секунд», если даже бывшему скандальному репортеру А. Невзорову будет предоставлена возможность реинкарнации этой телепередачи? Может ли стать массовым и постоянным прием возбуждения авторского интереса, который использовал создатель и активист гремевшей радикальными акциями группы «Война», предложивший в качестве программного лозунга «*наш русский х... непобедим*»? Видимо, уже можно констатировать наступление эпохи, когда кодовые вызовы активно используются автором маргинальным.

Третий уровень эстетизации связан, на наш взгляд, с тестированием медиатекста адресатом. Определяющее влияние на результаты этого тестирования оказывает речевая ситуация, «языковой вкус эпохи» (термин В. Костомарова), формирующийся под мощным давлением речевой моды. Правда, предписания речевой моды нигде и никем не фиксируются, разнотипные модные шаблоны большей частью утверждаются косвенно, хотя редакторы могут и прямо требовать от начинающих журналистов, например, использования существительного *порядка* в значении *около*, вызывающего, как сказал бы Б. А. Ларин, *эстетически нестерпимые побочные ассоциации* с официально-деловым стилем, но, с точки зрения редактора, как утверждают начинающие журналисты, символизирующего высокую и такую желанную для молодого специалиста принадлежность к профессиональному пространству.

Сегодня влияние речевой моды проявляется мощно и разносторонне и в значительной мере определяет представление об эстетических качествах медиатекста, перечень которых открывается характеристикой транслирующей платформы (бумага, качество иллюстраций, технологические характеристики издания — разнообразие шрифтов, цветовой диапазон...). Так, юные девушки по ценам распродажи с удовольствием покупают «глянцевые» журналы — как символ принадлежности к той части человечества, жизнь которой они воспринимают как совершенную, максимально приближенную к утверждаемому на всех уровнях публичной коммуникации прекрас-

ному образцу. Ожидание соответствия совокупного журнального текста речевому идеалу связано с установкой адресата на обнаружение в лексической форме медиатекста, например, не просто отдельных лексических групп и пластов, определенного типа прецедентности, популярных медиаконцептов вместо коренных славянских (*толерантность — терпимость*); слов с отвлеченным значением, активизация которых может привести к угрожающей для национальной картины мира деактуализации целых семантических полей (достаточно посмотреть, по отношению к кому из новейших медийных персонажей используются определения *добрый, умный, честный, совестливый, порядочный, красивый* и т. п.); с установкой на игнорирование национальных норм общения, речевого этикета (особый шик — обращение телеведущих к седовласым отцам по имени); на деформацию интонационного рисунка русской речи (с невероятным энтузиазмом представители поп-культуры навязывают жаргонную орфоэпию), на появление новых типов интонационного оформления публичного высказывания, которые стали конституциализоваться в публичном пространстве благодаря, например, речевому поведению В. Жириновского.

Проанализированный материал убеждает в том, что эстетизация медиатекста осуществляется не только при использовании традиционных элокутивных средств и приемов, но на всех этапах процесса текстопорождения: при отборе жизненного материала, при формировании содержания текста; при выборе алгоритма текстовой репрезентации категории авторства; при создании текстовой системы контактоустанавливающих средств как воплощения категории адресата.

Наши наблюдения позволяют утверждать, что, несмотря на скептическое отношение многих специалистов, процесс эстетизации действительно является одним из ключевых для современного российского медийного пространства и в закономерностях его проявляется действие классических риторических законов и принципов, до сих пор в значительной степени определяющих форматирование процесса текстопорождения в массмедиа, активные процессы эволюции национального языка, наиболее значительные особенности современной речевой ситуации.

Создатели лучших образцов современной эстетически значительной медийной речи понимают язык как «печать разума», благодаря чему разум «обретает видимый облик и передается из

²⁸Цветков А. TV для террористов : рассказы. СПб., 2002. С. 5.

поколения в поколение»²⁹. Думающий читатель не примет как совершенный следующий вопрос журналиста, адресованный одному из самых нерезультативных депутатов Государственной думы: «Вы были инициатором законов, связанных с качеством продуктов. Например, поддержали закон о запрете ГМО». (Агитационный листок, 2017). Внимательный адресат поймет, что с ним играют в «наперстки», заставляя как синонимичные воспринимать принципиально разные по лексическому и стилистическому значениям глаголы *инициировать* и *поддерживать*. В данном случае очевидна манипулятивная установка автора публикации: депутатские «подвиги» персонажа ничтожны, потому субъект *поддерживающий* сознательно превращается в персону активную, творческую. Достойный читатель / зритель хранит убежденность в том, что красота медиатекста не только в совершенстве его речевой формы, но и в глубине содержания, в свободном владении материалом, в значительности предлагаемой автором концепции, интерпретации или хотя бы в ее определенности.

Практическая эстетика через феноменологический подход к медиатексту заставляет задуматься о многомерности, многоаспектности форматирования медиатекста, проявляющегося в зависимости творческой деятельности журналиста от регламентирующих концепций речевой деятельности в публичном пространстве, от речевой моды, определяющей эстетические ожидания потребителей медиапродукции. Но именно практическая эстетика заставляет вспомнить о том, что речевая дисциплинированность — одно из ключевых профессиональных качеств журналиста, предполагающих подчиненность пусть и эволюционирующим, но сохраняющим в основе своей определенность традиционным эстетическим и этическим нормам и принципам.

²⁹ Гердер И. Г. Идея к философии истории человечества. М., 1977. С. 236.

2.3. Эстетика публицистического нарратива

2.3.1. Нарратив как эстетическая и когнитивная категории

О том, что основным условием создания произведения искусства и литературного текста в частности является целостность истории, мы узнаем уже из «Поэтики» Аристотеля: «Трагедия есть подражание действию важному и законченному», «целому», основой трагедии должна быть фабула — «одно и притом цельное действие»¹. Внимание к произведению искусства как целостному явлению обострилось в Европе в конце XVIII века, когда А. Баумгартен противопоставил предмет эстетики — «чувственное знание» о мире — рациональному, научному знанию. Эта оппозиция была воспринята эпохой Просвещения как определяющая философию науки и стала фундаментальным положением эстетики последующих веков. Фридрих Шиллер провозгласил «эстетическую игру» высшей стадией искусства, способного противостоять росту отчуждения в буржуазном обществе, в котором «человек сам становится обрывком», «вечно прикованным к малому обрывку целого», частью механизма². «Эстетика» Гегеля наполнена стремлением отыскать цельность эпических характеров в творениях искусства: «Истинное художественное произведение доказывает свою подлинную оригинальность лишь тем, что оно предстает как единое создание единого духа»³.

Поиск эстетической цельности привел к тому, что с середины XIX века в Европе и США началось системное изучение повествовательных текстов, которое стало первым этапом становления нарратологии⁴. Поиск этих знаний опирался на риторику и аристотелевскую поэтику, но культура начала XX века изменила представление о пространстве, времени, материи, а войны и революции радикально изменили политико-географические очертания мира. И то, и другое привело к обострению проблемы отчуждения.

¹ Аристотель. Соч. : В 4 т. Т. 4. Поэтика. М., 1984. С. 651–655.

² Шиллер Ф. Статьи по эстетике. М.; Л., 1935. С. 213, 238.

³ Гегель Г. Эстетика : В 4 т. Т. 1. М., 1968. С. 307.

⁴ Пир Дж. Почему нужна нарратология? OpеNaratology, 10.01.2016. URL: <http://www.opennar.com/#!Почему-нужна-нарратология/cmb-z/569235450cf2f5ee60f784af>.

Евро-американское модернистское искусство формировалось под воздействием имперского мышления. Метрополии стали центрами притяжения эстетических идей и направлений, которые устремлялись к ним из провинций и колоний, абсорбировались и имитировались художниками и учеными, принимая космополитические формы. Модернистская эстетика стала формой отражения психики и мифа в автономных художественных системах. В эссе «Современная литература», ставшем манифестом модернизма, Вирджиния Вулф обозначила перед художником задачу создания «ливня неисчислимых атомов», «мириад впечатлений», отражающих обычное сознание в обычный день»⁵. Сюжетность (цельность) была замещена потоком сознания — монтажом фрагментарных точек зрения, создающим особую, анарративную «раскадровку» художественного мира. Такой «киноязык» на первый план выводил ассоциативно соединенные психологические детали, а не героев и события, поэтому организм модернистской истории держался не каркасом сюжета, а эстетической «бронею» из мириад деталей.

Русские формалисты определили литературное произведение как «чистую форму». Б. Эйхенбаум при этом настаивал на ее динамической сущности, а основным фактором динамичности считал ритм, «пронизывающий все элементы» текста⁶. В. М. Жирмунский своей эстетической концепцией композиции доказал ее обусловленность законами ритма и симметрии: «Перед художником — как бы хаос... противоречивых фактов, смысловых (тематических), звуковых, синтаксических, в который вносится художественная симметрия, закономерность, организованность: все отдельные... факты подчиняются единству художественного задания»⁷.

Проблема ритма занимала и С. Эйзенштейна не только применительно к киномонтажу, но и по отношению к другим видам искусств. Например, в классической китайской прозе Эйзенштейн акцентировал роль ритма как фактора порождения синтаксиса (т. е. текста): «R[hythm] as presyntax! (d'ailleurs partout!). Le syntaxe naissant du

⁵ Woolf V. *Modern Fiction*. In: V. Woolf. *Essays: Mrs. Dalloway*. М., 2002. P. 252.

⁶ Эйхенбаум Б. Теория «формального метода». 1925. URL: <http://www.opojaz.ru/method/method09.html>.

⁷ Жирмунский В. М. Композиция лирических стихотворений // Теория стиха. Л., 1975. С. 433, 436.

rhythme, cf. Nietzsche et la tragedie!»⁸. Этот подход им используется при исследовании контрапункта, пунктуации и других проявлений ритмического членения текста. Д. Вертов писал о новом киноискусстве: «**Киночество есть искусство организации необходимых движений вещей в пространстве и времени и, применив ритмическое художественное целое, согласное со свойствами материала и внутренним ритмом каждой вещи**»⁹.

М. М. Бахтин ввел в литературную критику эстетический принцип психотизации нарратива, представив романы Достоевского через полифонизм, диалог, карнавализацию. Бахтинский принцип диалогизма, который позднее «подхватила» Ю. Кристева в своей теории интертекста, строился на идее фрагментаризации авторского «я»: автор должен стать *другим* по отношению к себе самому¹⁰. В то же время М. М. Бахтин исходил из принципиальной целостности произведения, которая определяется автором: «...автор — единственно активная формирующая энергия... и активная реакция его дана в обусловленной ею структуре активного видения героя как целого, в структуре его образа, ритме его обнаружения, в интонативной структуре и в выборе смысловых моментов»¹¹.

В 1960–1970-е годы начался второй этап развития нарратологии, который сегодня называют «классической нарратологией», отраженной в работах Ц. Тодорова, Р. Барта, К. Бремона, А.-Ж. Грей-маса и Ж. Женетта. Термин «нарратология», впервые предложенный Ц. Тодоровым, обозначал нарратологию как «науку о рассказе», отсылающую, через русский формализм, к поэтике Платона и Аристотеля. Она стремилась к разработке универсальной модели анализа нарратива на основе принципов и процедур, применимых к разным его типам. Обращение к структурной лингвистике, к антропологии, психоанализу способствовало так называемой «структуралистской революции» в исследованиях, далеких от нарратологических.

Ж.-Ф. Лиотар, продолжая начатую мыслителями Просвещения линию рассуждения о фундаментальной эпистемологической оппо-

⁸ «Ритм как предсинтаксис... Синтаксис, вырастающий из ритма...» Цит. по: Иванов В. В. Эстетика Эйзенштейна // Избр. труды по семиотике культуры. Т. 1. М., 1999. С. 274.

⁹ Вертов Д. Вариант манифеста «Мы». Вертов.RU. Портал Российского документального кино. URL: http://www.vertov.ru/Dziga_Vertov.

¹⁰ Бахтин М. М. Эстетика словесного творчества М., 1979. С. 271.

¹¹ Там же. С. 10.

зиции чувственной основы эстетики и рационализме науки, ввел понятие *нарративного* знания: чувственное знание формируется преимущественно в процессе «рассказывания». При этом, как отмечал теоретик постмодернизма, о качестве рассказа судят не только и даже не столько по критериям истинности, что единственно важно для науки, но и «по критериям деловым (техническая квалификация), справедливости и/или добра (нравственная мудрость), красоты звучания, окраски (аудио и визуальная чувствительность)»¹². Свою концепцию «нарративного знания» Лиотар доказывал на примерах «народных историй», т. е. «предания», существующего в виде устного народного творчества. Противопоставляя научному знанию «традиционное», в бытовании которого «первенствует нарративная форма», он утверждал, что «Рассказ — это самая лучшая в самых разных смыслах форма такого знания»¹³. Вместе с тем философ приходит к выводу, что всякий конкретный нарратив неизбежно соотносится с категорией, которую он определил как «метанарратив» или «великий рассказ». Точного определения исследователь не дает, однако из контекста совершенно ясно, что речь идет о неких универсальных понятиях, философемах, приобретающих на уровне чувственного знания статус «приемов», к которым относятся «великий герой, великие опасности, великие кругосветные путешествия и великая цель»¹⁴.

По существу, это вполне соотносится с предложенными ранее А. Н. Веселовским в его «Исторической поэтике» аналогичными понятиями: образ, сюжет, типы, которые отложились в памяти народа, «когда-то живые, вызванные деятельностью известного лица, каким-то событием, анекдотом, возбуждившим интерес, овладевшим чувством и фантазией»¹⁵. Но будучи не филологом, а философом социологического направления, Лиотар в результате анализа практик традиционного знания приходит к более общему выводу: «Именно через рассказы передается набор прагматических правил, конституирующих социальную связь»¹⁶. В итоге формулируется чрезвычайно продуктивное для развития нарративных исследований утверждение о том, что рассказы «определяют, что имеет право говорить и де-

¹² Лиотар Ж.-Ф. Состояние постмодерна. СПб., 1998. С. 52.

¹³ Там же. С. 20–21.

¹⁴ Там же. С. 10.

¹⁵ Веселовский А. Н. Историческая поэтика. М., 1989. С. 57.

¹⁶ Лиотар Ж.-Ф. Указ. соч. С. 24.

латься в культуре, и, поскольку они сами составляют ее часть, то тем самым оказываются легитимными»¹⁷.

Под влиянием философии постструктурализма и методологий деконструктивизма в 1980-е годы в теории повествования появились новые научные парадигмы — анализ повседневного сторителлинга, дискурс-анализ, теория возможных миров, теория искусственного интеллекта. В тот же период в США появилась феминистская нарратология, поставившая акцент на гендерную, социально обусловленную роль в формировании таких нарративных категорий, как точка зрения, персонаж и сюжет. Столь широкий интерес к нарративу привел в начале 1990-х годов к возникновению «контекстуальной нарратологии» и к нарративному повороту гуманитарного знания, охватившему историю, психотерапию, этнографию, социологию, исследования в области менеджмента, медиа и коммуникаций. Признание универсальности нарративов, т. е. существования их не только в языковых формах, но в различных медиа — в визуальных искусствах, кинематографе и музыке — привело к развитию «трансмедиальной нарратологии». Так сложился третий этап в развитии этой дисциплины — этап «постклассической нарратологии».

Постклассическая нарратология XXI века, подтверждая концепцию «нарративного знания» Ж.-Ф. Лиотара, ориентируется на *когнитивный*¹⁸ подход к любым текстам, обосновывает представление о нарративе как об универсальном способе *освоения и передачи опыта*, свойственном человеку. Постклассическое понимание нарратива, таким образом, выдвигает не только и не столько его эстетические, сколько общие для разных типов нарратива глубинные, прототипические характеристики, которые и делают его инструментом познания. Д. Герман определил их так: «(i) структурированный временной ход уникальных событий (в отличие от общих тенденций), который (ii) вводит разрушение или дисбаланс в порождаемую нарративом ментальную модель мира рассказчиков и интерпретаторов... показывая, (iii) каково это — пережить подобное разрушение, т. е. передавая прочувствованное, субъективное понимание (the «qualia»)

¹⁷ Там же. С. 26.

¹⁸ Когниция — это «познавательный процесс или совокупность психических и мыслительных процессов... служащих для получения и обработки информации, поступающей к человеку либо извне по разным чувственно-перцептуальным каналам, либо в уже интерпретированном виде». См.: Краткий словарь когнитивных терминов. М., 1996. С. 81.

реальных или воображаемых сознаний, переживающих разрушительный опыт»¹⁹.

Последняя характеристика — the qualia (квалиа) — означает метод анализа информации о чувствах и мыслях персонажа, о его субъективном опыте в мире истории. «Мир истории» — это термин, который, по мнению Д. Германа, в отличие от классического термина «повествовательный текст» (story) «лучше отражает экологию интерпретации нарратива»: читатели (слушатели, зрители) реконструируют не только порядок событий, но и их пространственно-временной контекст (окружающую среду), данный через определенную перспективу²⁰. Т. е. «мир истории» — это не столько текст, сколько модель дискурса.

Таким образом, способы передачи-приема знания в виде «истории» могут быть разножанровыми: от живого бытового рассказа до статьи в журнале, поста в социальной сети или документального фильма, показанного по телевидению, — главным остается постижение ее смысла адресатом, который мысленно реконструирует как порядок событий, так и окружающую среду, а также оценивает их с определенной временной дистанции. При этом концептуально цельная форма истории, воплощенная в индивидуальном ритме композиции, является главной эстетической «приманкой», приспособлением нарративного дискурса к естественным процессам познания человека мира.

2.3.2. Вербальный публицистический нарратив: эстетическое своеобразие

Эстетический принцип литературы факта — истории нужно брать из жизни, а не придумывать — выдвинули в свое время формалисты, выступая против реставрации классического романа в пролетарском духе. В современной культуре «литература вымысла снова уступает литературе факта, если вовсе не проигрывает ей»²¹.

¹⁹ Herman D. Description, Narrative and Explanation: Text-type Categories and the Cognitive Foundations of Discourse Competens // Poetics Today. 2008. № 29 (3). P. 24.

²⁰ Herman D. Story Logic: Problems and Possibilities of Narrative. Lincoln, 2002. P. 13–14.

²¹ Оробий С. П. «Всё что угодно, только не роман»: Джойс, Джобс и поэтика флуда // Семиосфера нарратологии: диалог языков и культур : международ. сб. науч. ст. — Балашов, 2013. С. 158.

Роман нон-фикшн составляет серьезную интеллектуальную конкуренцию художественным произведениям²², и успех этого жанра — не единственный знак возрождения эстетики факта. Порожденная текучим духом постмодерна и глобализации, эта эстетика проникает практически во все жанры искусства и делает их гибридными: документальные жанры осваивают законы художественного письма, а художественная литература прямо использует бытовые жанры интернет-коммуникации (записи пользователей социальных сетей, дневники Живого Журнала, блоги и т. д.). Литературный критик С. Оробий верно замечает: «В современной литературе... факты ценятся больше фабул, а умный рассказчик — больше придуманного героя, структура повествования монтируется заново», превращая саму жизнь в метароман, нового «Улисса», создающегося ежедневно миллионами авторов в сетях Интернета²³. Поэтику этого метаромана исследователь называет «поэтикой флуда» — гибрида потока сознания Джойса и потока информации, выражением духа которого стал Джобс. Название отражает характер самого явления — поэтика флуда не имеет четко различимой структуры, она формируется в ризомную модель — матрицу коллективного бессознательного эпохи постмодерна.

Собственно литература факта, т. е. публицистика и журналистская проза во всех ее формах, развивается по той же матрице, которая трансформирует саму реальность — процессы глобализации экономик и культур, туризма, миграций, перевода исторической памяти в настоящее, постоянных политических конфликтов и войн — в глобальный медиатекст. Журналистский дискурс входит в резонанс с властью и идеологиями и сам моделирует эти процессы, совершенствуя свои стратегии письма с целью усиления воздействия на массовую аудиторию. Одним из заметных направлений их поиска стала нарративная журналистика, сочетающая главные ценности современной литературы — «умного рассказчика» и «факты».

Конечно, журналистские жанры, смешивающие в той или иной степени свойства достоверности и художественности, существовали и раньше. Правдивые истории о преступниках и искателях приключений в жанре сериала публиковали в газетах еще Д. Дэфо, Ч. Дик-

²² Базарх А. «Belles non-fiction» как симптом // Новое литературное обозрение. 2011. № 4 (110). С. 232–236. URL: <http://www.nlobooks.ru/node/1090>.статья.

²³ Оробий С. П. Указ. соч. С. 160.

кенс, М. Твен, Э. Хемингуэй, М. Кольцов и другие журналисты-писатели. Исторически переломным моментом в этом процессе стал роман Трумэна Капоте «Хладнокровное убийство» (*In Cold Blood, 1965*). Капоте считается создателем современной нарративной журналистики, хотя писатель лишь ввел новый термин, который закрепился за жанром — «роман нон-фикшн»²⁴.

В 1970-е годы благодаря таким авторам, как Гей Тейлиз, Джо Эстерхаз и Ричард Голдштайн, появилась «новая журналистика», которая использовала художественно выстроенную композицию, диалог вместо цитат, чередование разных точек зрения и индивидуальные портретные характеристики. Тогда же начались исследования романов нон-фикшн Т. Капоте, Н. Мейлера («Армия ночи»), Т. Вулфа («Электропрохладительный кислотный тест»), Х. Томпсона («Ангелы ада») и др., и сам этот жанр стал главным жанром новой журналистики²⁵. Особенностью и существенным его достоинством новожурналисты считали «невывышенность» — представление в романной форме фактуальной информации, добытой путем «погружения»²⁶. Они оказали влияние на газетчиков, которые начали практиковать творческие подходы к презентации новостных историй.

В 1980-е годы новая журналистика превратилась в «литературную журналистику», которая, по сути, следовала тем же правилам детального изучения событий, длительного пребывания в той среде, где они происходят, и честной их презентации²⁷. Одним из лучших образцов этого направления является роман-обладатель Пулитцеровской премии «Ангелы и демоны» Тома Френча, «выросший» из сериала его репортажей в газете *St. Petersburg Times* об истории поездки женщины и двух ее дочерей во Флориду, которая закончилась их убийством.

Собственно нарративная журналистика — быстро развивающееся направление теоретических исследований и практического освоения журналистами нарративных приемов построения фак-

²⁴ Helten M. Truman Capote's nonfiction novel in Cold Blood and Bennett Miller's biopic Capote. GRIN Verlag, 2008. P. 4.

²⁵ Hollowell J. Fact and fiction: The new journalism and nonfiction novel. Chapel Hill, 1977.

²⁶ Новая журналистика и Антология новой журналистики / под ред. Т. Вулфа, У. Э. Джонсона; пер. с англ. Д. Благова, Ю. Балаяна. СПб., 2008. С. 87–90.

²⁷ Sims N. Literary Journalism in the Twentieth Century. New York, 1990.

туально достоверных текстов — сформировалась в США в конце 1990-х. Их результаты доказывают, что: 1) нарративы оказывают большее воздействие, чем информационные и публицистические форматы журналистики, поскольку люди в принципе организуют свой опыт посредством нарративных моделей мысли²⁸; 2) нарративная форма является для человека самой естественной для восприятия, а потому убедительной; 3) нарратив взывает не столько к логике, сколько к воображению читателя и заставляет воспринимать историю так, словно она произошла с ним самим²⁹.

Чтобы охарактеризовать эстетическое своеобразие журналистского нарратива, необходимо начать с его терминологического и жанрового определения. Задача осложняется тем, что это понятие «привязано» к более широкому явлению художественно-документальной литературы, до сих пор не вполне устоявшемуся в филологии.

В США для обозначения документальной литературы используются термины *nonfiction, creative / literary nonfiction, literary journalism*. В последнее время появился термин *narrative nonfiction* (нарративная литература факта), который был создан для того, чтобы, во-первых, обозначить отграниченность нарративных жанров документальной литературы от остальных, таких как декларации, словари, справочники, учебники, руководства по эксплуатации и т. п., и, во-вторых, чтобы избежать элитарных эпитетов «художественная» и «творческая»³⁰.

В России термин «литература нон-фикшн» гораздо шире распространен в литературно-критической практике, чем в теории литературы. Филологи предпочитают устоявшиеся с 1970-х годов термины «документальная литература», «художественная документалистика», «художественно-документальная литература». Последний из них характеризуется теми же признаками: «произведения, авторы которых в художественной форме описывали реальные события, называя настоящие имена всех действующих лиц, вводя в ткань

²⁸ Sharp L. M. Created Nonfiction Illuminated: Cross-Disciplinary Spotlight : Ph. D. dissertation. The University of Arizona, 2009. P. 143.

²⁹ Rodden J. How do stories convince us? Notes towards a rhetoric of narrative // College literature. West Chester University, 2008. Vol. 5. №. 1. P. 148–173.

³⁰ Gutkind L. What is creative nonfiction? // Creative nonfiction. 2012. Issue 0.

художественного повествования подлинные (или же выдаваемые за таковые) документы»³¹.

В теории журналистики такие пограничные произведения определяются как «художественно-публицистические жанры», «художественная публицистика», «художественная документалистика». В качестве важной их характеристики акцентируется публицистичность, т. е. обращение к актуальным проблемам современности и прямая авторская оценка излагаемых событий, которая должна быть убедительной³².

Вопрос о том, насколько родственны или в какой мере разнородны художественно-документальная литература (нон-фикшн) и художественная публицистика, остается пока не проясненным. Его решение может быть найдено при междисциплинарном подходе, при объединении усилий литературоведения, лингвистики и журналистики вокруг единого объекта — *публицистического нарратива* как особого способа и результата субъективно-авторского конструирования цельной истории о невымышленных событиях по законам художественного повествования. «Нарративная публицистика» представляется подходящим названием и для поддисциплины контекстуальной теории нарратива, соответствующим английскому «*narrative nonfiction*» (нарративная документальная литература). Междисциплинарный принцип повысил бы и качество анализа таких произведений, зачастую бывающего «однобоким»: или литературоведческий анализ с механическим перечислением журналистских приемов, или оценка публицистического воздействия с названием авторских художественных приемов при отсутствии целостного понимания творческого мира произведения³³.

Важно, что, в отличие от традиционных жанров журналистской прозы, публицистический нарратив создается не в режиме немедленного реагирования на происходящие события, а отсроченно. Для того чтобы написать такой текст, требуется время, к тому же он чаще всего не умещается в рамки газетной публикации — он требует зна-

³¹ Местергази Е. Г. Литература нон-фикшн / non-fiction : экспериментальная энциклопедия. Рус. версия. М., 2007. С. 13.

³² См.: Тертычный А. А. Жанры периодической печати : учеб. пособие. М., 2000.

³³ См.: Коновалова Ж. Г. Кинематографические приемы в документальном романе Т. Капота «Хладнокровное убийство» // Учен. зап. Казанск. ун-та. Сер.: Гуманитарные науки. Казань, 2013. Т. 155. Кн. 2. С. 5, 8.

чительного объема. Но отсроченность и большой формат (*long-form journalism*) не умаляют актуальность и силу воздействия таких текстов — наоборот, они повышаются благодаря эстетически и когнитивно органичной форме повествования.

С. А. Бозрикова справедливо отмечает и разнородность многочисленных характеристик «жанрового состава» художественно-документальной литературы, предлагаемых филологами³⁴. Соглашаясь с ней, в качестве верной по принципу выделим классификацию Е. Г. Местергази, которая предлагает различать чистые (первичные) и сложные (вторичные) жанры произведений с главенствующим документальным началом. К чистым жанрам она относит хронику, летопись, письмо, биографию, дневник, мемуары. К сложным (вторичным) жанрам относятся травелог, «невыдуманный» рассказ, документальная повесть, документальный роман (роман-быль) и сопутствующие авторские жанры — «опыт художественного исследования» («Архипелаг ГУЛАГ» А. И. Солженицына), «роман голосов» («Цинковые мальчики» С. А. Алексиевич) и др.³⁵. Данная классификация не имеет жестких очертаний и допускает переходные, смешанные формы. Нон-фикшн представлен в ней как «литературный» уровень функционирования чистых и сложных жанров. Это случай успешного использования актуального для науки общего принципа «нечеткого множества»: «чистые» жанры документальной литературы (письмо, дневник и т. д.) составляют ее ядро, по мере удаления от него идут «чистые» и «сложные» жанры второго уровня — фактуально достоверные, но художественно-организованные произведения (рассказ, повесть, роман нон-фикшн, травелог и др.). Наконец, на периферии находятся «чистые» и «сложные» жанры третьего уровня (повесть, роман, основанные на реальных событиях, и т. п.), в которых художественный вымысел перевешивает фактуальность.

Документальную сущность публицистического нарратива составляют фактографическая точность, достоверность деталей и героев и актуальность темы. Но условием создания качественного произведения, обеспечивающим ему те свойства, которые Д. Герман называет «квалиа», является погружение — длительное пребывание автора среди героев будущей истории с целью «прочувствования» ее изнутри.

³⁴ Бозрикова С. А. Нарративная структура документального романа Т. Капота «Хладнокровное убийство»: дис. ... канд. филол. наук. Балашов, 2015. С. 31–35.

³⁵ Местергази Е. Г. Указ. соч. С. 49.

Креативное использование традиционной схемы сюжета (экспозиция, завязка, развитие действия, кульминация, развязка) дает автору свободу монтажа сцен, эпизодов, возможность нарушения композиционной модели перевернутой пирамиды — стандартного формата репортажа или информационной статьи. Превращения сырьевого событийного материала в цельную историю посредством выбора значимых элементов и их каузальной связи и Х. Уайт обозначил термином *epitome* («осюжетивание»). Этот процесс не только придает форму истории, но и способствует погружению читателя в мир истории, пониманию чужих голосов, т. е. превращению чужого в свое³⁶.

Информация представляется в развернутых сценах, диалогах и внутренних монологах, а не в громоздких сложноподчиненных предложениях, структура которых обусловлена отсылками к источникам информации. Оригинальный монтаж общих и крупных пространственных и временных планов повествования, анахронии (перетасовки временного порядка событий), переключения точек зрения и дискурсов, темпа и т. д. порождает ритм, усиливающий эстетический и эмоциональный эффект сюжетной интриги. Ритм порождается голосом автора-повествователя и определяет его цельность — единую субъективную перспективу, идейное содержание и моральную оценку.

Своеобразие ритма повествования, на наш взгляд, является и основным когнитивным механизмом, и фактором, определяющим его эмоциональный и эстетический эффект — «ощущение текста». Ритм нарратива порождается динамикой точек зрения. Точка зрения, если говорить о ее текстовом, языковом воплощении, — это сегмент текста, чаще абзац, который охватывает определенный пространственно-временной и субъективно-речевой сегмент «мира истории». Ее носителем и «центром наблюдения» является определенный герой или автор-повествователь. В тексте этот центр воплощается сразу в четырех планах языковой референции — пространственной, темпоральной, речевой и модальной³⁷. Чередование точек зрения в тексте, точнее, их динамика складывается в определенную модель, композиционную структуру нарратива, которая «управляет» читательским восприятием.

³⁶ White H. Historical Text as Literary Artifact // The writing of history. Literary form and historical understanding / ed. by Robert H. Canary and Henry Kozickii. Madison, Wisc., 1978. P. 41-62.

³⁷ См. об этом: *Татару Л. В.* Точка зрения и композиционный ритм нарратива (на матер. англоязычных модернистских текстов). М., 2009.

Исследование С. А. Бозриковой нарративно-композиционной структуры романа «Хладнокровное убийство», в частности, показало, что фактором, подводящим читателя к постижению смысла рассказанной им истории, фактором, заставляющим читателя «пропустить ее через себя», является именно особый повествовательный ритм этого произведения. Текст романа строится на типичном для криминальных жанров приеме создания драматического напряжения путем ритмичного чередования статичных и динамичных, общих и крупных планов. При этом Капоте не использует крупные планы для смакования кровавых сцен, как это делают авторы таблоидных публикаций. Варьирование масштабов изображения нужно писателю как код оптимального погружения читателя в психологию преступника.

Итак, повторим, что основными приемами эстетизации публицистического нарратива являются драматически выстроенный сюжет, сценическая и диалогическая структура композиции, художественный стиль письма, идейно-моральная оценка, выраженная голосом автора-повествователя, и значительный объем. Важнейшей эстетической и когнитивной категорией, обеспечивающей эффект проживания читателем опыта героев, является композиционный ритм, определенная модель динамики планов повествования, точек зрения. Использование вымысла с целью усиления воздействия на аудиторию неприемлемо — сила публицистического нарратива заключается в максимально правдивом отражении реальных событий и участников, значение которых актуально для жизни общества. Психологическое воздействие достигается за счет описания деталей, сцен и портретов — фактуальной информации, добытой путем погружения автора в мир той реальности, о которой он повествует.

2.3.3. Структура публицистического нарратива: сопоставительный аспект

Эстетическое своеобразие разных в структурно-композиционном аспекте нарративов возможно проследить в их сопоставлении. Нами были выбраны публикации в жанрах репортажа и журналистского расследования американского военного репортера Кристофера Джона Чиверса, автора «большой журналистской формы» и многократного лауреата Пулитцеровской премии. Эти публикации об одном событии — теракте в Беслане.

Наряду с терактами 11 сентября 2001 года, история Беслана стала метанарративом XXI века, показав новый, транснациональ-

ный, характер современных войн. Журналистское расследование Чиверса «Школа» (*The School*), опубликованное в журнале «Эсквайр» в 2007 году, стало одним из самых пронзительных публицистических нарративов о Беслане³⁸. Но до этой публикации, в сентябре 2004 года, он написал серию репортажей для газеты «Нью-Йорк Таймс», находясь в самом Беслане. Они обладают собственной, функционально обусловленной «телеграфной» эстетикой³⁹.

Репортаж сразу выдает установку автора на обезличенную, объективную передачу информации. Достаточно объемный текст имеет традиционную композицию перевернутой пирамиды и начинается с лида, в котором, даются самые существенные факты о событии по схеме *Five Wh-s?* Принцип объективной презентации фактов (числа погибших, количества взрывов, сторон конфликта и его формы) реализуется клишированной формулой дистанцирования репортера от них: *согласно официальным данным (according to official reports)*. Далее эта формула и ее варианты моделируют весь репортаж, делая его по-протоальному сухим.

Механический ритм перечисления чужих точек зрения разбирается сценами, «снятыми» на месте действия взглядом самого репортера. Получается адекватная страшной реальности хаотичная картина последнего дня бесланской трагедии, воспроизводящая его сцена за сценой.

В настойчивом повторе формул самоустранения репортера от официальных версий трагедии читается сомнение в них. Формально соблюдая правило объективной отстраненности, используя традиционную композицию информационного репортажа, автор остается «над историей», маскируя свою идеологическую установку с помощью риторических приемов.

Спустя три года Чиверс показал ту же историю уже не отстраненно, а вступив в ее мир. Он неоднократно возвращался в Беслан, беседовал с выжившими заложниками⁴⁰, и в результате получился нарратив, отразивший коллективный опыт ужаса и проявление в нем лучших качеств человека — храбрости, самопожертвования и добро-

³⁸ *Chivers C. J. The School. Esquire. 2007. 15 March.*

³⁹ *Chivers C. J., Myers S. L. 250 Die as Siege at a Russian School Ends in Chaos // The New York Times. 2004. Sept. 4.*

⁴⁰ *Hansen L. Chivers C. J. Telling the Beslan Story // NPR. 2006. May 21.*

ты⁴¹. В публикации соединились жанры журналистского расследования, частной хроники и психологического триллера.

Заголовок этого нарратива — «Школа» — лаконично кодирует метафорические смыслы темы и превращает историю теракта в бесланской школе в символ новой угрозы для человечества. Заголовки композиционных частей называют временные отрезки и конкретную локализацию событий. Всего их тридцать две, объемом в две страницы и меньше. Такое дробное архитектурное членение определяется внутренней, содержательной структурой нарратива и формирует дробный, затрудненный характер его ритма:

Первая часть — «1 сентября. После полудня. Спортзал» — сразу вводит читателя в середину действия. Школа уже захвачена несколько часов назад. Экспозиция, в которой рассказывается предыстория бесланских событий, появляется только в восьмой части: «30 августа. На рассвете. Чечня». Начало с середины — композиционная ретардация — прием художественного повествования, который создает немедленный эффект сопричастности психологическому опыту героя, переживающего напряженный момент своей жизни. Герой первой сцены, Казбек Мизиков, переживает не просто напряженный, а экстремальный опыт: над его головой подвешена бомба, и он начинает незаметно рассоединять контакт внутри провода, идущего к детонатору, прямо под прицелом террористов. С ним его жена и двое детей. Автор не излагает интервью с ним, а отдает голос самому герою, используя внутренний монолог.

Выбор субъективной перспективы позволяет Чиверсу варьировать темп, порядок и планы повествования. В первой же сцене пространственное восприятие события «прикреплено» к сознанию участника истории, и поэтому ритм пространственных планов точки зрения субъективно-динамичен. Фокальный объект сцены, для Казбека Мизикова связанный с выживанием или смертью, — бомба — дается крупными планами. Угроза смерти заставляет сознание героя увеличивать ее в масштабе, концентрироваться на каждой технической детали. Но периодически его взгляд охватывает все, что происходит в зале, создавая общими планами фон и чувственную атмосферу страха (жары, зловония тысячи потных тел).

Временной ритм также определяется восприятием героя — время то растягивается, то сжимается, то отходит в прошлое, то забегает в будущее.

⁴¹ *Chivers C. J. The School // Esquire. 2007. March 15.*

Из таких сцен, изображенных глазами, мыслями и ощущениями Казбека и других заложников, строится вся композиция истории. Она в целом отражает последовательность происходящего — от первого сентября до четвертого, от захвата школы чеченскими боевиками до развязки (освобождения) и эпилога. Но порядок сцен (эпизодов) не отражает точно хронологию событий, он определяется восприятием героев.

Замедление и затруднение темпа повествования достигается за счет использования определенного типа нарративной частотности — повтора, многократного возвращения к одному и тому же эпизоду истории. Если возврат происходит с точки зрения одного героя, это сигнализирует об особом, переломном значении произошедшего для его ценностного мировосприятия. Если один и тот же эпизод повторяется с точек зрения разных персонажей, он предстает перед читателем как переломный для каждого из них, при этом читатель видит его с разных ракурсов — он становится многоплановым, панорамным. Воспроизводя в режиме повтора первые часы в захваченной школе, автор не только создает многоплановое изображение, он выводит на первый план индивидуальные образы пленников, которые проявили достойную восхищения силу духа и человечность. Кроме Казбека Мизикова, которому в конце концов удалось обезвредить бомбу и спасти свою семью, героиней ряда «послеполуденных» сцен становится Лариса Кудзиева — молодая осетинка, которая пытается спасти раненого мужчину, Вадима Боллоева, требуя у террористов бинты, воду и рискуя жизнью, хотя рядом с ней ее двое детей.

Из разных эпизодов читатель узнает и других героев трагедии. Только в одном появляется официальное лицо — Руслан Аушев, благодаря которому второго сентября террористы выпустили матерей с грудными детьми. Его портрет дается глазами этих матерей. Но он остается эпизодическим участником, а героиней становится Фатима Цкаева, которая готова остаться в школе, чтобы вместо нее вышли ее старшие дети.

Каждый эпизод представляет экстремальные обстоятельства и обладает своей собственной градацией и кульминацией. Хотя это кажется невозможным, но с каждой сценой напряжение нарастает, так что общая кульминация сюжета — битва за освобождение заложников — разбита на серию сцен и воспринимается как кошмарная абсурдная бесконечность, создавая психологический эффект остановки времени в сознании человека в моменты наивысшего напряжения.

Третье сентября, день военной операции, занимает практически половину текста. Сама операция показана как в замедленной съемке, с точек зрения тех же героев, но изобразительные средства меняются. Остаются только зрительные впечатления и физические состояния. В отличие от «Хладнокровного убийства», крупные кадры здесь беспощадно натуралистичны. Натуралистичность изображения имеет здесь свою задачу, далекую от желтой сенсационности, — страшными картинками увечий и гибели невинных жертв, снятыми их же памятью, автор заставляет читателей максимально прочувствовать их состояние и убедить тех, кто еще не понял, что с террором нужно бороться, иначе на месте жертв бесланской трагедии окажутся они сами.

Голос самого автора открыто звучит только в эпилоге — в публицистическом аккорде повествования. Здесь он обобщает итоги трагедии, вновь прибегая к объективным фактам: дает уточненное количество погибших, сообщает о начале правительственных расследований, информирует о судьбах каждого из героев истории. Здесь же Чиверс открыто критикует обе стороны конфликта: Российское правительство — за неэффективность защиты своих граждан, чеченский сепаратизм — за бесчеловечную тактику терроризма. Если в репортаже он прикрывал свою оценку риторикой, в эпилоге «Школы» он со всем пафосом публициста обличает официальные версии трагедии, о которых писал в репортаже, — о занижении числа захваченных заложников, неясности причин взрывов и пожара в здании школы и т. д.

В задачи анализа не входит оценка позиции американского журналиста, идеологическая составляющая играет в его нарративе второстепенную роль. Главное в нем — идейное и моральное содержание. Оно озвучено хором голосов, принадлежащих простым людям, — жертвам, а не политическим агентам трагедии. Благодаря выбору этого коллективного героя-нарратора и художественно выстроенной композиции «Школа» обретает универсальную символическую силу. Беслан — это моральный урок для глобального международного сообщества. Это школа опыта столкновения с новой абсурдно жестокой реальностью, которая фантазмагоричней любого вымысла.

2.4. Эстетика визуализации в русской дореволюционной журналистике

Визуализация информации как эстетически значимая тенденция в журналистике уходит корнями в историю отечественной печати. Иллюстрации всегда привлекали и даже воспитывали читателя: «Дитя и неграмотный мужик, посмотрев на картинку, интересуются знать ее смысл, из которого всегда можно вывести нравственный урок, хотя и с отрицательной стороны. Посмотрев на картинку, желают поразузнать, что есть в журнале, и таким образом сближаются с самим журналом»¹.

Рассмотрим, как изменялся облик ведущих периодических изданий России, как модернизировались приемы визуализации информации в XVIII — начале XX веков, что входило в иконическую знаковую систему русской дореволюционной печати.

На стилистику оформления периодического издания воздействуют его тип и проблематика издания, читательская аудитория и ее эстетические приоритеты, технические возможности и вкусы издателей. На облик издания не мог не влиять стиль эпохи: «Стремление отразить в графической форме образ современности и эстетичности во все времена вынуждает дизайнеров в большей или меньшей степени соотносить свою работу с господствующей в конкретный исторический период эстетико-мировоззренческой концепцией. ...Графическое оформление периодического издания не может рассматриваться отдельно от его функций. Являясь средством коммуникации, журнал неизбежно находится в рамках определенного социального, политического и культурного контекста. <...> Сам факт ожидания следующего выпуска позволяет говорить о периодических изданиях как об эстетических сообщениях открытого типа»². Все это относится как к журналам, так и к газетам, хотя актуальность для газетных выпусков значительно важнее, чем эстетичность.

¹ Варухин Н. Письмо в редакцию // Сын отечества. 1861. № 51. 17 дек. С. 1530.

² Рожнова О. И. История журнального дизайна. М., 2009. С. 4.

2.4.1. Визуальный язык периодики: начало

Для России рождение журналистики было напрямую связано с использованием визуального ряда: «Существенным и также новым достижением информационного процесса Петровской эпохи было сочетание в нем текстовой и изобразительной информации. Впервые столь серьезное внимание было обращено на эту особенность массовой коммуникации. Петр I считал необходимым иллюстрировать любую печатную продукцию»³.

А. И. Тощев, много лет исследовавший петровские «Ведомости», в визуальном коде этой газеты видел новаторские приемы и политический подтекст. Исследователь утверждал, что первая печатная русская газета впервые в Европе применила двукрасочную печать⁴. В небольшой гравюре, поставленной на открытие третьего петербургского выпуска «Ведомостей» от 28 июня 1711 года — над Невой и строящимся по ее берегам Петербургом парит Меркурий, трубя в рожок, — Тощев видел революцию в газетном деле, так как в Европе штриховые, плоские гравюры печатались в «летучих листках», а

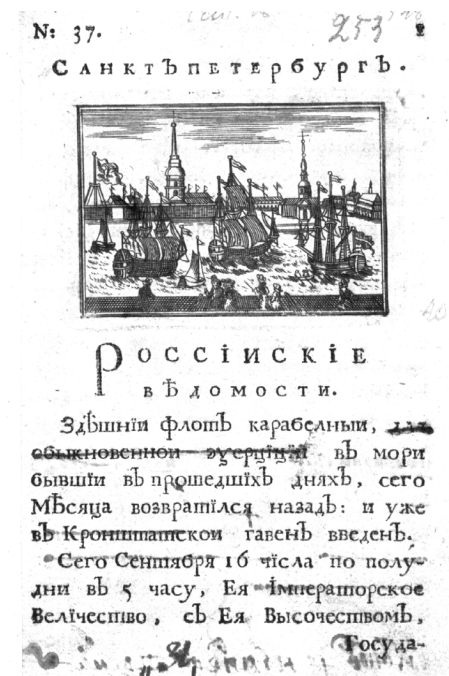


Рис. 1. Ведомости. 1725. № 37. 18 сентября.

³ Жирков Г. В. Эпоха Петра Великого: основание русской журналистики. СПб., 2003. С. 33.

⁴ Тощев А. И. Окно в Россию. Графическое оформление первой русской печатной газеты «Ведомости» (1702–1727) // Петербург газетный. Тюмень, 2009. С. 8.

на открытие номера ставились гербы, буквицы, почтовые гонцы — рисунки без перспективы и ритмики движения. Принципиальной политической демонстрацией видит Тошев и указание места выхода — Санкт-Петербург — над гравюрой, одного кегля с названием газеты, что шло вразрез с европейскими традициями. (Рис. 1). Всего для иллюстрирования «Ведомостей» с 1711 года было использовано 14 гравюр и их повторений; и очень важно, что постепенно «гравюра освобождается от аллегории и становится рисунком с натуры, в частности, фиксируется постройка набережных»⁵.

И газеты, и журналы XVIII века тяготели к книжной графике. Широко применялись инициалы, концовки (книжные оформительские элементы); конструкция подшивок была схожа с книгой. Титульный лист обязательно выделялся иллюстрацией, выполненной в технике гравировки на металле. Обложечные эмблемы, виньетки с масонскими атрибутами, гербы, аллегорические символы в стиле барокко, буквицы часто служили единственным украшением изданий. «Рокайльные типографские украшения (бессюжетные виньеты, концовки и инициалы) преобладают в соотношении с иллюстрациями как во второй половине XVIII в. так и в начале XIX столетия»⁶.

«Слово и изображение были в Древней Руси связаны теснее, чем в Новое время. И это накладывало свой отпечаток и на литературу, и на изобразительные искусства. Взаимопроникновение — факт их внутренней структуры», — утверждал Д. С. Лихачев⁷. Но уже в журналистике XVIII века текст чаще всего не был связан с рисунком. Прямая связь между вербальными и визуальными компонентами журналистики зарождается рано, но является довольно эпизодичной. Например, в академическом журнале «Ежемесячные сочинения, к пользе и увеселению служащие» на трех страницах рассказывалось о найденном алмазе весом 1680 карат и стоимостью 224 миллиона фунта стерлингов. В полосу была заверстана иллюстрация, обтекаемая текстом, показывающая форму и величину алмаза короля Португалии (рисунок занимал половину страницы)⁸. По взаимозависимости иллюстрации и текста А. Л. Свитич предлагает такое деление: иллюстрация, визуализирующая текст; декоративная иллюстрация; самостоятельная иллюстрация⁹. Все эти разновидности можно увидеть на страницах отечественной периодики.

Советский исследователь Г. В. Алямовская определяла иллюстрацию XVIII века как описательную; современный ученый А. Л. Свитич выделяет в этом периоде декоративно-орнаментальную графику, выполнявшую «эстетическую и акцидентную функции»¹⁰. Подробно на оформлении русских журналов XVIII века останавливается А. Н. Каск. Ею вычленяются графика аллегорий (виньетки и фронтиспис), научная иллюстрация с признаками наивного искусства, описательно-информативная графика (модные и этнографические картинки)¹¹. Первым русским журналом, где главную смысловую нагрузку нес изобразительный материал, А. Н. Каск называет журнал-альбом «Открываемая Россия, или Собрание одежд всех народов, в Российской империи обретающихся» (1774–1776).

А. С. Сундуков подчеркивает влияние стиля на изменение структуры изданий: «В конце XVIII века в оформлении журналов проявилась тенденция смещения акцента с пышных барочных декоративных конструкций на характерные для эпохи классицизма гармонично простые, строгие модели. Это привело к повышению значимости типографических элементов, что, в свою очередь, повлияло на формирование заголовочной иерархии»¹². Постепенно исчезают барочные витиеватые украшения; в рисунках усиливается тема античности; вводится привычная сегодня структура изданий (первое деление на отделы в русской журналистике принадлежит «Московскому журналу» Н. М. Карамзина, 1791–1792).

В журналах начала XIX века усиливается роль политипажей, роль шрифтов (а не иллюстраций) на обложке. По сравнению с пышными обложками прошлого столетия титульные страницы русских журналов

⁹ Свитич А. Л. Графическая иллюстрация как визуальный компонент контента качественных изданий : автореф. дис. ... канд. филол. наук. М., 2016. С. 13.

¹⁰ Там же. С. 16.

¹¹ Каск А. Н. Жанровая структура, сюжетики, эстетика журнальной иллюстрации в России XVIII–XIX вв. : автореф. дис. ... канд. искусствоведения. М., 2011. С. 15–17.

¹² Сундуков А. С. Дизайн российских журналов: история, теория, практика : автореф. дис. ... канд. филол. наук. Воронеж, 2011. С. 10.

⁵ Там же. С. 20.

⁶ Белякова Т. В. Стилистическое разнообразие русской книжной и журнальной графики второй половины XVIII — начала XIX в. // Вестн. Лен. гос. ун-та им. А. С. Пушкина. 2013. Т. 2. № 3. С. 146.

⁷ Лихачев Д. С. Поэтика древнерусской литературы. М., 1979. С. 22.

⁸ См.: Экстракт письма из Лондона о бразильских ямах, в которых находятся алмазы // Ежемесячные сочинения. 1755. Декабрь. С. 565.

журналов выглядели бледно: «В журнальном оформлении классицистические тенденции отразились прежде всего в увеличении роли текстовых элементов по отношению к иллюстративным»¹³. Но в первой половине XIX века происходит уникальная вещь, не свойственная Европе: появляются толстые энциклопедические журналы «Московский телеграф» (1825–1834) и «Библиотека для чтения» (1834–1865). Русская журнальная периодика начинает подразделяться на толстые (книжного объема и часто книжного формата) и тонкие журналы; иллюстративная часть в основном уходит в журналы тонкие, оставляя для толстых практику иллюстрированных вклеек и декорированных обложек. Стил классцизма остался свойствен толстым журналам; тонкие иллюстрированные восприняли викторианский стиль (обилие торцевых гравюр внутри текстов, офортов, литографий, занимательно-повествовательная роль иллюстраций). Пришедший в конце XIX века модерн ввел в оформление некоторых тонких журналов фантастические ассиметричные орнаменты, стилизованные шрифты, изысканные аллегорические изображения («Мир искусства», «Весы» и др.). Изменился и титул: «Если в викторианской периодике шрифтовая и иллюстративная часть обложки четко разделялись по зонам, то в журнале модерна все элементы переплетались, образуя единое орнаментальное пространство»¹⁴. Другая часть тонкой журнальной периодики тяготела к реализму — обилие фотографий («Искры», «Огонек» и др.), плакатстилю — декоративность и упрощенность графики («Журнал для хозяек», «Пулемет» и др.), футуризму — переосмысление образных средств («Футуристы», «Стрелец» и др.) и т. д.

Если основы визуального языка журналов изучались, то с газетной иллюстрацией ситуация была намного сложнее, особенно с рисунком: «Системных попыток понять: что и, главное, зачем иллюстрировалось в газете, как принципы иллюстрирования соотносились с общей редакционной политикой, никто не предпринимал»¹⁵.

Рассмотрим основные типы иллюстрирования русской дореволюционной периодики — графическую иллюстрацию и информационную

графику, не затрагивая фотоизображений (в коллективной монографии о фотографии лучше писать профессиональному фотографу).

2.4.2. Графическая иллюстрация XIX — начала XX веков

Графическая иллюстрация включала разные жанры: научную иллюстрацию, репродукцию картин, портрет, иллюстрированную хронику, карикатуру, комикс, картинки мод, нотные записи и т. д. До 1840–1850 годов иллюстрации прикладывались к изданиям; затем рисунки, карикатуры и проч. стали постепенно включаться в основной корпус. Не всегда издатели были готовы к такому расширению программы, но иллюстрированные полосы неизменно увеличивали читательский спрос. Об этом вспоминал издатель «Сына отечества» А. В. Старчевский: «Рюмин (издатель журнала «Общезанимательный вестник». — Е. С.) сыграл со мной плохую шутку. Заявив о своем “иллюстрированном журнале”, он заставил и меня ввести у себя рисунки, карикатуры и проч., о чем я прежде не помышлял и что, конечно, содействовало успеху “Сына отечества”, но обходилось мне вовсе не дешево. Однако нечего было делать, когда пошло на конкуренцию»¹⁶.

Научная иллюстрация продолжала традиции, заложенные в журналистике XVIII столетия «Санкт-Петербургскими ведомостями». Редакция «Северной почты, или Новой Санкт-Петербургской газеты» (1809–1819), выходявшей при Почтовом департаменте Министерства внутренних дел, во главу угла поставила пропаганду всего отечественного в мануфактурном производстве и сельском хозяйстве. Редко появляющиеся рисунки способствовали популяризации технических новинок, хотя далеко не всегда русской выделки: «Мы сообщили уже читателям нашим (“Северная почта” № 81–1814 и № 4 сего года) о великом усовершенствовании в Англии паровых машин. <...> Мы сочли небесполезным напечатать здесь для всеобщего сведения и изображение таковой машины, везущей за собою несколько возов с кладью. Может быть, найдется и у нас возможным и удобным привести таковые машины в употребление»¹⁷. Текст, как правило, был связан с рисунком, хотя не всегда помещался рядом с изображением. Рисунки-объяснения к научным статьям публика-

¹³ Рожнова О. И. История журнального дизайна. М., 2009. С. 10.

¹⁴ Там же. С. 21.

¹⁵ Ансберг О. Н. Репортажная иллюстрация на городские сюжеты в «Петербургской газете» и «Петербургском листке» (конец XIX — начало XX в.) // Триста лет печати Санкт-Петербурга: матер. междунар. науч. конф. СПб., 2011. С. 403.

¹⁶ Старчевский А. Воспоминания старого литератора // Исторический вестник. 1892. № 11. С. 331–332.

¹⁷ О самокатной паровой машине // Северная почта. 1815. № 24. 24 марта. С. 4.

лись русскими газетами и позже. Так, в 1880-х «Биржевые ведомости» помещали рисунок воздухоплавательного судна, «Новое время» иллюстрировало рассказ о рыбах морских глубин, «Сын отечества» давал карту к статье «О солнечном затмении»¹⁸. Нередко в газетах помещались схемы, планы и чертежи. Публиковались и военные карты — например, в «Новом времени» в связи с завоеванием Геок-Тепе или в «Новостях» во время Сербско-болгарской войны¹⁹.

Традиции научного иллюстрирования русскими журналами также не прерывались. Читатели специализированных журналов могли узнать, как выглядят аспиратор с вынесенным эксгаустором или наждачная машина для шелушения и удаления зародыша зерна²⁰, подписчики универсальных журналов — что представляет из себя эргограф, прибор для измерения работоспособности человека²¹ и проч.

Научно-популярная иллюстрация развивается и в особом роде иллюстрированных изданий путешествий, «основу которых составляли подборки эстампов, сопровождавшихся комментариями авторов-издателей» (альманахи «Северные цветы» 1824–1831 гг., «Утренняя заря» 1838–1843 гг., альбом кн. Г. Г. Гагарина «Живописный Кавказ» 1847 г., журнал «Русский художественный листок» 1851–1862 гг. и проч.)²².

С 1817 года в России стал выходить журнал, впервые применивший технику литографирования, — «Волшебный фонарь, или Зрелище Санкт-Петербургских расхожих продавцов, мастеров и других простонародных промышленников». 40 гравюр (офорты на меди), черно-белые и цветные (раскрашенные вручную) рисунки позволяют исследователям считать это недолго вышедшее издание «памятником полиграфической культуры: он положил начало

¹⁸ Биржевые ведомости. 1881. № 126; Новое время. 1886. № 3631; Сын отечества. 1887. № 112.

¹⁹ См.: Новое время. 1881. № 1748. 9 янв. С. 1; Новости. 1885. № 303. 3 нояб. С. 2.

²⁰ См.: Мельничные машины на всемирной выставке в Брюсселе // Русский мельник. 1911. № 6. Июнь. С. 273–276.

²¹ См.: Е. Л. В лаборатории души. Внимание и усталость. Научная беседа // Природа и люди. 1915. № 25. 23 апр. С. 389–391.

²² Безгубова А. А. Отечественные издания живописных путешествий конца XVIII — первой половины XIX века как пример эстетики «pittoguesque» // Проблемы истории, филологии, культуры. 2014. № 4 (46). С. 351.

иллюстрированной книге, заложил основы художественно-публицистической периодики»²³.

С «Журнала изящных искусств» (1823–1825) зародилась традиция знакомить русского подписчика с *репродукциями картин* «в чертах» или «с тенями». Изучив журнал, О. В. Сляднева объясняет эти термины: «“в чертах” контурного изображения... художник обозначает только контур фигуры или предмета, без тушевки и сетчатых пятен, без других приемов передачи объема. В такой упрощенной манере выполнен эстамп с картины Караваджо “Мучение святого апостола Петра”. А “с тенями” — это уже более тонкая работа, подразумевающая филигранную проработку более темных и светлых деталей, передачу объема с помощью множества дополнительных штрихов. Примером этой техники может служить портрет “Микель Анджело Буонаротти”»²⁴. Продолжат публикацию репродукций «Художественная газета» (1836–1841), «Сын отечества» (1812–1852, 1856–1900) и многие другие. Репродукционная гравюра массово будет встречаться в многотиражных иллюстрационных еженедельниках — знаменитых «Ниве» (1870–1918), «Всемирной иллюстрации» (1869–1898), «Живописном обозрении» (1872–1905) и проч.

С начала XIX века в русской журналистике появляется *портрет исторической личности*. Подхватив книжную традицию, журналы «Русский вестник», «Русский зритель» и другие начинают помещать портретную графику. Исследователь журнальной иллюстрации утверждает: «Издатели вводят в общественный обиход портреты, исходя из значительности портретируемого вообще и важности упоминания данной личности для конкретного журнала в частности. При этом несхожесть черт лица на гравюре и оригинале... не является поводом для отмены публикации портрета, а в исключительных случаях допускались и вымышленные изображения»²⁵. «Вестник Европы» помещает портреты И. Канта, М. Аврелия, Г.-К. Лафатера и других, при этом изображения «чрезвычайно откоро-

²³ Камалова А. А. «Волшебный фонарь» как опыт издания журнала нового типа в российской журналистике // Российский гуманитарный журнал. 2017. Том 6. № 2. С. 141.

²⁴ Сляднева О. В. Иллюстрация в художественной прессе России первой половины XIX века // Газетная и журнальная иллюстрация : матер. науч. конф. СПб., 2014. С. 18–19.

²⁵ Каск А. Н. Портрет в русских журналах первой трети XIX века // Вестн. МГУКИ. 2009. Март-апрель. № 2 (28). С. 250.

венны и не пытаются польстить оригиналу. Если на парадных портретах второй половины XVIII века деятели науки и культуры представлены в образе героев с горделивой осанкой и львиной статью, то журнальные гравюры фиксируют внимание на реальных чертах лица каждого человека»²⁶. «Русский художественный листок» расширил типологию печатных портретов до «портрета с автографом», «портрета в интерьере», «портрета в гробу»; одним из первых при создании портретной галереи стал опираться на фотографию. О. В. Сляднева дополняет: «“Листок” был совершенно необычным изданием. Это действительно был один листок (2 страницы) текста; отдельно от него подписчикам присылали в конверте сложенный вдвое лист с литографическим оттиском рисунка. <...> Рисунок был исполнен в два цвета — коричневый и черный, с оттенками, т. е. напоминал рисунок сепией, выгодно отличаясь от черно-белой гравюры, и выглядел очень выразительно. Текстовый листок содержал одну или несколько статей, а рисунок иллюстрировал один из их сюжетов. Почти всегда рисунок был иллюстрацией к тексту, крайне редко появлялись изображения, не связанные с текстом»²⁷.

Для газет первой половины XIX века портрет не был характерен, за исключением первой русской многотиражной газеты «Северная пчела». Ее издатель Ф. В. Булгарин, один из родоначальников торгового направления русской журналистики, начал с декабря 1848 года к статьям, посвященным знаменитостям, публиковать гравюры с их изображением. Впоследствии газеты печатали портреты наравне с журналами²⁸.

Традиция портретирования политических деятелей, известных писателей, художников и других знаменитостей выливается в появление циклов. Так, штриховым портретом И. И. Лажечникова в «Сыне отечества» в начале 1857 года была открыта рубрика «Галерея знаменитейших наших современных писателей». Невозможность связать иллюстрацию и текст редакция объяснила так: «Сначала мы

хотели было при каждом портрете помещать и биографию писателя; но, по зрелом обсуждении, мы нашли, что, действительно, нет возможности печатать биографию живого лица с существенной пользой для публики»²⁹. В приложениях к «Сыну отечества» были помещены портреты Петра I, М. И. Глинки, Л. Н. Толстого, И. Ф. Крузенштерна, А. С. Пушкина и др.³⁰ Среди портретов выделялись изображения титулованных особ, литераторов, музыкантов, художников, актеров, архитекторов, общественных деятелей. Портреты были, как правило, либо юбилейные, либо дополняли некрологи. Журнальные портреты часто оставались единственным украшением толстых журналов, не считая типографских заставок и рекламных блоков. Толстый журнал чаще печатал фотографию ушедшего деятеля (на особой мелованной бумаге, иногда портрет прокладывался пергаментом); в тексте обязательно были отсылки к снимку³¹.

Иллюстрированная хроника (или **репортажные рисунки**) в первой половине XIX века подготавливали количественный скачок подобных иллюстраций на рубеже веков. В газетной периодике, по сведениям М. А. Луковской, таким пионером были «Афиши императорских театров», выходявшие с 1809 года иногда по несколько раз в день: «Одна из самых ранних иллюстраций — к афише представления конной труппы А. Финарди в Манеже, датированной 21 февраля 1823 года»³². Среди журналов новатором выступил еженедельник Н. В. Кукольника «Иллюстрация» (1845–1849), публиковавший графические зарисовки на злобу дня. «Русский художественный листок» отличился в иллюстрированной хронике Крымской войны. До войны «Листок» отдавал предпочтение событиям, которые можно было легко зарисовать: открытие памятников и строительство соборов, поездки императоров и тушение пожаров. Во время Крымской кампании издание помещало портреты адмиралов и матросов, дипломатов и императоров, рисунки укреплений и мест наиболее горячих

²⁹ Галерея знаменитейших наших современных писателей // Сын отечества. 1857. № 3. 20 января. С. 57.

³⁰ См.: Сын отечества. 1857. № 22; 1858. № 4; 1872. № 22; 1896. № 32; 1897. № 5.

³¹ Напр.: Михаил Матвеевич Стасюлевич (28 авг. 1826 г. — 23 янв. 1911 г.) // Вестник Европы. 1911. № 3. Март. Вклейка.

³² Луковская М. А. Иллюстрации к петербургской ежедневной газете XIX века: возникновение и развитие // Век информации. 2015. № 3 (4). С. 59–60.

²⁶ Белякова Т. В. Стилистическое разнообразие русской книжной и журнальной графики второй половины XVIII — начала XIX в. // Вестн. Лен. гос. ун-та им. А. С. Пушкина. 2013. Т. 2. № 3. С. 151.

²⁷ Сляднева О. В. Визуальное отражение событий Крымской войны в «Русском художественном листке» // Век информации. 2015. № 2. С. 195–196.

²⁸ Напр., портреты актрисы М. Г. Савиной можно было увидеть в газетах (Театральный мирок. 1884. № 15. 7 апр. С. 1), тонких журналах (Нива. 1914. № 18. 3 мая. С. 357).



Рис. 2.
Петербургский листок.
1903. № 131. 15 мая.
С. 7.

сражений. Издатель «Листка» художник В. Ф. Тимм «не просто рисует портреты участников войны, береговые укрепления, корабли, но и выбирает момент героических действий солдат или офицеров и делает к рисунку небольшую поясняющую подпись — и получается настоящий репортажный рисунок»³³.

Репортажный рисунок оказался находкой для русских изданий, долго не имевших в штате фотографов (например, знаменитый русский фотограф К. К. Булла «стал иллюстратором в столичных журналах, где публиковались его снимки “на злобу дня”» лишь в 1892 году, а «репортажная съемка получила широкое распространение

³³ Сляднева О. В. Визуальное отражение событий Крымской войны в «Русском художественном листке» // Век информации. 2015. № 2. С. 200.

лишь к 1894 году»³⁴). «Происходит ли на свете какое-нибудь важное политическое событие, редакция иллюстрированного периодического издания посылает на место действия рисовальщика, который зарисовывает карандашом свои наблюдения, чтобы передать рисунок гравюру. <...> Возгорелась ли где-нибудь кровопролитная война, там кроме специальных корреспондентов наблюдают баталию и рисовальщики», — подчеркивал А. А. Бахтиаров³⁵. (Рис. 2). Репортажные рисунки довольно часто подделывали под списанные «с натуры». Свидетельствуют о такой практике как мемуары, так и иллюстрации. Об этом говорит, например, обращение редактора к помощнику в карикатуре (подпись настолько красноречивая, что рисунок уже и не требовался): «Артамон Никитич, на днях сгорел дотла город ***, так распорядитесь, батенька, чтобы из старых номеров перепечатали вид города, да чтобы гравёр дыму понапустил побольше. А внизу подпишите: “Пожар в ***” — рисунок нашего специального корреспондента»³⁶.

Помещать рисунки в издательской части газеты было проще, нежели в редакционной. Иллюстрационное оформление редакционной части вызывало немало нареканий со стороны цензуры. Лишь с начала 1890-х годов цензурный комитет относительно легко допускал расширение программ газет по части оформления. В 1892 году было разрешено печатать во втором издании «Сына отечества» портреты высочайших особ и выдающихся общественных деятелей; там же в 1893 году — архитектурные виды и «сцены из русской истории». В 1896 году право помещать рисунки, «иллюстрирующие сообщения о выдающихся событиях дня», получили «Биржевые ведомости»; в этом же году разрешение на публикацию портретов государственных и общественных деятелей было дано «Петербургской газете» и «Петербургскому листку». В 1897 году двум последним изданиям разрешили помещать рисунки к текстам³⁷.

Особняком в разговоре о репортажных рисунках стоят издания, позиционировавшие себя как иллюстрированные. Рост иллюстриро-

³⁴ Рыхлякова Т. Н. Буллы. Семья петербургских фотографов. СПб., 2017. С. 13.

³⁵ Бахтиаров А. А. Слуги печати. Очерки книгопечатного дела. СПб., 1893. С. 138–139.

³⁶ В редакции иллюстрированного журнала // Шут. 1879. № 28. 14 июля. С. 7.

³⁷ РГИА. Ф. 776. Оп. 3. Д. 174. Лл. 318, 326; Ф. 777. Оп. 3. Д. 90. Лл. 74; Ф. 777. Оп. 2. Д. 107. Лл. 139, 143; Ф. 777. Оп. 2. Д. 70. Лл. 182, 183.



Рис. 3.
Иллюстрированное
приложение
к «Новому времени».
1913.
№ 13267. 16 февраля.
С. 49.

ванных журналов и газет зависел не только от технических нововведений и экономических возможностей издателей, но и от политической ситуации в стране. С 1856 по 1874 год в стране выходило около 10 иллюстрированных еженедельников, годы Первой русской революции увеличили эту цифру до 200³⁸. «Как особый раздел печатной графики, иллюстрированные журналы стали художественной лабораторией, в которой апробировались новые принципы художественно-графического оформления, внедрялись новые печатные техники и прежде всего ксилография (гравюра на дереве), наиболее органично сочетающаяся с набором», — считает исследователь журнальной пе-

³⁸ См.: Воронкевич А. С. Иллюстрированные еженедельники в России. М., 1985. С. 13.

риодики середины XIX века С. Е. Ивлева³⁹. Журнал литературы, наук и искусств «Огонек» (1879–1883) декларировал: «Все иллюстрированные периодические издания в России, задавшие целью служить интересам дня, изображают разнообразные явления современной жизни в иллюстрации и, таким образом, в них текст является дополнением, объяснением к рисунку, а не рисунок — к тексту. Не так понимается значение рисунка в иллюстрированном издании «Огонек». Рисунок служит тексту. Рисунок говорит глазам, в то время как писатель — уму читателя. Рисунок, если можно так выразиться, — одушевленное содержание литературного произведения»⁴⁰.

С конца XIX века без иллюстрированных приложений, где публиковалось немало иллюстрированной хроники, не обходилось ни одно крупное газетное предприятие. «Новое время» избрало тактику большеформатных иллюстрированных приложений, с 1900-х годов использующих цвет. (Рис. 3). Особенно вырос читательский интерес к этому приложению в годы Первой мировой войны. По свидетельству В. А. Смородины, в 1915 году в «Иллюстрированном приложении к газете «Новое время» было опубликовано 420 фотографий павших воинов, 278 фотопортретов награжденных героев, 80 репортажных снимков с фронта и 74 батальных репортажных рисунка⁴¹.

«Петербургская газета» репортажные рисунки отправляла в иллюстрированное приложение «Наше время», хотя часть рисунков ушла в основной корпус газеты. О. Н. Ансберг замечает: «Совершенно по иному, оригинальному пути иллюстрирования пошли в редакции «Петербургского листка». Фотографии вплоть до закрытия газеты (в 1918 г.) печатались только в приложениях. В основном тексте присутствовали только рисунки! <...> В номере могло быть больше десятка рисунков. <...> Какое-то время для них дважды в неделю отводилась специальная полоса, на которой текста могло быть вдвое меньше по площади, чем иллюстраций. Позже от этого отказались,

³⁹ Ивлева С. Е. Иллюстрированные журналы 1850–1860-х годов «Живописный сборник» и «Северное сияние» — издания Василя Генкеля // Декоративное искусство и предметно-пространственная среда. Вестн. МГХПА. 2009. № 1–1. С. 135.

⁴⁰ От редакции // Огонек. 1879. № 1. С. 1.

⁴¹ Смородина В. А. Военная иллюстрация в газете «Новое время» (1914–1915) // Триста лет печати Санкт-Петербурга : матер. междунар. науч. конф.. СПб., 2011. С. 448.

и репортажные рисунки стали распределять приблизительно равномерно по дням недели, один-два на полосу»⁴².

Часть репортажных рисунков выполнялась в сатирической, гротескной манере. От лубков до язвительных рисунков на бересте протопопа Аввакума, от творчества родоначальника отечественной художественной карикатуры И. И. Теребенева до всплеска сатиры в эпоху Великих реформ, от расцвета иллюстрированных сатирических журналов в Первую русскую революцию до онлайн-выставок карикатур, — вот тот долгий путь, который прошла *русская карикатура*. Первый отечественный «Журнал карикатур на 1808 г.» А. Г. Венецианова был запрещен после выпуска единственного номера⁴³. Журналы карикатур возникают в России начиная с 1840-х годов: в газетном формате («Листок для светских людей», 1843–1845), в альбомном формате («Ералаш», 1846–1849). Уже в первых примерах опубликованных журнальных карикатур видны признаки креолизованного текста, причем вербальные элементы, как правило, стоят рядом с визуальными. Так, одна из самых ранних карикатур В. Ф. Тимма представляет издателя «Московского телеграфа» Н. А. Полевого в образе механической чернильницы с головой Полевого. Целая полоса «Листка» сверстана в современном для нас виде — обтекание биографическим текстом графической сатиры на Полевого⁴⁴. М. Л. Невахович, издатель «Ералаша», выбирает другой путь — большеформатные листы карикатур снабжены небольшими подписями, но и здесь вербальные и визуальные элементы неразрывно связаны друг с другом, образуя единое целое. Например, мы видим сатиру на конкурентные методы борьбы за читателя: в книжной лавке подписчикам «Современника» вместе с журналом приказчик в обязательном порядке вручает жареную курицу, а сбоку, иронично прищурившись, за толпой наблюдает один из издателей «Современника» И. И. Панаев. Подпись объясняет, что происходит (без подписи было бы сложно — или даже невозможно — понять соль рисун-

ка): «Современное изобретение прилагать к каждой книжке журнала всякую дичь»⁴⁵.

Как правило, отечественная карикатура шла с подписью. Например, Л. Динцес замечал о ведущем сатирическом журнале 1860-х годов: «Так называемая “обнаженная” карикатура с ее схематизацией образа и выявлением основной изобличаемой черты, т. е. изобразительно-независимая карикатура, которая понятна сама по себе без сопровождающего текста, помещается в “Искре” сравнительно редко»⁴⁶. В большинстве русских сатирических и юмористических журналов, в универсальных газетах и журналах, помещающих карикатуры, соблюдалось правило их публикации с пояснительным текстом. Встречались и шаржи — в тонких журналах и газетах начала XX века⁴⁷.

Сатирическая графика увеличивала объемы (от трех-четырех кадров на странице до большеполосных рисунков на весь разворот), применяла цвет (прежде всего с 1880-х годов в юмористических журналах), штрихи и полутона, множество мелких деталей, коллажи; включала зооморфные и антропоморфные изображения, абстрактные и конкретные образы; варьировала стили (от реализма до абстрактных изображений) и тематическую направленность (социальную, политическую). Рассматривая дореволюционные изображения, надо понимать, что все они прошли сквозь пристальное наблюдение цензурных комитетов, и наиболее острые рисунки были запрещены к печати: «Для противодействия развивающемуся индифферентизму и космополитизму полезно было бы подтвердить о более строгом наблюдении за иллюстрированными газетами... более других влияющих на массы и на юное поколение»⁴⁸.

⁴⁵ Ералаш. 1849. Тетрадь 3. Лист 6.

⁴⁶ Неопубликованные карикатуры «Искры» и «Гудка» 1861–1862 гг. М.-Л., 1939. С. 18.

⁴⁷ Любимов А. Риза Нордштрём (шарж); Туш М. В. А. Мичурина в «Обыкновенной женщине» (шарж) // Театр и искусство. 1904. № 4. 25 янв. С. 95. О шаржах П. Робера на страницах «Петербургской газеты» см.: Ансберг О. Н., Петрова С. И. «Галерея петербуржцев» на страницах «Петербургской газеты» // Санкт-Петербург — Швейцария. 200 лет российско-швейцарских дипломатических отношений. СПб., 2016. С. 60–82.

⁴⁸ Дело 1-го отделения Канцелярии Главного управления по делам печати к руководству относительно цензирования рисунков и карикатур для иллюстрированных сатирических изданий. 1881 г. // РГИА. Ф. 776. Оп. 8. Д. 1. Л. 2–3.

⁴² Ансберг О. Н. Жизнь Петербурга в иллюстрациях городских газет. Конец XIX — начало XX в. СПб., 2011. С. 4–5.

⁴³ См. о первом опыте карикатурного периодического издания, запрещенного по высочайшему повелению: Верещагин В. А. Журнал карикатур на 1808 г. СПб., 1911.

⁴⁴ Тимм В. Ф. Музеум Листка // Листок для светских людей. 1844. № 9.

Карикатура могла идти отдельным рисунком, могла быть диптихом⁴⁹, триптихом⁵⁰ и т. д. Уникальным явлением можно считать дореволюционные **комиксы**. Типичные заявления современных исследователей о том, что «попытки внедрения этого жанра были... связаны с работами Н. Радлова, Л. Юдина, Б. Малаховского и нескольких других советских иллюстраторов»⁵¹, не учитывают русский дореволюционный опыт. Столетие русского комикса отметили в 1998 году, отталкиваясь от серии открыток-комиксов, изданных типографией Р. Голике в 1898 году⁵². Но, во-первых, надо вспомнить протокомиксные формы — иконы с клеймами, лубок, детские книжки с картинками и настольные игры. А во-вторых, почему бы не отнести к жанру комикса серии рассказов в картинках, практикующих русскими тонкими журналами со второй половины XIX века? Например, в «Искре» 1868 года 26 номеров было отведено под карикатурный роман «Дым» (пересказ романа И. С. Тургенева в интерпретации художника А. М. Волкова)⁵³. Таким же образом Волков «пересказал» «Отцов и детей» Тургенева и «Войну и мир» Л. Н. Толстого, выведя в эпилоге самих авторов литературных шедевров⁵⁴.

Историю журнальных комиксов в России часто ведут с 1887 года — тогда в «Задуманном слове» для старшего возраста появились рассказы в картинках⁵⁵. Но другие примеры комиксов, зате-

⁴⁹ *Чемоданов М. М.* Путник и голоса духов // Гусли. 1881. 13 декабря; *Миша Г.* Домашние занятия. Мелет. Намолот // Русский сатирический листок. 1883. № 1. 25 февр.

⁵⁰ *Знаменский М. С.* Хозяйство городских властей. Хозяйство сельских властей. Хозяйство учителя // Искра. 1860. № 15; *Выборы* // Фискал и Газета газет. 1906. № 1.

⁵¹ *Лахин А. А.* Комикс как издание: особенности и судьба на современном российском рынке // Книга в современном мире: проблемы чтения и чтение как проблема. Воронеж, 2014. С. 132.

⁵² *Александров Ю.* Десять лет сто лет назад // Русский комикс : сб. ст. М., 2010. С. 7.

⁵³ *Волков А. М.* Дым (карикатурный роман) // Искра. 1868. №№ 8–45.

⁵⁴ *Волков А. М.* Отцы и дети (эпilog) // Искра. 1868. № 20; *Волков А. М.* Война и мир (иллюстрированные заметки) // Искра. 1868. № 16.

⁵⁵ *Прерванные мечты* // Задуманное слово. 1887. № 29. 16 мая. С. 48; *Козленок отомстил* // Задуманное слово. 1887. № 33. 13 июня. С. 112; *Преступление и наказание* // Задуманное слово. 1887. № 35. 27 июня. С. 144; *Как кажется и как бывает на самом деле* // Задуманное слово. 1887. № 47. 19 сент. С. 336 и др.

рянных в журналах конца XIX — начала XX века, почти неизвестны. Можно привести примеры перепечатанных из зарубежных изданий комиксов⁵⁶ (хотя и существовал давний способ обхитрить цензора, приписав выходные данные иностранного журнала), но немало есть и оригинальных рисованных историй. В юмористическом «Маляре» представлена рисованная история о Пьере Бобо (П. Д. Боборыкине), решившем поехать на Русско-турецкую войну военным корреспондентом и использовать там утиную почту⁵⁷. В специальном номере «Сатириконе», посвященном русской прессе, редактор, издатель и типограф последовательно умирают от ужаса, увидев «одну маленькую бумажку» в руках у жандарма⁵⁸. В «Новом Сатириконе» противопоставляются энергичные задумки русского человека и его апатия при мысли о возникающих препятствиях⁵⁹. Примеры можно продолжать, но тенденция уже видна: русская дореволюционная журналистика знала и использовала комикс — в сатирических, развлекательных, дидактических и прочих целях.

К понятию «графическая иллюстрация» относятся и **картинки мод**. Отечественные подражания английским, французским и немецким журналам для женщин появились с конца XVIII века. Первый русский журнал для женщин публиковал «ироиды, еклоги, элегии, анекдоты, идиллии, песни, эпиграммы, повести, загадки, стихотворения, сказочки», а к каждому номеру прилагал по три гравированные картинки последних парижских мод⁶⁰. Издатель «Библиотеки для дамского туалета» Н. И. Новиков впервые объединил понятие модного, т. е. популярного, журнала и журнала мод⁶¹. Исследователь журналов для женщин А. К. Курбатова доказывает, что «в 1850-е годы определяющим для модного журнала стало не просто наличие

⁵⁶ Напр.: *Гейне Т. Т.* Сон редактора (Фантазия в 12 картинах. Из сатирич. журн. Simplicissimus) // За 7 дней. 1911. № 27. 9 сент. С. 16, 18.

⁵⁷ *Черни В.* Утиная почта // Маляр. 1877. № 19. 22 мая. С. 145, 153.

⁵⁸ *Посвящается грядущему законопроекту о печати* // Сатирикон. 1908. 29 нояб. № 34. С. 9.

⁵⁹ *Радаков А.* Русский человек и энергия // Новый сатирикон. 1915. № 49. 3 дек. С. 12.

⁶⁰ *Известие* // Модное ежемесячное издание, или Библиотека для дамского туалета. Часть I. С января по апрель месяц. В Санкт-Петербурге. Печатано в вольной типографии Вейтбрехта и Шнора. 1779. Март.

⁶¹ *Сляднева О. В.* Очерки истории российской рекламы. СПб., 2007. С. 49.

картинки-приложения и ее описания, а целого отдела, посвященного моде и оформленного черно-белыми иллюстрациями в тексте»⁶².

Со второй половины XIX века женские журналы начинают делиться на издания феминистского толка (предпочтение отдается литературе, публицистике, политике) и журналы мод, рукоделий и домоводства. Феминистические издания не всегда полностью отрываются от женской тематики. Например, журнал «Женская жизнь», выходя вместе с «Журналом для хозяек», принципиально отказываясь от освещения вопросов быта и специализируясь на «культурном прогрессе женской жизни», полосы заполнял текстом и небольшими фотопортретами (иногда жанровыми фотографиями). Но последняя полоса все же отводилась под модный отдел (рисунки моделей, выкройки, объяснения)⁶³. Графика в таких журналах «приобрела тенденцию к особой стилизации: специфической утрировке пропорций фигуры и элементов костюма»⁶⁴. На рубеже веков модная картинка стала заменяться ретушированной фотографией.

В модных журналах, как правило, присутствовали и *ноты*. Ноты публиковались в изданиях как специализированных, так и универсального характера. Например, нотные тетради соседствовали с беллетристикой, театроведческой теорией и блестящим художественным оформлением в журнале «Артист» (1889–1895), «Русской музыкальной газете» (1894–1918) и т. д. Иногда печатались не просто части партитуры, но и либретто, афиши и проч. На развороте «Театра и искусства», посвященного комедии А. С. Грибоедова, даны разные вариации вальса писателя и факсимиле афиш первого представления «Горя от ума» в Москве и Петербурге⁶⁵.

Типографские наборные украшения зависели не только от материальных и технических возможностей типографии, но и от вкуса издателей и редакторов. Страница журнала для семейного чтения «Нива» преобразилась, когда один из популярнейших тонких журналов печатал вкладку, посвященную двухсотлетию Синодальной типографии и выходу первой печатной русской газеты «Ведомости».

⁶² Курбатова А. К. Картинки дамских мод: между иллюстрацией и рекламой // История газетно-журнальной иллюстрации : сб. ст. Часть I / сост. О. Н. Ансберг, Е. С. Сониная. СПб., 2016. С. 33.

⁶³ См., напр.: Женская жизнь. 1915. № 7. 7 апр. С. 21–22.

⁶⁴ Курбатова А. К. Указ. соч. С. 36.

⁶⁵ Боцяновский В. Новая рукопись «Горя от ума». «Горе от ума» в справках // Театр и искусство. 1904. № 4. 25 янв. С. 90–91.

Помимо фотографий здания Синодальной типографии и образца первого гражданского шрифта, портрета Петра I и гравюры А. Зубова, страницу обвивали лавровые ветви, подчеркивающие торжественность и значимость празднуемого события⁶⁶. А один из лучших иллюстрированных журналов «Всемирная иллюстрация», помимо фотографий, литографий, гравированных портретов, заставок, буквиц, шахматно-шашечного отдела, игры воздухом и прочего, широко применял факсимиле подписей.

Изобилие графической иллюстрации в русской дореволюционной периодике было привычным отечественному читателю, но лишь в журнале «Мир искусства» (1898–1904) была впервые полностью воплощена концепция единого пространства: изображение связано с текстом; типографские украшения дополняли идею журнала, а не просто иллюстрировали ее; подчеркнута самостоятельность тиражной графики.

2.4.3. Информационная графика конца XIX — начала XX веков

Предвестников инфографических приемов — размещение большого объема информации на небольшом пространстве, схематично, условно, с выделением акцентов — можно увидеть и в житийных иконах, и в лубочных листах, и в настольных играх. Протоинфографика развивалась в отечественных картографии и книгопечатании, часто заимствуя европейские образцы. В большинстве исследований, посвященных зарождению российской инфографики, упоминаются книги Н. А. Рубакина, атлас А. Ф. Маркса и А. Л. Гикмана, шеститомник И. С. Блюха и атлас переселенческого управления главного управления землеустройства и земледелия «Азиатская Россия»⁶⁷. Отметим еще «Всеобщий русский календарь на 1909 год» и прочие годы, где широко представлены искомые приемы. Книги эти,

⁶⁶ 200-летие Синодальной типографии // Нива. 1911. № 24. 11 июня. С. 448.

⁶⁷ Рубакин Н. А. Россия в цифрах. Страна. Народ. Сословия. Классы. Опыт статистической характеристики сословно-классового состава населения русского государства (На основании официальных и научных исследований). СПб., 1912; Маркс А. Ф., Гикман А. Л. Всеобщий географический и статистический карманный атлас. СПб., 1900 и проч. переиздания; Блюх И. С. Будущая война в техническом, экономическом и политическом отношениях. СПб., 1898; Атлас переселенческого управления главного управления землеустройства и земледелия «Азиатская Россия». СПб., 1914.

безусловно, любопытные, но гораздо сложнее отыскать ранние инфографические примеры дореволюционной журналистики. Повсеместно в научных и научно-популярных работах точку отсчета инфографики ведут от конца XX века: «В реальной жизни визуальный способ передачи информации в печатных СМИ нашел свое рождение в сентябре 1982 г., когда началось издание газеты “USA Today”»⁶⁸, но с подобным расхожим утверждением трудно согласиться. Ближе к истине другое утверждение, отодвигающее время появления инфографических приемов (хотя можно привести и более ранние примеры): «1890–1920 гг. В этот период спорадически появляются первые примеры использования инфографики в печатных СМИ»⁶⁹.

Отечественная журналистика и на вербальном, и на визуальном уровнях во многом, но далеко не во всем, повторяла зарубежные издания. По мнению А. Л. Свитич, иллюстрирование русской периодической печати XIX–XX веков прошло путь от научно-технической графики начала XIX века к информационно-описательной графике середины XIX века, от реалистической графики конца XIX века до символической графики начала XX века⁷⁰. Исследователи А. Н. Кислицына и В. В. Лаптев останавливают внимание на научно-популярном еженедельнике «Природа и люди» (1889–1918), где «познавательные материалы на различные темы сопровождалась иллюстративной и схематически-условной, можно сказать, информационной графикой»⁷¹.

Отдельные инфографические приемы применялись отечественными художниками задолго до появления в России полноценной инфографики. Намеренное искажение диспропорций роста мы можем увидеть во многих карикатурах (увеличенная голова по отношению ко всему туловищу высокий человек, стоящий рядом с чрезмерно низким

и проч.)⁷². Либо в тонких журналах, либо в газетах можно встретить такой прием, как врезку-укрупнение деталей. Например, демонстрируя устройство отдела Петербургской губернии на Всероссийской кустарной выставке, редакция «Петербургского листка» сделала врезку, детально показывающую игру гудошников, а «Огонек» увеличивал рисунок кульминации спектакля⁷³. Простые графики тоже были знакомы отечественной журналистике — например, рассказывая о развитии русской прессы XVIII столетия, историк и библиограф Н. М. Лисовский дал статистику количественного роста изданий по годам⁷⁴.



Рис. 4. Сын Отечества. 1887.
№ 257. 4 октября.

⁶⁸ Некляев С. Э. Инфографика: принципы визуальной журналистики // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10: Журналистика. 2010. № 4. С. 55.

⁶⁹ Лайкова Я. В. Инфографика в российских СМИ: периодизация и тренды развития // Медиаскоп. 2015. № 2. URL: <http://www.mediascope.ru/1712>.

⁷⁰ Свитич А. Л. Графическая иллюстрация как визуальный компонент контента качественных изданий : автореф. дис. ... канд. филол. наук. М., 2016. С. 15.

⁷¹ Кислицына А. Н., Лаптев В. В. Инфографика в российских изданиях: от прошлого к настоящему // Дизайн. Материалы. Технология. 2016. № 1 (41). С. 83.

⁷² Напр., диспропорции человеческой фигуры: Далькевич М. М. Он наш, тащите его! // Осколки. 1887. № 5; диспропорции и фигуры, и соотношения роста разных людей: Лебедев А. И. Карикатурный альбом современных русских деятелей. СПб., 1878–1879; диспропорции соотношения роста разных людей: Лебедев Н. А. Тургенев и его критики // Стрекоза. 1877. № 4.

⁷³ Всероссийская кустарная выставка // Петербургский листок. 1902. 7 марта. № 64. С. 13; Животовский С. В. Спектакль Л. Я. Липковской в Мариинском театре в пользу раненых // Огонек. 1914. № 39. 28 сент. С. 16.

⁷⁴ Штейн С. В. К истории периодической прессы и гражданской печати; Лисовский Н. М. Русская периодическая печать в XVIII веке // Печатное искусство. 1902. № 12. Дек. С. 91.

Редчайшие, полностью инфографические полосы можно увидеть в русских газетах конца XIX — начала XX века. Радуя подписчиков юбилейным номером, редакция «Сына отечества» к 75-летию решила наглядно показать рост издания с 1812 года — времени основания издания. На первой полосе уместилось шесть форматов журнала, преобразованного позже в газету, — с шапками, рубриками, колонками и выходными данными⁷⁵. (Рис. 4). Два года спустя редакция «Петербургского листка» повторила этот прием, наложив на современный формат первый лист газеты, выпущенной 25 лет назад⁷⁶.

«Петербургский листок», газета городского простонародья, и в дальнейшем использовал визуализацию информации для своих не слишком образованных читателей. Так, в 1889 году редакция знакомит подписчиков с «наглядной графической статистикой», где показывается количество писем, получаемых каждым жителем европейских стран; сравнительная длина (в км) железнодорожных путей разных государств и т. д.⁷⁷ Прибегала редакция к этому способу, чтобы разяснить также политические события — в революционном 1917-м читатели «Листка» из «сравнительно-наглядного изображения» (отметим редакционные поиски терминологии!) узнавали результаты выборов в Учредительное собрание по Петрограду или видели, сколько убитых и раненых выбыло из рядов армий-участниц Первой мировой войны⁷⁸. «Синий журнал» в это же время диаграммой шуточно изображал взлеты и падения обывательского настроения («министерство Горемыкина», «министерство Львова», «грядущий хам»)⁷⁹. Кадетская газета «Русь» использовала такие приемы визуализации, составив прекрасную по ясности графическую табли-

⁷⁵ Семидесятипятителетний юбилей // Сын отечества. 1887. № 257. 4 окт. С. 1.

⁷⁶ Двадцатипятилетие газеты «Петербургский листок» // Петербургский листок. 1889. № 72. 15 марта.

⁷⁷ Наглядная сравнительная статистика // Петербургский листок. 1899. № 23. 24 янв. С. 7.

⁷⁸ Наглядное изображение результатов последних выборов // Петроградский листок. 1917. № 204. 25 авг. С. 2; Итоги выборов в Учредительное собрание в Петрограде // Петроградский листок. 1917. № 268. 18 нояб. С. 5; Убитые. Калеки. Раненые // Петроградский листок. 1917. № 202. 23 авг. С. 5.

⁷⁹ Диаграмма обывательского настроения // Синий журнал. 1917. № 35. Окт. С. 6.

цу русских политических партий, где в изящной, веером раскрытой схеме уместились разные блоки, основные пункты программ партий, их девизы и цветовая гамма разных политических оттенков — от серого до красного⁸⁰. В мае 1911 года в Россию с дружественным визитом прибыла американская броненосная эскадра. Освещая это событие, журнал «Нива», помимо политического обозрения и фотографий броненосцев, поместил рисунок, наглядно показывающий стоимость одного броненосца-дредноута, равного 287 дирижаблям и аэропланам. В небе над броненосцем летят цеппелины, монопланы, бипланы и проч., все подписано и объяснено в очень емкой по месту расположения форме⁸¹. «Огонек» показывал, насколько состав русской армии в мирное время больше германской, французской, австрийской и итальянской; где в европейских странах рождается больше детей и как развивалось харьковское медицинское общество за полвека (диаграмма была выстроена в виде родословного древа)⁸². Последний рисунок важен оригинальностью, ибо сравнительные таблицы численности армий и детской рождаемости вполне могли быть позаимствованы из европейской периодики. Подобные примеры раннего использования инфографических приемов рассыпаны по русским дореволюционным периодическим изданиям, и мало знакомы даже специалистам.

Игра цветом. Многоцветность в русской журналистике начинается с вручную раскрашенных вкладок. Например, в журнале «Магазин английских, французских и немецких новых мод» (1791) помещались цветные рисунки модных нарядов; «Дамский журнал» (1823–1833) публиковал цветные иллюстрации парижских мод. В «Журнале для детей, или Приятном и полезном чтении для образования ума и сердца» (1813) ежемесячно помещалась цветная аллегорическая гравюра, изображавшая античного Гения. Журнальный рисунок был напрямую связан с книжной графикой той эпохи, «воспринимался не столько как комментарий к тексту, сколько как обозначение темы и ее дальнейшее развитие, расширявшее ассоци-

⁸⁰ Ликин В. П. Графическая таблица русских политических партий // Русь. 1907. № 6. С. 102.

⁸¹ Нива. 1911. № 24. 11 июня. С. 447.

⁸² Сравнительные размеры мирного состава армий главных европейских держав. Статистика рождаемости детей // Огонек. 1913. № 13. 31 марта. С. 15; 50-летие деятельности и внезапное закрытие харьковского медицинского общества // Огонек. 1913. № 46. 17 нояб. С. 15.

ативные рамки восприятия читателей»⁸³. Раскраска порой осуществлялась цветовыми пятнами «по носам», как характеризовал такой не слишком аккуратный способ массовой раскраски лубка Д. А. Ровинский⁸⁴, густыми колерами без оттенков.

По мнению хранителя фондов Отдела визуальной информации ГМИИ им. А. С. Пушкина А. Н. Каск, цветная полиграфическая печать вошла в отечественные журналы только с литографией, и в первую очередь надо назвать «Русский художественный листок». Сначала журнал В. Ф. Тимма публиковал литографии с тоном. Иллюстрация печаталась с двух или трех камней (черный цвет, голубой тон — отмывка для неба, зелено-бурая отмывка — для земли). С 1860-х годов в «Русском художественном листке» публикуется уже множество многокрасочных иллюстраций. Тоновые литографии довольно рано для России публиковал «Журнал охоты» (1858–1862). К ряду первых полностью цветных русских журналов есть смысл отнести юмористический «Будильник» (с конца 1870-х годов он стал выходить с полноцветной хромолитографированной обложкой), «Шут», «Развлечение», «Осколки», «Задушевное слово». Полностью иллюстрированными в красках были «Москва» (1882–1883), «Волна» (1884–1886), «Радуга» (1883–1888).

М. А. Луковская, ведущий библиограф Газетного отдела РНБ, считает, что цветность русских газет началась с литературных прибавлений к «Русскому инвалиду» (раздел «Моды») 1832–1837 годов. С 1858 года титулы «Иллюстрации» были цветными. Большие газеты («Новое время» и др.) выпускали цветные приложения. Иллюстрированные праздничные номера «Русского слова» были в полную полосу газеты, монохромные; к газете иногда прилагались цветные фототипии (первая шла при номере за 12 января 1903 года). К особым датам изредка выпускались цветные полосы и у других газет. Например, «Петербургская газета» таким эксклюзивным способом отметила 80-летие Александра II, дав на первой полосе черно-белые гравированные портреты, вид открывающегося в Москве памятника императору и рисунок лаврового листа в зеленом тоне через всю полосу⁸⁵.

⁸³ Корнилова В. В. Детские иллюстрированные журналы Санкт-Петербурга XIX века // Вестн. С.-Петерб. гос. ун-та культуры и искусств. 2011. № 4 (9). Декабрь. С. 83.

⁸⁴ Ровинский Д. Русские народные картинки. СПб., 2002. Т. 1–2. С. 47.

⁸⁵ Царю-освободителю. 16 августа 1898 года // Петербургская газета. 1898. № 223. 16 авг. С. 1.

Иногда цвет выносился лишь на обложку издания. Так, «Синий журнал» (1910–1918), издание довольно низкопробного юмора, печатал обложку густым синим цветом, а все иллюстрации внутри были черно-белыми.

Другой подход был у «Солнца России» (1910–1916). Иллюстрированный журнал всегда имел цветные обложки, часто публиковал цветные вклады и многоцветную рекламу. Например, в тематическом номере, посвященном войне с Наполеоном, были опубликованы тоновые гравюры-портреты Александра I и Наполеона, рисунки в цвете московского Кремля, цветные репродукции картин, раскрашенные заставки и заголовки, но часть иллюстраций (рисунков, фотографий, карикатур) была черно-белой⁸⁶.

Красный цвет и его оттенки буйствовали на страницах сатирических изданий Первой русской революции. Красный цвет заливки заголовочного шрифта в сочетании с красным цветом обложечного рисунка⁸⁷, красная титульная бумага⁸⁸; красный цвет на рисунках, обозначающий кровь⁸⁹ или цвет флага⁹⁰, печать журналов в два цвета: черный и красный (как «Пулемет» Н. Г. Шебуева) — все символизировало протест и призывы к революции. П. И. Вейнберг даже написал пародию «Красный цвет (романс по поводу воздвигнутых гонений на красный цвет)». Современный исследователь останавливается на этой закономерности: «Обилие красного цвета делало журналы более выразительными, а также указывало на их политическую ориентацию»⁹¹.

Оригинальность иллюстраций. Русская газетно-журнальная иллюстрация началась в том числе с европейских заимствований, и практика эта продолжалась очень долго. Даже когда корпус отечественных рисовальщиков и граверов был сформирован, зачастую

⁸⁶ Солнце России. Тематический номер «Пожар Московский». 1912. № 134 (35). Авг.

⁸⁷ Стрелы. 1905. № 3. 13 нояб.; Заноза. 1906. № 2.

⁸⁸ Забияка. 1906. № 2. 21 янв.

⁸⁹ До закона о свободе печати. После закона о свободе печати // Вампир. 1906. № 1. С. 3; Добужинский М. В. Умиротворение // Жупел. 1905. № 2. С. 7.

⁹⁰ В царстве птиц. Индюк Трепов и общинный цыпленок Победоносцев // Зритель. 1905. № 19. 3 нояб. С. 5; Троянский П. Братцы, становитесь на работу! // Сигнал. 1905. Вып. 1. 13 нояб. С. 1.

⁹¹ Привалов В. Д. Сатирическая печать Первой русской революции (1905–1908). СПб., 2018. С. 8.

клише для печати изготавливались по оригинальным рисункам за границей (но так было не всегда — уже в 1820-х годах доски резали русские граверы). Не обходилось и без «заимствований» иллюстраций; любой историк журналистики встречал, конечно, идентичные рисунки в разных изданиях⁹². Подобный казус в письме А. П. Чехову объяснял фельетонист и основатель журнала «Осколки» Н. А. Лейкин, утверждая, что подобное явление носит международный характер: «Все мы люди и все человеки, во грехах рождены, стало быть, и ворует из иностранных журналов. Рисунки “о женщине” взяты из французского журнала “Caricature”. Попался хорошенький цензурный сюжет — ну, и давай его. Я заказал срисовать Порфирьеву, а в “Будильнике” тоже кому-то заказали. В подобных случаях, разумеется, надо бы было указывать источник заимствования, но ведь никто этого не делает даже за границей, не говоря уже про русские журналы. Я получаю почти все французские, немецкие, итальянские и шведские юмористические журналы и вижу, как там хапают друг у друга без указания источника»⁹³. Об этом, но уже на внутренней почве, размышлял и опытный публицист М. К. Лемке: «Кража иллюстраций... мало заметна для публики и редко дает возможность достаточно веского обвинения, потому что отговорка всегда налицо: конечно, данный человек, картина и т. д. на всех фотографиях одинаковы... Обнаружилось, например, что один очень состоятельный издатель преподносил доверчивой публике снимки “русских войск в Китае”, пока не выяснилось, что они были сделаны еще в мирное время в Красносельском и других мирных лагерях»⁹⁴. О подобных фальсификациях знали не только сотрудники газет и журналов, но иногда догадывались и читатели. В Первую мировую войну журнал «Лукоморье» поместил блестящую карикатуру, где фотограф занимается постановкой военных действий на глазах многочисленной мирной публики. И рисунок, и подпись прекрасно дополняют друг друга: «В глубочайшем тылу один из “наших специальных корреспондентов-фотографов”, при помощи нескольких проходящих солдат, инсценирует потрясающий сенсационный снимок: “Взрыв тевтонского 37-метрового чемодана на передовых позициях”. Эффект взрыва получается при помощи дыма от зажженной соломы. Вместо окопа — простая полевая канава»⁹⁵.

Визуальный ряд русской дореволюционной прессы менялся с разной скоростью и с разной долей успешности. От небольшого листка размером чуть больше ладони отечественная журналистика пришла к мощной, разветвленной, насыщенной системе универсальных и специализированных изданий, ориентированных на массовые и элитарные вкусы. С репродукциями, рисунками, карикатурами и фотографиями выходили юмористические, сатирические, спортивные издания, журналы для самообразования, для семейного чтения, популярно-познавательные, предназначенные для разного состава читательской аудитории — по гендеру, возрасту, достатку, образованию и т. д. Все многообразие форм (иконических в том числе) нашло отклик и в современных СМИ: «От рисованного журнального репортажа XIX в. протянулась линия к образцам развитой журнальной документалистики с использованием средств фотографии, улавливающей содержание запечатленного мгновения в предельно конкретных чертах. Это и фотохроника Первой мировой войны, и кинодокументалистика Второй мировой, и современные теле- и интернет-репортажи о событиях в “горячих точках” мира»⁹⁶. Главный вопрос эстетики — отношение искусства и действительности — на визуальном уровне периодического издания постоянно воздействовал на подписчика, и, значит, художественные вкусы поколений формировались в том числе благодаря визуальному богатству русской дореволюционной печати.

⁹² Напр., карикатура Тома (предположительно псевдоним Е. Я. Резникова), посвященная закрытию Главного управления по делам печати и образу цензора в отставке, была перепечатана с указанием имени художника спустя месяц в другом издании. См.: Том. Над разбитым корытом // Петроградская газета. 1917. 12 марта. № 61; Том. Паразит // Стрекоза. 1917. № 16. Апрель.

⁹³ Лейкин Н. А. А. П. Чехову. 10 августа 1883 г. // Переписка А. П. Чехова : В 2 т. Т. 1. М., 1984. С. 135.

⁹⁴ Лемке М. Думы журналиста. СПб., 1903. С. 40.

⁹⁵ Ф. Д. Инсценировка // Лукоморье. 1915. № 19. 9 мая. С. 23.

⁹⁶ Каск А. Н. Русская журнальная иллюстрация XIX века: методика систематизации // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10: Журналистика. 2014. № 4. С. 33.

2.5. Фотожурналистика: эстетические трансформации визуального языка

2.5.1. Природные свойства и восприятие фотографии: документальное vs художественное

Слово и рисунок — две почти равноправные знаковые коммуникативные системы, которые человечество использовало на протяжении всей своей истории. В речи и письме используются знаки условные — связь между самим знаком и его значением логически неочевидна. Слова, обозначая одно и то же, в разных языках звучат по-разному. Но рисуя, даже схематически, какой-либо предмет, мы будем в большинстве случаев поняты, не прибегая к словам. Рисунок, так же как и фотография, может быть определенным высказыванием, передающим информацию.

В глазах простого обывателя фотография — это «интересное хобби», «память о прошлом», «рисование светом» или «способ запечатлеть реальность наиболее достоверным способом». Но в журналистике фотография — отличный носитель визуальной информации и невербальный язык, на котором журналисты разговаривают со своей аудиторией. Если пишущий журналист с помощью слов может сообщить «что, где, когда», то журналистская фотография визуализирует текст и не только подтверждает (или опровергает) словесные утверждения и сообщения, но уточняет, «как» проходило то или иное событие. Хорошая фотография использует мощнейшие факторы эмоционального и эстетического воздействия на аудиторию.

Как и всякий язык, визуальный язык подвержен трансформации. Его стилистика находится в процессе постоянного обновления, что особенно заметно в последнее время, с приходом цифровых технологий и развитием социальных сетей. Трансформация фотографического языка происходит под влиянием следующих факторов.

Технологический прогресс. Совершенствование технологии всегда меняет способы получения фотографического изображения и его качество. Дагерротип, громоздкие камеры, низкочувствительные и тяжелые пластины, использовавшиеся на начальном этапе развития фотографии, ушли в прошлое. Им на смену в начале XX века пришли среднеформатные камеры *Kodak*, а затем компактная техника *Leica*, кинофотопленка и массовое распространение фототехники. Сегодня пленочная фототехника уступила первенство цифровым камерам, светочувствительной оптике и новым электронным коммуни-

кативным методам репрезентации изображения. Но уже на подходе качественные камеры мобильных смартфонов и другие гаджеты.

Социальные факторы. Восприятие снимков на заре фотографической эры больше походило на удивление от необычного трюка. Копирование моментов реальности посредством фотографии воспринималось почти как сама реальность. Сегодня на смену одной, но качественной, выразительной и образной журналистской фотографии приходит массовый поток снимков невысокого качества, который размывает зрительское восприятие. Обилие трагических фото мало кого задевает. Чтобы пробить «черствеющую кожу» читателя-зрителя, фотожурналисту надо шокировать аудиторию. Авторство фотографии теряет былое значение. Визуальная репрезентация значимого исторического события, происшедшего все чаще производится не фотографами-профессионалами, а случайными свидетелями со смартфонами. Аудитория превращается не только в потребителя, но одновременно и создателя контента.

Эстетические факторы. В сознании авторов и массовой аудитории изменяются границы восприятия прекрасного, возможного и табуированного. Появление новых решений в области композиции, светопередачи изменяет фотографию и фотожурналистику. Взаимное влияние и проникновение визуальных практик и создание смешанного графического контента как в медиа, так и в открытых пространствах, использование фотографических редакторов и частичная утрата фотографией своих природных свойств, например таких, как достоверность изображения, меняет отношение зрителя и его восприятие.

Перечисленные выше факторы не имеют жесткой детерминированности и четких границ. Взаимное их влияние друг на друга, пересечение и взаимопроникновение порой затрудняют четкое присвоение ярлыков: что есть социальное, технологическое, а что — эстетическое. Здесь мы лишь пробуем разграничить факторы влияния, чтобы было проще их анализировать.

Фотографическое изображение более достоверно и детализировано, чем рисунок или живописная картина: если сравнивать рисованный или живописный портрет человека с его фотографией, то с точки зрения полной документальности и схожести мы, разумеется, предпочтем фотографию. Рукою художника руководят зрение, разум и чувства, но фотографическое изображение — это «карандаш природы» (так назывался изданный первый фотоальбом Генри Тальбо-

та¹), где изображение рисуется самим объектом. Как говорил французский кинокритик Андре Базен, подразумевая авторский подход: «Все искусства основываются на присутствии человека, и только в фотографии мы можем наслаждаться его отсутствием»².

Именно из-за своей природной «документальности» фотографии долго отказывали в праве называться искусством и отводили скромную роль ремесла, которое механическим образом отображает реальность, но не создает никаких образов и смыслов, свойственных художественному творчеству. «С самого момента рождения фотография добивается признания ее искусством. И большую часть времени существования фотографии в таком признании отказывают. Причина кроется не только в природе медиума, но и в расщепленности сознания людей XIX века с его непримиримыми оппозициями красоты-пользы, искусства-науки, натурализма-идеализма и т. д. Поскольку фотоизображение было результатом механического и химического процесса, то, по тогдашней логике, не имело отношения к работе духа, к творческой деятельности»³.

Известный российский фотограф Карл Булла запечатлел на свою камеру все значимые события в Петербурге в конце XIX и начале XX века. На его снимках мы видим столичный Петербург тех лет, замечаем множество деталей — как и во что были одеты простые люди, чиновники, военные — как выглядело место действия. Мы понимаем, что снимок не вымысел и перед нами реально жившие люди, а фотографии — документальное свидетельство, по которому можно изучать детали быта той эпохи. Но Карл Булла участвовал также в конкурсах «художественной» фотографии, где прежде всего оценивался творческий художественный замысел и эстетическое содержание, красота снимка. В то время образцами художественности и эстетического совершенства были «рукодельные» фотографии, напоминавшие живописные полотна. Такое направление в фотографии получило название *пикторализм*. Эстетика пикторализма предполагала старательное уничтожение следов документальности: фотографы разрушали ее, вмешиваясь во все процессы получения изображения — шевелили камеру во время экспонирования, замазывали объектив вазелином, изобретали новые методы печати и ретуши готовых отпечатков и т. п. Карл Булла не снискал ни славы, ни

¹ Talbot W. H. F. The Pencil of Nature. London, 1844.

² Базен А. Что такое кино. М., 1972. С. 44.

³ Левашов В. Лекции по истории фотографии. М., 2014. С. 76

регалий, а рецензенты называли Буллу «холодным ремесленником», потому что в его снимках не было «рукоделия»: это были отличного качества репортажные работы без прикрас. Сегодня документальные снимки Карла Буллы вошли в золотой фонд истории и фотографического мастерства.

В разное время к оценке фотографии подходили с разными критериями. Эстетика восприятия фотографического изображения как «слепок» с реальности оказывает мощное воздействие на зрителя. Фотожурналист — всегда очевидец! Он должен находиться непосредственно в месте события, чтобы запечатлеть на камеру то, что происходит в действительности. Вера в фотографию как подтверждение реальности заложена в ее природе и является ее преимуществом. Но свойства, присущие фотографии, со временем трансформируются, мы наблюдаем постоянную борьбу достоверности и художественности, факта и образа, при этом восприятие, понимание новых визуальных высказываний подчас требует от аудитории не только усилий, но и определенной визуальной и художественной компетентности.

Один из известных теоретиков визуальных искусств и кино Зигфрид Кракауэр в своей книге «Реабилитация физической реальности» выделил специальную главу, в которой так определил природные свойства фотографии. Она:

- тяготеет к неинсценированной действительности;
- склонна подчеркивать элементы ненарочитого, случайного, неожиданного, случайные события — лучшая почва для фотоснимков;
- передает ощущение незавершенности, бесконечности, возникающее от подчеркивания элементов случайного, которые на фотографии запечатлеваются скорее частично, нежели полностью. Рамка фотокадра — лишь условные границы; его содержание связано с содержанием остающегося за рамкой; его композиция говорит о чем-то большем — о физическом бытии;
- склонна передавать ощущение неопределенного содержания, смысловой неясности. Изолируя какой-то момент, фотография показывает сырой материал, ничего не уточняя. Никакой отбор не лишает фотографии склонности к неорганизованному и несобранному, придающей им документальный характер⁴.

⁴ Кракауэр З. Природа фильма: реабилитация физической реальности. М., 1974. С. 41–46.

С точки зрения Кракауэра, качество фотографии может быть оценено, исходя из специфики ее выразительных свойств. Рамка видоискателя камеры фотожурналиста не в силах включить в себя все пространство, и, следовательно, любая сделанная им фотография есть только субъективное авторское высказывание, отвечающее его чувствам или переживаниям. Сила воздействия этого высказывания исходит из документальной точности изображения и скрупулезного графического воспроизведения деталей неинсценированной жизни, при неожиданном или случайном совпадении. Зрителя привлекает понимание реальности происходящего перед объективом и в то же время осознание незавершенности происходящего, ограниченного рамками кадра.

Фоторепортеры используют в своей работе традиционные выразительные средства визуальных искусств: композиция и ритм, чередование планов, линейная и тональная перспектива, визуальный центр и т. п. Но к живописным средствам выразительности добавляются новые, исключительно фотографические: момент съемки, выбор определенного объектива, экспозиция, выдержка и заданная диафрагма. Эти технические настройки на камерах позволяют фотографу управлять конечными результатами процесса, добиваясь нужного ему результата. Выбор объектива определяет масштаб изображения и устанавливает необходимые автору границы кадра, за пределы которого зритель не в состоянии заглянуть.

И конечно, каждый фотожурналист в своей рутинной работе старается поймать свой уникальный и неповторимый «художественный» снимок, в котором будничные моменты отражает не только «неинсценированную реальность», но становится выразительным обобщением, «образом» происходящего. Именно здесь эстетика традиционных визуальных практик входит в соприкосновение с эстетикой и природными свойствами фотографии, позволяя создать впечатляющий результат, который остается в памяти зрителя.

2.5.2. Эволюция визуального языка фотожурналистики

Визуальный язык есть совокупность всех изобразительных и технических средств и специфика их применения, характерные для данного времени и социальных отношений. Возможно, такая точка зрения поможет нам в понимании изменения эстетической составляющей фотографии и фотожурналистики.

Датой рождения фотографии считается 7 января 1839 года, когда на заседании двух французских академий — Академии наук и Академии изящных искусств физик Франсуа Араго сделал подробный доклад под названием «Фиксация изображений, полученных камерой-обскурой». Спустя всего несколько месяцев на обложке апрельского номера лондонского журнала *The Mirror* был опубликован снимок-фотограмма папоротника, который можно считать первой фотографией, использованной в прессе. Придя в газетное дело и рекламу, фотография принесла в нее не только больший уровень достоверности и детализации, но еще эмоциональность и выразительность.

Уже в середине XIX века торговцы начинают применять фотографию в изготовлении визитных карточек, рекламных брошюр и плакатов. Реклама с фотографической картинкой объекта лучше продает товар, он наглядней представлен потенциальному покупателю, зрителю. «Фототекст стал неотъемлемой частью журналистики как профессии еще и потому, что он явился первым конвергентным типом текста, в котором одновременно сосуществовали новости и анализ, логика и эмоции, анализ и рекреация, высокое и массовое искусство»⁵.

В конце XIX — начале XX веков принятые поначалу в штыки импрессионисты привнесли новое в восприятие зрителем традиционной живописи: мгновенность, мимолетное впечатление от изменчивости мира. Отметим: первые импрессионисты были уже вполне знакомы с дагерротипами и фотографией, и вполне вероятно, именно фотография со своей способностью останавливать мгновение послужила толчком для нового живописного течения. Да и сама недавно рожденная фотография, осваивая новый визуальный язык, поначалу пыталась копировать эстетику живописи. Важным моментом преемственности развития эстетики визуального являлась первоначальная убежденность фотографов, что классическая живопись с ее образами прекрасного, романтического, героического должна находить отображение и в фотографическом творчестве. К этому их толкали не только технические качества фотоаппаратов и фотоматериалов того времени, но также инерция визуального восприятия, вера в то, что запечатленное на камеру должно быть непременно прекрасным. (Рис. 5).

⁵ Вартанова Е. Л. Фотожурналистика в эпоху массовой креативности // В мастерской фотожурналиста : сб. ст. / под ред. О. А. Бакулина, Л. В. Сёмовой. М., 2011. С. 5.



Рис. 5. Пиктореалистические воздушные пейзажи — эстетика живописи и романтизма в фотографии.

Низкокочувствительные стеклянные пластинки, несовершенная оптика и затворы фотокамер не позволяли ставить короткую выдержку. Фотографу требовался штатив и долгая экспозиция, поэтому снимать подвижные объекты было сложно, зачастую просто невозможно. Именно по этой причине практически все ранние фотоснимки были статичными и постановочными. Их композиционные решения были заимствованы из живописи, и редко можно найти фотографии, где было бы снято движение. Чтобы сделать портрет, надо было установить камеру на штатив, а голову портретируемого зажимать в специальной струбине (*kopfhalter*), чтобы избежать ее шевеления и смазывания на снимке. Аппаратура была громоздкая и тяжелая, почти все съемки делались в студии или в помещении. Фиксация короткого момента подразумевала долгую подготовку, портретируемым надо было «жить не от мгновения к мгновению, а вживаться в каждый миг»⁶. Эстетика хорошего снимка подразумевала не только техническое качество, но и некое «возвышение» объекта съемки, романтизацию или героизацию создаваемого образа, подражание, в первую очередь живописному полотну.

Одно из коммерческих направлений фотографии того времени — посмертная фотография (*post mortem photography*). С точки зрения современного восприятия и эстетики сегодняшнего дня, это может показаться странным, пугающим и даже отвратительным. Однако тогда для зрителей посмертная фотография была абсолютно естественным и привычным делом. Снимки хранились в фотоальбо-

⁶ Беньямин В. Краткая история фотографии. М., 2013. С. 6.

мах наряду с другими, потому что служили напоминанием о жизни родственника. Учитывая высокую детскую смертность, особенно много встречается фотографий детей. Парадоксально, но умершим детям на этих снимках стремились придать «живой» вид, поэтому не всегда можно понять, относится ли снимок к *post mortem* или нет. Вообще идея корреспонденции миров, как видимого, так и невидимого, на стыке веков была чрезвычайно популярна.

В Викторианскую эпоху широкое распространение получила также фотография с условным названием «скрытая мать». Поскольку портретная съемка предполагала очень длинные экспозиции, то при фотографировании детей возникали проблемы: они не могли усидеть неподвижно перед камерой десятки секунд (боялись чужой обстановки, незнакомых людей, аппаратуры). Чтобы успокоить детей, которые вертелись, их сажали на колени матери или няни. Последнюю накрывали черной тканью, тем самым в прямом смысле скрывая ее. Также мать могли маскировать под мебель, а при ретуши затереть ей лицо или вовсе вырезать. Подобного рода снимки были очень популярны, однако сегодня они смотрятся пугающе и даже зловеще. (Рис. 6).

К концу XIX века появляются новые скоростные затворы и чувствительные фотоматериалы; язык фотографии меняется вместе с техническими изменениями. Фотографы теперь могут выходить на улицу с относительно небольшими фотоаппаратами *Kodak*, заряженными целлулоидной чувствительной фотопленкой, а не тяжелыми и громоздкими фотопластинами. Это было время экспериментов, фотографы стараются расширить границы технически возможного. Например, фотограф Альфред Стиглиц однажды сделал снимок стоящей в темном подвале машины, освещенной одной тусклой лампочкой. Экспозиция составила 24 часа⁷.



Рис. 6. «Скрытая мать».

⁷ Морозов С. А. Творческая фотография. М., 1989.



Рис. 7. Якоб Риис.
«Бандитский притон
в НьюЙорке».

Фоторепортеры не могли не замечать вопиющего социального неравенства. Одним из первых, кто стал документировать несправедливость, был репортер газеты *New York Tribune* Джейкоб Риис. Его снимки были просты и неприязнительны и показывали жизнь низших слоев общества. Снимал он, не особенно заботясь о композиции, освещая сюжет прямой вспышкой, взгляд персонажей — прямо в камеру. Однако изданная в 1890 году книга фотографий «Как живет другая половина» произвела потрясение в обществе именно благодаря простоте и непосредственности репортажной фотографии. Меньше всего Риис думал об эстетических достоинствах своих снимков. Впервые камера запечатлевала не только прекрасное, но и драматическое. (Рис. 7).

Так визуальный язык фотографии оказался способным не только создавать репрезентации реальности или исторических фактов, но и документировать и исследовать социальные процессы. Сами того не осознавая, фотографы занимались тем, что сегодня называют визуальной и социальной антропологией. Изменился и характер фотографического журналистского языка: на первый план выходят достоверность, внимание к деталям, зачастую эпатаж и осознанная попытка шокировать читателя, показывая неприглядные стороны жизни общества в надежде изменить ситуацию.

Развитие газетной индустрии направило фотографию в репортажное русло. Снимки используются в прессе не только как иллюстрации, но в качестве носителей визуальной информации.

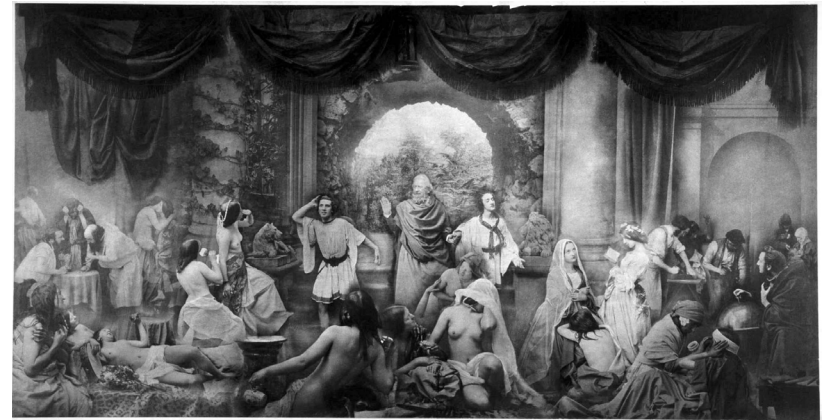


Рис. 8. Фотографический коллаж Оскара Густава Рейландера
«Два образа жизни».

Появляются новые направления в журналистике, такие как фотографическое исследование или фотографическое эссе, серия: если одна фотография есть просто высказывание, то несколько снимков — фотографический рассказ.

Однако одновременно с этими процессами в фотографической среде разгорались споры: художники, критикуя фотографию, говорили, что, копируя действительность, фотография не способна стать искусством, а фотографы отстаивали право на художественность своего творчества. Они считали, что «художественная» фотография отличается тем, что не стремится к объективному отражению действительности, а фиксирует специально избранные сюжеты, созданные для выражения определенного художественного замысла.

В. А. Никитин указывал на этот исторический парадокс: первое условие для того, чтобы снимок мог называться произведением изобразительного творчества, было на первый взгляд невыполнимым — как произведение искусства он должен быть уникален. Но как фотография, чье несомненное достоинство — это возможность тиражирования, может быть уникальной? Второе — в снимке должен проявляться индивидуальный почерк автора, зримо ощущаться мастерство, короче говоря, должно быть видно «рукоделие» фотографа⁸.

⁸ Никитин В. А. Вторая реальность : сб. ст. / под ред. В. А. Никитина. СПб., 2008. Вып. 2.



Рис. 9. Фрагмент фотоочерка «Двадцать четыре часа из жизни рабочей семьи Филипповых».

ства в происходящее и постановочной съемкой. Хотя и в дальнейшем постановка и режиссура в журналистской фотографии по-прежнему имели место. В советское время перед репортером не столько стояла задача снять «как есть», сколько необходимо было показать «как надо», поэтому постановочные съемки вполне официально использовали многие фотографы. Для красивой и «идеологически правильной» фотографии можно было организовать массовый выезд комбайнов на поля (чего в реальной жизни не происходило) или съемку идеализированной советской семьи. Например, фотоочерк «Двадцать четыре часа из жизни рабочей семьи Филипповых», опубликованный в 1931 году, до сих пор считается эталоном советской фотожурналистики. Большинство кадров очерка были постановочными. (Рис. 9).

В полемических статьях тех лет писали: «Советской фотографии необходим художественный снимок, потому что только художественный снимок может быть по-настоящему агитационным...»⁹ Тем не менее, экспериментируя с формой, композицией, фотожурналисты стремились не только расширить границы фотографического языка, но и создать эффектную, запоминающуюся правдивую фотографию.

⁹ *Мезин.* Нужен ли нам художественный снимок? // Советское фото. 1929. № 23. С. 7.

К похожим методам прибегали и западные фотожурналисты. Например, Юджин Смит, считающийся иконой фотожурналистики XX века и известный своей непримиримостью ко всякого рода фальши, тем не менее неоднократно прибегал к помощи манипуляций. Его известнейший портрет доктора Альберта Швейцера представляет собой фотомонтаж, сделанный из нескольких снимков, а репортаж «Испанская деревня» — во многом результат постановочных фотосъемок¹⁰. Именно эстетические предпочтения служили причиной вмешательства фотографа в документирование реальности. Желание сделать запоминающийся, выразительный, красивый снимок входило в противоречие с невыразительной повседневностью. Однако многие фотоснимки советских и иностранных мастеров, где доказанно присутствуют манипуляция и постановка, до сей поры входят в золотой фонд журналистской репортажной фотографии.

Огромное влияние на визуальные искусства в целом и на фотографию и фотожурналистику в частности оказала немецкая школа «Баухаус» и ее последователи. Они изменили эстетические каноны восприятия и расширили границы возможного. В Советском Союзе таким визуальным революционером был Александр Родченко. Его снимки, сделанные с нижней или верхней точки (острый ракурс), производили необычайное, революционное впечатление.

Портативная компактная *Leica* в период Второй мировой войны позволяла снимать чистый репортаж и не прибегать к постановкам, но вопрос правдивости всегда будоражил умы равнодушных фоторепортеров, критиков и философов. Насколько объективна камера, даже если фотограф снимает так, как есть, не вмешиваясь в происходящее? «Со временем пришло осознание специфики творческого акта, лежащего в основе фототворчества, — им оказался отбор. Отбор ситуации, объектов съемки, выбор того самого момента, который наилучшим способом отражал авторское представление об объекте съемки, умение найти адекватный способ повествования об окружающей действительности. Таким образом, творческий акт однозначно переключался из фотолаборатории непосредственно на место съемки»¹¹.

Фотожурналисты стараются не только найти в повседневности свой обобщающий «образ» происходящего, но и шокировать зрителя, привлечь его внимание к человеческим страданиям. Боевые действия, жертвы, война во всех ее ужасах представлены на страницах

¹⁰ *Smith W. E.* The Camera as conscience. London, 1998. P. 67.

¹¹ *Никитин В. А.* Указ. соч. С. 61.



Рис. 10.

Роберт Капа. Высадка на Омаха Бич.

Разворот полосы.

газет и иллюстрированных журналов того времени как визуальный информационный поток, сопровождающий сводки военных корреспондентов. В отсутствие телевидения фотография становится первым и единственным средством мгновенной визуализации событий.

Эстетика трагедии и человеческих страданий совмещается в такой ситуации с понятной в военных условиях политической пропагандой. Про своих — только хорошо, про врага — только с ненавистью. Зритель воспринимает фотографию с мест боевых действий не только как техническую фотокопию действительности, информацию «как это было», но и как ощущения самого автора изображения, находящегося в смертельно опасной боевой обстановке. Уже не всегда и не столько важны композиция, резкость кадра, «решающее мгновение», сколько экспрессия, ощущение моментальности происходящего с фоторепортером и одновременно — со смотрящим на снимок зрителем. Впервые на страницах газет и иллюстрированных журналов читатель получает возможность оказаться в своеобразной «виртуальной реальности»: вроде по-настоящему, но не со мной. (Рис. 10).

Именно такие расплывчатые, нерезкие кадры Роберта Капы публикует журнал *Life*, рассказывая про «День-Д» (*D-Day*) — открытие

второго фронта в Европе. Именно Капа был тем единственным фоторепортером, кто захотел и сумел высадиться с американскими войсками на Нормандском побережье *Omaha Beach*. Эстетика технически несовершенного изображения, нерезкость и смазанность отчасти может отсылать нас к опытам пиктореалистов, но вкупе с информационной и эмоциональной составляющей оказывает на зрителя шокирующее воздействие своим реализмом. Не отпускают эффект присутствия и ощущение сопричастности с историческим моментом: как будто сам зритель находится здесь и сейчас среди летящих пуль. Сила реалистического влияния, даже натурализма этих размытых карточек настолько велика, что современный кинематограф пытается использовать эстетику спонтанности в качестве основного приема. В фильме «Спасти рядового Райана» Стивен Спилберг прибегает к такому же стилистическому приему, что и у Роберта Капы — дрожащая камера, нечеткая «картинка». Единственное различие: у Капы всё «взаправду», а у великого режиссера — качественная, но постановка.

Возможность снимать быстротекущие события, военные конфликты в репортажной манере, без манипулирования объектами съемки и постановки (*set up*) вносят в журналистский визуальный контент больше правды. Передача визуального сообщения происходит посредством неорганизованных спонтанных фотографий, в которых тем не менее присутствует та самая хаотическая и достоверная жизнь, которой читатель верит больше. Один из апологетов репортажной съемки Анри Картье-Брессон озвучил ключевой эстетический принцип, которым стали руководствоваться фотографы середины XX века — «золотого времени фотожурналистики»: «решающее мгновение». Задача фотожурналиста теперь заключается в наблюдении за рутинным потоком жизни и выхватывании из него тех моментов, которые несут наиболее выразительное визуальное сообщение зрителю. Но композиция не утрачивает свое организационное начало. «Композиция... диктуется необходимостью, и здесь невозможно отделить содержание от формы. В фотографии есть пластический рассказ, ей свойственна новая пластика моментальных линий. Фотограф работает не иначе как в движении, это нечто вроде предчувствия жизни, и фотография должна поймать это выразительное равновесие»¹². Таким образом, смысл «остановленного мгновения» включает в себя фиксацию наиболее выразительного по замыслу фотографа момента, заключенного в эффектную композицию, чтобы

¹² Картье-Брессон А. Воображаемая реальность. СПб., 2015. С. 35.

предоставить это визуальное авторское высказывание на суд аудитории. Почти о том же говорит и известный теоретик фотографии, философ Роланд Барт, рассматривая, как и за счет какого эстетического эффекта фотография производит на зрителя магическое впечатление: «Существует слово для обозначения этой раны, укола, отметины, оставляемой острым инструментом; это слово тем более мне подходит, что отсылает к идее пунктуации и что фото, о которых идет речь, как бы отмечены, иногда даже кишат этими чувствительными точками; ими являются именно отметины и раны»¹³.

В 1947 году фотографы Анри Картье-Брессон, Роберт Капа, Давид Сеймур создали фотоагентство, а точнее, кооператив фотографов «Магnum», который вошел в историю фотожурналистики. Их компания стала предъявлять высокие требования к реалистичности и правдивости фотографического высказывания и отстаивала права собственного видения для фотографов. Они стремились, чтобы фотография была не иллюстрацией, а визуальным, образным, информационным журналистским высказыванием. «С помощью индивидуального видения фотографы составляют хронику мира», — записано на сайте агентства.

Вместе с техническими способами получения изображения изменяется и способ «потребления» фотографических журналистских сообщений зрителем. Наряду с ежедневными газетами, с их текстами и скупой визуализацией, становятся популярными иллюстрированные еженедельные журналы. Их тиражи растут. Теперь мало сделать один, но качественный снимок, фотографы работают сериями, пытаются рассказать свои истории с помощью картинок и сопровождая их подписями. Большое количество качественных фотографий, скрупулезная работа над сопроводительными текстами способствуют созданию у аудитории эффекта присутствия на месте события. Новостям придается дополнительный эмоциональный заряд. В таких изданиях, как *Time*, *Newsweek*, *Life*, *Paris-Mach*, фотографии отводятся ведущая роль. Развитие иллюстрированных еженедельников делает фоторепортаж или фотоочерк инструментом социального анализа, антропологического визуального исследования.

Война закончилась — эстетизация будничности и мирной повседневности приходит на смену героизации подвига и военным трагедиям. «Магnum», объединивший под своим крылом талантливых журналистов, декларирует принципы гуманизма и заинтересо-

¹³ Барт Р. Camera lucida. Комментарий к фотографии. М., 2011. С. 54.

ванный взгляд «неравнодушного фотографа». Опубликованный в журнале *Life* в 1948 году классический фотоочерк Юджина Смита «Сельский доктор» (*The Country Doctor*), по сути, явился фотографическим повествованием о жизни, труде и смерти в небольшом городке Кремминге, штат Колорадо, с населением всего две тысячи человек. Здесь единственный врач Эрнест Чериани, которого в течение месяца снимал фотограф, помогал жителям городка и близлежащих ранчо. Эта история была важна для привлечения внимания к нехватке сельских врачей в США. Стремясь показать реальную жизнь, фиксируя драматизм повседневных событий в глубинке, фотограф был близок к своему герою, насколько возможно, будучи все время рядом, не вмешиваясь в ситуации и оставаясь сторонним, но в то же время переживающим наблюдателем. Такой метод съемки, когда герои уже не обращают внимания на фоторепортера, и он может снимать, находясь все время рядом со своими персонажами, получил название «привычная камера». Юджин Смит снимал доктора практически круглые сутки: утром — идущим к пациенту, днем — во время операции; во время ночных выездов. Он старался уловить то, что впоследствии описал как «исчезающее на обоях» (*fading "into*

Рис. 11. Фотоэссе Юджина Смита «Сельский доктор» в журнале *Life*.



the wallpaper”)¹⁴ — дух и суть повседневного человеческого подвига, самопожертвование и радость свободных минут отдыха.

Фоторедакторы журнала *Life* поначалу отобрали и сверстали снимки, следуя своим привычным и наработанным правилам, избегая ненужного, как им казалось, драматизма. Однако, по мнению Смита, отбор фотографий и порядок их расположения имел решающее значение. Окончательный авторский вариант отличался психологической глубиной, драматизмом и интригой повествования. Бывший военный фотограф Юджин Смит в своем фоторассказе сумел подняться до философских глубин, показав, что подвиг в мирное время ничуть не менее значим, чем на войне. Сегодня фотоочерк о сельском докторе считается эталоном качественной публицистики. (Рис. 11).

Значимым мировым событием 1955 года становится фотовыставка «Род человеческий» (*The Family of Man*), организатором, составителем которой стал известный американский фотограф Эдвард Стейхен, тогда куратор отдела фотографии Музея современного искусства (MoMA). Продолжая традиции гуманистического отношения к жизни, он отобрал для экспозиции 503 фотографии авторов из 69 стран — репортажные снимки, посвященные общим аспектам человеческого опыта. Эта амбициозная выставка стала откровением и открытой декларацией всеобщей солидарности людей к десятилетию окончания Второй мировой войны. В пресс-релизе выставки говорилось: «В мире есть только один мужчина, и его зовут Все Мужчины. В мире есть только одна женщина, и ее зовут Все Женщины. В мире есть только один ребенок, а имя ребенка — Все Дети. Свидетельство камеры, драма великого падения гуманизма, эпическая ткань, сотканная из радости, тайны и святости, — вот что есть Род Человеческий»¹⁵.

После кровавой войны на смену изображениям, показывающим человеческие страдания, героизации битв и эстетике военной романтики приходит новое жизнеутверждающее восприятие, которое становится общим эстетическим принципом фотожурналистики.

В конце XX века реалистический взгляд на мир еще превалирует над формотворческим, но в то же время проявляются и другие тенденции. Творческие амбиции и проекты фотографов становятся все более разнообразными. Многие из фотожурналистов совмещают

¹⁴ Country doctor // <https://www.magnumphotos.com/newsroom/society/w-eugene-smith-country-doctor>.

¹⁵ https://www.moma.org/documents/moma_press-release_325965.pdf / пер. с англ. А. И. Беленького).

работу в новостных изданиях и деятельность в сфере коммерческой фотографии и рекламе, где точность и правдивость входят в противоречие с требованиями к рекламному образу. В зависимости от целей требования к фотографиям накладывают ограничения на авторов, воздействуют на способы редактирования фотографий и представления результатов. Журналистская фотография постепенно переходит границу достоверного и вступает в область творческого вымысла. Важным становится не только съемка, но и репрезентация фотоснимков в определенном контексте. Е. Петровская комментирует эти изменения в аспекте общих тенденций современного искусства: «Джон Ан, первым показал, что можно взять любой объект из окружающей нас жизни, например, промышленно изготовленную вещь, и, поместив его в специфический контекст, убедиться в том, что именно контекст определяет его содержание. ...Современное искусство является искусством контекстным: нетрудно догадаться, что, попав в новый контекст, картина не может функционировать по старым законам»¹⁶.

Для авторов становится важным не каждая отдельная фотография, а серия или проект, не достоверность, а авторский замысел, не утверждение, а высказывание. Развитие «скорострельности» фотокамер способствовало распространению в фотожурналистике серий фотографий, или секвенций (*sequence*), снятых в короткий временной промежуток. Особенно популярными секвенции стали в среде репортеров, снимающих спорт, происшествия, криминальные новости: последовательная серия снимков, объединенных единством времени, места и действия, конкурировала с телевизионной картинкой: новый визуальный прием как бы разрывает временной континуум, дробя его на короткие мгновения, что оказывает на зрителя особое эмоциональное и эстетическое воздействие.

Кроме процессов постепенного слияния вымысла и факта мы видим совместную работу изображения и слова. Именно слово, а точнее, подпись под фотографиями помогает аудитории интерпретировать визуальные образы. Происходит креолизация текстов, фотография и сопроводительный текст начинают выступать единым блоком. Фотожурналистика окончательно разделяется на несколько ветвей с разными авторскими и редакторскими императивами.

Пресс-фото. Создание унифицированных изображений для издательских нужд, редакций, съемка текущих событий, работа для архива. Фотографии отделены от своего создателя и могут быть ис-

¹⁶ Петровская Е. В. Теория образа. М., 2010. С. 250.

пользованы независимо от воли автора. Поток снимков с узнаваемыми символами либо наоборот — без внятных визуальных образов, иллюстрации к текстам журналистов, зачастую фото, снятые в других местах и в другое время. Превалирует эстетика фотографического «Макдоналдса» — мгновенно считываемые, узнаваемые, простые знаковые изображения фактов и событий, снимки для привлечения внимания читателя к материалу.

Документальная фотография. Полностью авторские проекты, растянутые во времени, целью которых становится социальное, антропологическое исследование, а окончательная форма репрезентации — выставка или книга. Абсолютно личностный подход к изображениям, метод «привычной камеры». Фотографы исследуют не только внешние особенности мира, но и его скрытые структуры, сложности или глубины, пытаются визуализировать и показать причины того или иного явления, события. Вдумчивые визуальные повествования, эстетика правды жизни, скрытой за повседневной рутинной.

Фотоистории, фотоповествование, фотожурналистика второй волны информации. Журналистские и редакционные проекты, репортажи и фотоэссе на определенную тему, аналитика и социальные исследования



Рис. 12.
Визуальные исследования
Дианы Арбюс
шокировали истеблишмент.

для иллюстрированных журналов или информационных порталов крупных изданий. Основное отличие фотоисторий от документальной фотографии состоит в том, что конечный результат есть плод усилий самого автора и финансовой или иной поддержки его работы со стороны издания. Цель каждого фотожурналиста — создать символический образ, историю, которая оказала бы влияние на максимально широкую аудиторию.

Характерной чертой фотожурналистики этого времени становится отход от привычных эстетических принципов и теснейшей связи прекрасного с ценностями этическими — добром, благом, любовью. В ходу темы запретные, маргинальные, постыдные. Фотограф Диана Арбюс объектом своего творчества выбирает параллельный мир: трансвеститов, проституток, людские уродства. Ее фотографии поначалу кажутся отталкивающими и неприемлемыми с эстетической точки зрения, так как запечатлевают странных и непривлекательных моделей. Но главной ее целью было показать, что мир вовсе не идеален и его прелесть — в «ошибках» природы, а не в искусственной нормальности. (Рис. 12).

В новостной журналистике все больше появляется снимков с изображением криминала, ужасов социальной несправедливости, локальных войн, к которым обыватель уже не имеет прямого отношения, — они идут где-то вдалеке. Новости о чужих страданиях хорошо продаются, поэтому на первый план выходит манипуляция чувствами зрителей. «Созерцание бедствий, происходящих в чужой стране, стало существенной частью современного опыта — результат накопленных за полтора века приношений от особого рода профессиональных туристов, которые именуются журналистами. Теперь войны, помимо всего, — комнатные зрелища и звуки. В информации о том, что происходит в других странах, называемой “новостями”, важное место уделяется конфликтам и насилию. “Главные новости там, где кровь” — такова традиционная установка таблоидов и круглосуточных новостных каналов, и реакция на сменяющиеся картины несчастья — сострадание, или негодование, или остренькое возбуждение, или одобрение»¹⁷.

Нельзя не согласиться с этой эстетической оценкой С. Сонтаг, однако она не принимает во внимание особые задачи журналистской фотографии, о которых говорил Говард Чапник, фоторедактор *Black Star*, одного из значимых американских фотоагентств: «Обязанность фотографа состоит в том, чтобы выжать из события саму суть, сделать его доступным и понятным зрителю и при этом представить событие объективно. Американская эстетика, которой я придерживался долгие годы, ценит логику, содержание и композицию. В основе этого лежит потребность в правде и объективности, а также вера в то, что фотожурналист — свидетель истории»¹⁸.

¹⁷ Сонтаг С. Смотрим на чужие страдания. М., 2014. С. 17.

¹⁸ Чапник Г. Правда не нуждается в союзниках. СПб., 2016. С. 270.



Рис. 13.
Погибший сирийский мальчик
Алан Курди.

Современные медиа никуда не ушли от фиксации трагических моментов в истории человечества и, затрагивая чувства своих читателей, продолжают оказывать влияние на мировую историю. Вспомним миграционный кризис и снимки погибшего сирийского мальчика Алана Курди, напечатанные на первых полосах крупнейших изданий и потрясшие всю Европу. Число погибших в Средиземном море беженцев на тот момент исчислялось тысячами, но не вызвало такой реакции, как публикации единственной фотографии одинокого безжизненного тельца, лежащего лицом в песке на пустынном пляже. Эта человеческая трагедия и простые снимки буквально перевернули общественное мнение, политики были вынуждены прекратить споры об опасности неконтролируемой миграции, и границы Европы открылись для беженцев. Мы можем это называть эксплуатацией, манипуляцией зрительскими чувствами, но сила эстетического воздействия реалистического снимка по-прежнему велика. (Рис. 13).

2.5.3. Фотожурналистика сегодня: революция эстетических практик

Почти до окончания XX века фотография и фотожурналистика развивались, следуя вполне понятным закономерностям. Развитие и совершенствование фототехники определяло конечный результат — фотографическую картинку как таковую — слепок незавершенного фрагмента событий, выхваченный из временного континуума. Двухмерное изображение в виде отпечатка, публикации в газете, постера в журнале можно рассматривать, вешать на стенку, копировать, но это еще «вещь», отделенная от потребителя. Фотография пока оста-

ется делом профессионалов, а впечатляющий конечный результат требует как хорошей техники, так и знаний у тех, кто этой техникой пользуется. Но к концу XX века ситуация кардинальным образом меняется, и мы видим, как меняется вместе с ней визуальное информационное поле вокруг нас. Поскольку процесс не закончен, то здесь мы можем рассматривать происходящие изменения лишь вблизи, еще находясь внутри этого процесса, и все наши предположения и выводы будут неполными.

На смену традиционным — аналоговым — технологиям получения фотоснимка (свет, оптика, химия) приходят цифровые камеры, компьютер и сеть Интернет. Цифровые камеры теперь доступны не только профессионалам, но и любителям. Новые технологии меняют как качество, так и количество произведенных изображений. Фотографический контент увеличивается в тысячи раз. Теперь фотографам не надо экономить дорогую пленку, ждать выразительного момента, общий поток серийных картинок, снятых «на моторе», с большой долей вероятности поймает нужное мгновение. Возрастает шанс выбрать из огромного числа отснятых файлов несколько наиболее соответствующих задачам съемки.

Также изменяется визуальная форма фотографических изображений. Новые технологии позволяют раздвигать границы возможного за счет необычных, невообразимых ранее точек съемки. Фото с высоты птичьего полета, подводные фотосъемки, фото человеческого зародыша в утробе матери становятся обычным явлением. Фотографии окружают нас повсюду, да и мы сами — зрители, читатели, аудитория — становимся производителями этих бесчисленных изображений, используя доступные цифровые камеры и телефон, нисколько не заботясь о правдивости, композиции, выразительном моменте. Но не только новые ракурсы и темы становятся легкими и доступными. Поскольку цифровое изображение нуждается в первичной обработке, на авансцену выходят программы-редакторы цифровых изображений, позволяющие не только быстро просмотреть огромное количество снимков, но и изменить технические параметры фотографии, подготовив ее к печати или публикации в сети. Можно также манипулировать с самим изображением и сотворить все то, что, по мысли автора-фотографа, делает снимок ярче, выразительнее, эмоциональнее, изменив при этом правде жизни. Зыбкая грань между фактом и вымыслом может быть стерта окончательно по воле как самого фотографа, так и редактора, неведомого дизайнера-верстальщика, да вообще кого угодно, кто допущен к издательской «кухне». «Цифровые технологии и массовое

фотографирование, вошедшее в обиход, сделали границу между реальным и вымышленным вполне иллюзорной. Неотъемлемым атрибутом в фотографическое произведение входит неуверенность в его истинности. Следствием массовой практики манипулирования стало всеобщее ощущение, что манипулировать в принципе можно. Иными словами, если я знаю, что с помощью несложных программ я могу фальсифицировать фотографию, вполне вероятно, что фотограф-профессионал владеет навыками лжи еще лучше»¹⁹, — утверждает трехкратный лауреат премии *World Press Photo* Давид Монтелеоне.

В начале XXI века новая эстетика и «гламуризация» охватывают почти всю журнальную индустрию и новостную журналистику. Потокм создаются изображения для нужд модных гляцевых журналов и журналов «стиля жизни». Измененные в графических редакторах лица, тела, интерьеры, пейзажи заполняют бесчисленные страницы иллюстрированных изданий вместе с рекламными изображениями. Подчас уже невозможно отличить издательский, авторский журналистский контент от коммерческого — заказного. Так называемые «пресс-фото» — безликие фотографические изображения — иллюстрируют события безо всякой привязки к времени, месту или действию. Просто открывается сетевой фотобанк и берется снимок, наиболее соответствующий тексту материала. Единственная функция такого снимка — привлечь внимание и «держать» полосу, ни о какой фактической достоверности уже речь не идет. Происходит тотальное отделение авторов-фотожурналистов от результатов их труда. Фотографы не знают, когда, кем и в каком контексте будут использованы взятые из архива фотоснимки, они не в силах повлиять на репрезентацию своего труда, даже если их личные интенции противоречат целям публикации.

В современном визуальном языке фотожурналистики, при тотальном неверии в правдивость изображения, наблюдается несколько конкурирующих или прямо противоположных течений с различными эстетическими подходами:

- уникальность и фотографическое мастерство;
- постановка, имитация под «реальность»;
- прямая банальная фотография;
- концептуальная фотография;
- пользовательский контент.

¹⁹ Монтелеоне Д. Лживое искусство // Искусство. 2014. № 1. URL: <http://www.iskusstvo-info.ru/archive/article/id/195>.

Уникальность и фотографическое мастерство предполагают профессионализм и журналистскую честность. Этим критериям стремятся соответствовать почти все крупные мировые новостные фотоагентства: *AP, AFP, EPA, Reuters-Thompson, Magnum, Panos Pictures, VU photos* и т. д. Они жестко следят за своими штатными и нештатными фоторепортерами и стараются ставить на информационную ленту только высококачественные и правдивые снимки. Как правило, фоторепортеры, которые работают с агентствами, хорошо оснащены, имеют мощную информационную поддержку и неплохое финансовое обеспечение. Большое фотоагентство может оплачивать не только передвижение репортера и попадание его в любую точку мира, но также финансировать специальные возможности, например, вертолет или дрон, чтобы снять с верхней точки значимое событие и получить уникальные кадры, которых не будет ни у кого. В силу унификации, характерной для современного медиарынка, отбор фотографий в информационную ленту происходит согласно проверенным стилистическим и эстетическим штампам и стереотипам. Поощряются выверенная композиция, отсутствие личного взгляда и

Рис. 14. Агентские фотосюжеты — стереотипы: примеры съемки по эстетическим и композиционным шаблонам.



отношения фотографа к снимаемому действию. Такая фотография информативна, но прямолинейна. Она работает как отличная иллюстрация, иногда может быть образна, метафорична, но «живет» в большинстве случаев недолго и во всяком случае не так часто «меняет мир», как это случалось раньше. (Рис. 14).

Постановка или имитация используется фотографами, когда им не хватает времени дождаться момента или нужной ситуации, чтобы сделать хороший и выразительный снимок. Нередко это происходит из-за простого непонимания специфики работы фотожурналиста и наивной веры, что для читателей «и так сойдет». Иногда к инсценировке прибегают и опытные мастера, но только в том случае, если заданную тему не решить никакими другими методами. Например, как «сопроводить снимками» такую сложную тему, как кровная месть? Что может снять фотограф? Убийство, подготовку к нему, ожидание возмездия? Тогда он становится обычным соучастником преступления. Творческим решением, вероятно единственным, здесь может стать работа в жанре психологического постановочного портрета: люди, вовлеченные в этот древний и жестокий обычай, люди, которые не хотят в нем участвовать, переживающие трагедию семьи.

Термин «дэдпен» (*deadpan*) пришел из немого кино и означает съемку «с невозмутимым видом», без переживания — отстраненно,

Рис. 15. Александр Гронский.
Серия «Пастораль».



нарочито бесстрастно. Такие снимки, как правило, сделанные с дистанции, намеренно лишены видимых эмоций, описательны, содержат множество деталей, не всегда, но возможно постановочны и могут использовать постобработку, чтобы привести серию фотографий к однотипному виду. В качестве примера такого подхода можно назвать получившую приз мирового журналистского конкурса *World Press photo* серию Александра Гронского «Пастораль», где он исследует границы города и природы: локаций, куда устремляются горожане в поисках идеального места для отдыха. (Рис. 15).

Новые выразительные возможности оказывают влияние на понимание сути журналистской фотографии. В Эрмитаже в конце 2015 года проходила выставка знаменитого мастера фотографии Стива Маккари (Steve McCurry), сотрудничающего с журналом *National Geographic*, где были представлены десятки работ мастера. Обилие красок, яркость и насыщенность тонов, отточенное композиционное мастерство снимков оказались настолько декоративны, что за этой нарядностью терялся социальный аспект. На первый план автор ставил эстетическое воздействие на зрителя, целесообразность формы, цвета и композиции. Зритель восторгается фотографией, но его не волнуют бедность и нищета, изображенная в кадре, — это лишь фактурная и этнографическая составляющие снимка. В мае 2016 года Стив Маккари был уличен в манипуляциях со своими изображениями: фотографической доработкой с намеренным удалением некоторых частей, фигур и деталей со снимков в угоду лаконичности и «красивости». Ответ фотографа на критику коллег был обескураживающим: «Я не фотожурналист, а визуальный рассказчик историй»²⁰.

На рубеже XX–XXI веков появляется плеяда фотографов, которые осваивают поле, находящееся на стыке фотожурналистики, документальной фотографии и арта. Работая в эстетике «банальной повседневности», они стремятся показать рядовые будни, иногда смешные стороны человеческого существования и делают это порой в провокативной манере. В такой, с одной стороны «псевдолюбительской», а с другой — «концептуальной» манере работают мировые звезды фотожурналистики Мартин Парр (Martin Parr), Алек Сот (Alec Soth). Вот как говорит о такой разновидности фотографической эстетики журналист Алексей Никишин: «...концептуальная фо-

²⁰ *McCurry S. I'm a Visual Storyteller Not a Photojournalist*. URL: <http://time.com/4351725/steve-mccurry-not-photojournalist>.

тография занимается тем, что исследует природу самой фотографии, каким образом функционирует фотография, как она взаимодействует со зрителем, как зритель прочитывает фотографию. Часто заходит в межкультурные и междисциплинарные области, где работает на стыке с современной философией, социологией, экологией и наукой, в контексте их проблематик»²¹.

Одним из важных факторов, оказывающим влияние на фотожурналистику вообще и на эстетику фотожурналистского творчества, стали социальные сети и пользовательский контент, в том числе не только фотографический, но и мультимедийный. Такие ориентированные на фотографию социальные сети, как, например, Фликр (*Flickr*), Инстаграм (*Instagram*) могут не только принимать поток любительских «неосмысленных» изображений, но репрезентовать его в измененном графическом редактором виде, формируя новый вкус и эстетику в обществе.

Сегодня ежедневное количество фотографий, выкладываемых на платформу соцсети Инстаграм, — 80 млн²², а количество пользователей перевалило за 800 млн²³. Подавляющее большинство газет, журналов, информагентств и прочих информационных ресурсов имеют свои каналы в соцсетях. «Британский фотографический журнал» сообщал в 2012 году: «Фотограф Джон Штейнмайер, освещая для организации «Врачи без границ» и для журнала National Geographic продовольственный кризис на юге Судана, попросил разрешения также размещать свои снимки в сети Инстаграм для более широкой информированности аудитории. Такое разрешение было получено, что позволило привлечь к материалу более 200 тысяч читателей»²⁴.

Но профессионалов опережают обычные пользователи сети. Непрерывный поток фотографий и коротких видео, создаваемых прежде всего любителями, оказывает влияние на зрителя, меняя его предпочтения. Встроенные фильтры Инстаграма помогают легко видоизменять снимок. Красота подменяется отредактированной яр-

²¹ *Никишин А.* Современный пейзаж. URL: <http://www.alexeynikishin.ru/articles/sovremenniy-peizazh.html>.

²² Celebrating a Community of 400 Million // <http://blog.instagram.com/post/129662501137/150922-400million>.

²³ About Us. The Team. URL: <https://www.instagram.com/about/us>.

²⁴ The New Economics of Photojournalism: The rise of Instagram // *British Journal of Photography*. URL: <http://www.bjp-online.com/2012/09/the-new-economics-of-photojournalism-the-rise-of-instagram>.

костью, «красивостью», мастерство и уникальность — количеством произведенных снимков.

Однако все чаще информационные ресурсы используют любительские фото с мобильных телефонов для создания визуальных информационных отчетов о событиях. Снимки цитируются новостными агрегаторами и порталами для освещения крупных событий. Так, например, во время последних выборов президента России в социальных сетях появилось множество фотографий, сделанных во время нарушений на избирательных участках. Военные конфликты, природные катаклизмы, городские происшествия — все то, что может произойти непредсказуемо и находится подчас вдали от камер профессиональных репортеров, доступно очевидцам с их мобильными устройствами. Такого рода внезапные события все чаще регистрируются, документируются и размещаются сначала в социальных сетях, а затем перепечатываются в СМИ и в сети Интернет. Многие мировые информационные ресурсы, так же как медиа Санкт-Петербурга и Москвы, начали составлять репортажи, созданные не профессиональными авторами, а силами неведомых авторов-очевидцев, опубликовавших свои снимки с мобильных телефонов в социальных сетях. Уровень визуализации незапланированных событий может быть невысоким, но скорость подачи, количество снимков и неангажированность случайных свидетелей позволяют такому контенту соперничать с телевидением.

Разумеется, зрительский, пользовательский, гражданский визуальный контент, снятый без профессиональных навыков, формирует иной визуальный ряд. В ходу, если можно так выразиться, эстетика «восприятия зеваки», праздного наблюдателя, но данное явление уже вошло в нашу жизнь и далее будет только развиваться, оказывая на зрителей эстетическое давление.

Еще одним фактором в изменении эстетического поля визуальной журналистики становится появление роботизированного контента, т. е. снимков, полученных не с помощью профессионалов или любителей, а с помощью автоматических камер наблюдения. Такие снимки все чаще появляются при освещении криминальных событий, стихийных бедствий или катастроф. В 2001 году один из призов международного конкурса *World Press Photo* получил немецкий фотограф Майкл Вольф (*Michael Wolf*) за серию снимков «Несчастные события». Серия представляла собой репродукции с экрана компьютера, где показывались уличные виды, снятые автоматическими камерами для картографической технологии *Google Street View*. Дан-



Рис. 16. Серия Михаэла Вольфа
«Несчастные события».

ная серия поднимала проблемы конфиденциальности и вторжения в частную жизнь обывателя гугл-камер. Однако многих экспертов удивил тот факт, что репродукции фотографий с автоматических камер оказывают влияние на визуальный язык журналистского фотографического высказывания. (Рис. 16).

В результате анализа эволюции информационного и эстетического поля визуальной журналистики можно сделать несколько выводов.

Несмотря на разницу в эстетических подходах, фотография детерминирована историческим развитием общества и находится в состоянии постоянной трансформации в зависимости от технических, культурных и социальных факторов.

Трансформация визуального поля фотографии предполагает не только трансформацию профессиональных практик фотографов, фотожурналистов, но и изменения в восприятии фотографического медиаконтента аудиторией.

На современном этапе перечень визуальных коммуникативных практик активно расширяется, в том числе при помощи социальных сетей. Впервые в истории развития визуального языка трансформация фотожурналистики происходит с участием не только профессионалов, но и любителей. Фотографические изображения стали частью ткани современной жизни и медиасреды, что на современном этапе может быть большой проблемой. Влияние цифровых технологий на изображение формирует новую эстетику, но также вселяет неверие в достоверность даже традиционных медиа

2.6. Аудиовизуальная журналистика: технологии и творчество

Доминирующая функция аудиовизуальной журналистики состоит в том, чтобы сообщать аудитории о том или ином событии, передавать информацию семантического характера, обращенную прежде всего к человеческому интеллекту и логике. Эстетическая же информация воздействует в основном на эмоции зрителя, рождая у него определенное душевное состояние, доставляя удовольствие от увиденного и услышанного. Причем такого рода информация часто оказывает на зрителя гораздо более сильное воздействие, чем факты и доводы. Один из крупнейших отечественных специалистов в области теории социальной информации А. Д. Урсул, отмечая тесную взаимосвязь семантического и ценностного аспекта в эстетической информации, подчеркивает приоритет последнего, при этом «красота может рассматриваться как особая форма ценности»¹.

Соотношение обеих функций — доминирующей (информационной) и дополнительной (эстетической) в аудиовизуальной журналистике определяется как техническими, так и творческими факторами и может существовать в широком диапазоне: от трансляции «целостного нерасчлененного куска реальности, куска, не переработанного и не подвергнутого никаким специфическим манипуляциям»,² — до произведения, которое приобретает художественно-символическое или метафорическое звучание.

2.6.1. Изменение технологий — изменение эстетики

Немецкий социолог Ю. Хабермас, рассматривая проблему влияния науки и техники на культуру и идеологию, использует термин «технократическое сознание», которое, по его мнению, присуще большинству членов современного общества³. На бытовом уровне технократическое сознание проявляется в восприятии людьми информации в виде слов, звуков, изображений посредством различных

¹ Урсул А. Д. Проблема информации в современной науке. М., 1975. С. 203.

² Разлогов К. Экран как мясорубка культурного дискурса // Экранная культура. Теоретические проблемы / отв. ред. К. Э. Разлогов. СПб., 2012. С. 10.

³ См.: Хабермас Ю. Техника и наука как «идеология» М., 2007.

приборов, поскольку изменения в сфере гаджетов происходят гораздо быстрее, чем в любой другой области.

Проблему эстетического применительно к аудиовизуальному творчеству мы неизбежно рассматриваем в связи с техническими параметрами «продукта». Если раздел эстетики, изучающий «эстетические аспекты... как вид творческой продуктивной деятельности вне художественных и ассоциативно-образных факторов»,⁴ принято называть «технической эстетикой», то аналогичные параметры аудиовизуальной сферы, влияющие на эстетическое восприятие зрителем экранного изображения и звука, с полным основанием можно определить как *технологическую эстетику экрана*.

Вся история телевидения представляет собой наглядную иллюстрацию того, насколько изменения сугубо технического характера способны оказывать влияние на эстетические практики журналистики и восприятие экранного продукта. Однако влияние это неоднозначно, двойственно: технологическая обусловленность эстетики аудиовизуальной журналистики не означает зависимость прямолинейную и может приводить к различным творческим результатам.

Первый телевизионный экран был размером со спичечный коробок и имел крайне малое разрешение, на нем с трудом можно было разглядеть транслируемое изображение. Спустя 30 лет разрешение телевизионного кадра достигнет 240 строк, затем увеличится до 343 строк, потом до 441, и, наконец, в 1960-е годы, с внедрением цветного телевидения, утвердился стандарт 625 строк. В наши дни на смену ему решительно идет цифровое телевидение высокой четкости (ТВЧ) в 1080 строк. Выпуклые экраны с электронно-лучевой трубкой вытеснены плоскими; жидкокристаллические телевизоры и плазменные панели сменяются светодиодными. Постоянно улучшаются параметры изображения, качество звука, современное качество телевизионного изображения приближается к кинематографическому, что меняет, соответственно, и *эстетические характеристики* аудиовизуального продукта. Большой экран усиливает достоверность изображения, как отмечает В. Стараро, «любой обман мгновенно проявляется на экране... При HD-проекции сразу видно, что на столе находятся не настоящие фрукты, а муляж...»⁵. Однако

⁴ Техническая эстетика. URL: http://esthetiks.ru/category/kratkii_slovar_estetiki/page/13.

⁵ Стараро В. Выразить суть нашей жизни лучше всего через изменение цвета // Киноведческие записки. 1996/97. № 32. С. 99.

новые условия восприятия способствуют усилению зрелищности тележурналистики, форсированию ее эстетического воздействия в ущерб семантической функции.

При этом даже самый заядлый любитель ретро и винтажа вряд ли захочет сменить цветное изображение на большом плоском телеэкране на черно-белую и не очень резкую «картинку» на небольшом выпуклом стекле.

Телевизионное вещание начиналось с *прямого эфира*, поскольку не существовало иных способов фиксации изображения, кроме фотографии и кино. Но именно прямой эфир сразу выявил один из существенных компонентов телевизионной специфики — *симультанность* показа реального события. Вначале это были передачи из телевизионной студии: оттуда вещали дикторы, выступали общественные деятели, транслировались выступления актеров, певцов, танцоров. Из-за громоздкости и неповоротливости аппаратуры съемочное *пространство* было ограниченным, что сковывало творческие возможности создателей программ. Но в 1950-х годах, благодаря передвижным телевизионным станциям (ПТС), оно начинает расширяться. Развитие внестудийной трансляции способствовало рождению нового специфического жанра — *телевизионного репортажа* с места события в *прямом эфире*. Структуру такого репортажа составляло живое наблюдение, интервью, комментарий, он давал зрителю ощущение сопричастности к происходящему на экране, усиливал *эффект эмоциональной партиципации*, поскольку в кадре могли происходить совершенно неожиданные, спонтанные события. Этот эффект, связанный с природой телевизионного зрелища, может получать многократное усиление при использовании определенной техники и технологий.

В 1949 году зрители стали непосредственными свидетелями *процесса игры* — трансляции футбольного матча с московского стадиона «Динамо», и это было совсем иное чувство реальности, чем при восприятии зафиксированных документальным кино фрагментов уже состоявшегося матча. Проблемой было лишь то, что на черно-белом экране трудно было понять, игрок какой команды завладел мячом, и вскоре футбольные команды разрабатывают дизайн спортивной формы, узнаваемой даже при показе в черно-белом варианте. В дальнейшем телевидение не раз будет вносить коррективы в эстетическое решение показа тех или иных мероприятий, и спортсмены, артисты и общественные деятели

будут охотно идти навстречу пожеланиям телевидения. Так, при трансляции из Большого театра телевидению было позволено нарушить вековую традицию — исполнять оперную увертюру в темноте. Операторы направили два прожектора на фигуру дирижера, и это выглядело столь эффектно, что зрители разразились восторженными аплодисментами.

Спецификой экранной эстетики ТВ становится *многокамерная* трансляция. Особенно эффективным методом использования нескольких камер оказался при показе больших пространств. Начиная с 1 мая 1956 года становится традицией вести прямые репортажи о демонстрации на Красной площади. Хотя первый раз работало всего лишь 4 камеры (сегодня в подобной ситуации используется не менее 20 камер), удалось передать масштаб события, показав ход праздника с верхней и с нижней точки, включая в ткань передачи планы различной крупности. Уже через год, при показе событий проходившего в Москве Всемирного фестиваля молодежи и студентов, были задействованы десятки телекамер, расположенных в разных местах столицы. Стало понятно, что одной из характерных черт прямого эфира является *импровизация*, но при этом прямой репортаж требует от всей творческой группы и технического персонала тщательной подготовки, предварительного определения драматургической структуры, различных сценарных вариантов и «запасных» материалов, имеющих отношение к теме.

В репортаже о прибытии в Москву Юрия Гагарина после его легендарного полета 12 апреля 1961 года автомобиль с космонавтом постоянно находился в поле зрения телекамер с момента его появления в аэропорту Внуково до прибытия в Кремль. Использован был даже вертолет, позволявший зрителю видеть весь маршрут кортежа. Впечатляющий репортаж, затаив дыхание, смотрели сотни тысяч телезрителей во всем мире. А неожиданно развязавшийся шнурок на ботинке Гагарина, когда тот шел от трапа самолета к машине, стал символом спонтанности и неожиданности, присущей прямому эфиру. Метод многокамерной трансляции вскоре будет внедрен в процесс трансляции и съемки телеспектаклей и концертов, а позже станет активно применяться при создании телесериалов.

Благодаря спутниковой связи, прямой эфир используется сегодня при показе значительных политических и общественных событий, при связи с корреспондентами, находящимися в различных точках земного шара, а также в утренних передачах и политических

ток-шоу. Миниатюризация аппаратуры позволяет использовать маневренные автомобили со спутниковыми антеннами и даже компактное мобильное оборудование («рюкзак»), позволяющее оперативно вести прямой репортаж в пределах города.

Развитие технологий прямого эфира, с одной стороны, приближает зрителя к происходящему событию, но возможность создания не просто репортажа, а масштабного зрелища способствует формированию особого эстетического впечатления о событии. Все активней в практику телевизионной журналистики начинает внедряться техника, которая ранее использовалась лишь при съемках игрового кино. Особенно это заметно при трансляции значительных событий. Так, при показе процесса инаугурации президента Российской Федерации в 2012 году был использован весь ресурс технических возможностей — съемка с вертолета, съемка с использованием сверхвысоких и телескопических операторских кранов с дистанционно управляемыми камерами, съемка ручными камерами со стабилизаторами типа *Ronin* и, конечно, многокамерная съемка, не говоря уже о самой разнообразной оптике.

Параллельно с развитием технологии прямого эфира развиваются способы *фиксации изображения*, которые как способствовали усилению достоверности информации, так и совершенствовали возможности корректировки реальности. На заре ТВ при съемке на киноплёнку репортажи снимались *без звука*, текст к ним начитывал диктор во время эфира. Но именно потому, что отсутствовал синхронный звук, операторы уделяли большое внимание эстетической стороне изображения. Поскольку съемку сюжетов проводили, как правило, кинооператоры, получившие профессиональное образование, то изобразительный уровень этих репортажей был достаточно высок. Однако нехватка в телевизионном репортаже реальных шумов и синхронных голосов участников фиксируемого события постоянно ощущалась. К тому же треск ручной кинокамеры не способствовал достоверности материала: «Бесшумность камеры абсолютно необходима. Не только потому, что это облегчает звукозапись. Ведь как только люди слышат шум камеры, они смущаются, перестают действовать естественно и начинают позировать, как у фотографа»⁶.

Только в 1980-х годах появились *видеокамеры*, работающие совершенно бесшумно, записывающие звук синхронно с изображением на одном и том же носителе, а автоматика, которой они оснащены,

⁶ Правда кино и «киноправда». М., 1967. С. 67–68.

позволяет мгновенно определять и выставлять нужную экспозицию и наводить фокус. В результате внедрения в практику телевидения видеокамер и использования минимума осветительной аппаратуры во многом удалось преодолеть зажатость и искусственность в поведении снимаемых людей. Легкая и компактная цифровая видеокамера способствует тому, что и сам журналист имеет гораздо большую свободу перемещения и импровизации. Речь идет о «раскрепощении» камер, значительно расширившей для оператора, режиссера, тележурналиста спектр творческих возможностей.

Аудиовизуальная журналистика требует знания технологий для того, чтобы можно было творчески использовать все достижения в этой области и добиваться не только быстрой фиксации и передачи в эфир очередной новости, но и думать об эстетическом воздействии на зрителя изображения и звука. В структуре современного телерепортажа можно встретить уместное использование новейших технологий — съемку длинных планов во время движения с использованием стабилизирующих устройств; съемку под водой камерами *GoPro*, квадрокоптеры, использование слайдеров при съемке в интерьере и т. д. Для съемок диких животных в естественных условиях созданы дистанционно управляемые камеры, которые, будучи спрятаны в закамуфлированных боксах, могут осуществлять панорамирование, фиксируя необходимый объект животного мира в совершенно естественных для него условиях, что позволяет получить уникальные кадры. Даже в экстремальных условиях репортерам удается сегодня применять технику, позволяющую использовать прием «внутрикадрового монтажа», эффектно снимать с воздуха и под водой и т. п., в результате чего зритель получает возможность видеть выразительные кадры, не только несущие информацию о событии, но и доставляющие настоящее эстетическое удовольствие.

Однако нельзя не заметить, что упрощение и ускорение процесса видеосъемки оказывает неоднозначное влияние на творческий уровень телевизионной журналистики. Преодоление технических трудностей порой может стимулировать творческие поиски и открытия, а широкие технологические возможности, наоборот, могут приводить к стереотипному творческому мышлению. Сегодня на телевидении, с одной стороны, предъявляются жесткие требования к качеству изображения и звука, а с другой — происходит тиражирование, стандартизация творческих приемов. «Вседозволенность, обусловленная широкими возможностями техники, иногда просто

убивает всякое творчество», — убежден известный документалист С. Медынский⁷.

Неотъемлемой частью характеристики реальных объектов является цвет, и его появление сначала в фотографии, потом в кино, а затем в телевидении было неизбежным. Первые репортажи для цветного телевидения снимались на цветную киноплёнку. Привыкшие к черно-белой хронике Второй мировой войны американские зрители увидели на телеэкране кадры войны во Вьетнаме в цвете, на которых доминировали оранжевый огонь, черный дым и красная кровь, и это в немалой степени повлияло на массовые антивоенные протесты, заставившие правительство США вывести свои войска из Юго-Восточной Азии.

Воздействие цвета стало важным в эстетической палитре тележурналистики. Хотя основную информацию об объекте мы получаем, воспринимая его форму, конфигурацию и фактуру, цвет, являясь феноменологической категорией, обладая физическими информационными признаками, выполняет (пусть и не в такой степени, как свет) немаловажную функцию в сложном процессе формирования зримого образа в нашем восприятии. Чаще всего мы обращаем внимание на цвет объекта, когда нам нужно выделить его из ряда других аналогичных объектов (красное пальто на девушке, желтый цвет такси и т. п.), либо когда мы сталкиваемся с непривычной окраской объекта (синие розы, красный снег и т. п.). Более существенна роль цвета при восприятии нами цветовой гаммы того или иного объекта, если она носит эмоционально-эстетический характер. Меняющиеся цвета моря, багрово-фиолетовые краски заката, поле цветущих маков, цветные наряды фигуристов, оттенки зеленого, желтого и красного на фруктах; и т. п. — все это создает определенный настрой, придает рассматриваемым объектам дополнительную выразительность.

Сегодня телевизионное изображение нередко приобретает тот или иной колорит в результате цветовой коррекции изображения на компьютере. При оформлении канала учитываются все цветовые элементы, из которых складывается его имидж: цветовая палитра декораций, шрифты титров, реклама и логотип, графические заставки, задники, студийные выгородки для ток-шоу, информационных, авторских и аналитических передач. Таким образом, цвет становится

⁷ Медынский С. Е. Если я сам для себя, то зачем я: интервью с С. Медынским // Техника и технология кино. 2005. № 2.

ся не просто частью информационного сообщения, а инструментом эстетического воздействия.

Совершенствование *монтажа* на телевидении долгое время запаздывало по сравнению с освоением электронной фиксации изображения и звука. Нередки были случаи, когда сокращение и монтаж синхронной видеозаписи производились по речевой фонограмме, в результате чего изображение говорящего человека на таких монтажных стыках дергалось, вызывая зрительный дискомфорт. В настоящее время электронный монтаж предоставил большие возможности для осуществления различных *спецэффектов*, на создание которых когда-то уходило много времени и усилий. Это плавное введение и выведение изображения, наплыв, изменение скорости движущихся объектов, имитация «обратной съемки», создание «стоп-кадра», эффект «кадр в кадре», формирование полиэкрана из любого количества изображений, смена одного изображения другим с помощью различных «шторок» и т. п.

При этом стремление удешевить процесс создания аудиовизуального продукта толкает продюсеров и журналистов на *упрощение* как съемочного, так и монтажно-тонировочного процессов и заставляет больше думать о соответствии аудиовизуального продукта алгоритмам производства, чем о творчестве. Например, технологически удобней вначале прописывать закадровый текст, а затем под него «подкладывать картинку». В результате закадровый комментарий нередко рассказывает о том, что мы и так видим на экране, либо, наоборот, сообщает сведения, имеющие весьма косвенное отношение к изображению.

Одной из тенденций развития цифровых технологий, используемых в аудиовизуальном творчестве, является *конвергенция профессионального и бытового* оборудования. Наряду с техникой, позволяющей получать экранное изображение, близкое по техническим характеристикам профессиональному, за последние годы широко вошли в употребление бытовые средства коммуникации, позволяющие получать видеоизображение — мобильные телефоны, айфоны, смартфоны, видеорегистраторы и т. п. Изображение, полученное «человеком с улицы» при помощи этих гаджетов, несет особый *эффект реальности и достоверности*, который К. Разлогов определил как специфику эстетики раннего кино и телевидения.

Данная изобразительная эстетика все активной проникает в информационную тележурналистику, поскольку авторы таких сюжетов гораздо чаще, чем журналисты, оказываются на месте незапла-

нированных событий. Мобильными телефонами была снята в конце 2004 года катастрофа в Юго-Восточной Азии, когда под волнами цунами погибли тысячи человек, террористические акты в Лондоне в 2005 году, взрыв упавшего под Донецком ТУ-154 в 2006-м. Сегодня многие новостные агентства принимают фотоснимки и видеоматериалы, снятые владельцами мобильных телефонов, и постоянно публикуют объявления о приеме от граждан такого рода материалов, давая заодно рекомендации относительно технических параметров, используемых при съемке. В результате рождается своего рода эстетика *home video*, создающая ощущение полной достоверности и объективности наблюдателя, оказавшегося свидетелем того или иного события, хотя последующий анализ произошедшего может привести к неоднозначным или даже противоположным выводам, отличным от первоначального впечатления.

Если говорить в целом о тенденции изменения технической эстетики в экранном творчестве, то нельзя не согласиться с Р. Арнхеймом, считавшим, что здесь доминирует стремление максимально приблизить возможности очередного поколения аудиовизуальной техники к *перспективным* возможностям человека⁸. Видеть, слышать, чувствовать, рассматривать детали, наблюдать объекты в движении, попадать в другие пространства и среды, различать цветовые оттенки — все это расширяет границы восприятия зрителя. Мысль Арнхейма подтверждают и попытки внедрить в телевидение технологии 3D и стереозвучание, т. е. создать иллюзию объемности изображения и звука.

Одним из модных направлений в СМИ стала инверсивная журналистика, задача которой — активно включить зрителя в процесс получения информации, в частности, расширив максимально возможность визуального обзора и восприятия всех реальных звуков, сопровождающих событие. С одной стороны, это делается для того, чтобы зритель имел возможность сам, без подсказки репортера получить представление о происходившем (или происходящем) событии, а с другой — эта технология используется для усиления эмпатии зрителя и форсирования его эмоций. Однако круговой обзор отнюдь не исключает фальсификации и постановочности снимаемого или транслируемого кадра, и вопрос о соотношении двух параллельных процессов: *эмоциональной реакции* зрителя и *понимания* им сути происходящего остается и в этом случае актуальным.

⁸ См.: Арнхейм Р. Кино как искусство. М., 1960. С. 53–54.

Парадокс состоит в том, что технологическая тенденция приближения к реальности способна приводить к созданию иллюзии реальности, тем самым отодвигая от зрителя саму реальность.

2.6.2. Эстетические тенденции в аудиовизуальной журналистике: функциональный аспект

Технологии, определяя спектр выразительных возможностей аудиовизуальной журналистики, являются лишь основой для творческих, эстетических решений, которые обусловлены функционально. Несмотря на то, что каждое изменение технических параметров значительно влияет на *эстетику* экранного изображения, сущностные, *специфические* особенности телевидения при этом не изменяются.

Полвека назад М. Маклюэн, гиперболизовавший роль технологии в восприятии средств массовой информации, заявлял: «А можем ли мы изменить мультфильм, добавив в него элементы перспективы и светотени? Ответ будет: да, но только это будет уже не мультфильм. Так и усовершенствованное телевидение будет уже не телевидением»⁹. Практика опровергла это мнение канадского ученого. Мультфильм остался мультфильмом, при том что технологии 3D позволяют сегодня убедительно передавать линейную и тональную перспективу, светотень и фактуру. Специфика телевидения тоже никуда не исчезла, несмотря на почти полное сближение технических параметров кино- и телеизображения. Потому что дело не в размерах экрана и не в качестве «картинки»: доминирующей функцией тележурналистики осталась познавательная функция, т. е. информирование зрителя о текущих событиях, о различных явлениях и проблемах, а эстетическая функция даже при радикальном изменении качества изображения осталось по-прежнему вспомогательной, вторичной. Однако «всякая форма репрезентации включает в себя эстетизацию объекта, ~~включая~~ и его трансформацию. Суть выбора, который стоит перед автором, не в том, чтобы эстетизировать или не эстетизировать, а в том — *как* эстетизировать»¹⁰. Таким образом, все, что попадает в рамки кадра, в той или иной форме является продуктом

⁹ Маклюэн М. Понимание медиа: внешние расширения человека. М., 2003. С. 365.

¹⁰ Wilson-Goldie K. Interview with Jalal Toufic // Towards a Foreign Likeness Bent. Translation / ed. by J. Shiroma. Sausalito, CA, 2005. P. 92.
Morin E. Le cinema ou l'homme imaginaire // Essais d'anthropologie sociologique. Paris, 1956. P. 97 132.

репрезентации и творчества — ограничение пространства с четырех сторон говорит об *условности*, а «рама указывает на границы, где начинается условный мир, требующий иного отношения к себе, чем действительность»¹¹.

«Экран заключает некое явление действительности в раму, отсекает от всего остального, дает ему “крупный план”. Превращает в объект наблюдения, — замечает по этому же поводу известный исследователь природы телевидения В. С. Саппак. — Действительность, отброшенная на экраны, оказывается как бы эстетически организованной (в той или иной степени, конечно). Разве уже одно это не предопределяет во многом наше отношение к показываемому?»¹² Вычленив из «хаоса» жизненных явлений лишь определенную часть события или объекта, заключая ее в рамки кадра, создатели экранного произведения композиционно, тонально и ритмически организуют этот фрагмент реальной действительности таким образом, чтобы в результате передать нам информацию определенного семантического и эстетического характера.

Степень эстетизации при показе какого-либо объекта может быть разной. Следует разделять два вида эстетизации — *целенаправленную* (британский ученый Джон Корнер определяет ее как *foregrounded aesthetics*, выделяя при этом изобразительный, звуковой и нарративный аспекты)¹³ и *нецеленаправленную*, сопутствующую, т. е. не претендующую на доминирующую, первоплановую роль в телевизионном произведении.

Целенаправленная эстетизация аудиовизуальной информации в том или ином виде неизбежно присутствует в жанрах художественной публицистики (зарисовка, эссе, телевизионный очерк, трэвел-фильм, докудрама, докуфикшн и др.), а также в телевизионных научно-познавательных программах.

Эстетическую информацию несут также используемые в документальных телепрограммах и телефильмах различные экранные тропы (метафоры, метонимии, рефрены, монтажные сравнения, ассоциации и т. п.). Но это уже средства художественной выразительности, являющиеся носителями образного смысла.

¹¹ Иоффе И. И. Синтетическое изучение искусств и звуковое кино. Л., 1937. С. 141.

¹² Cannak B. C. Телевидение и мы. М., 1963. С. 111.

¹³ Corner J. Television, documentary and the category of the aesthetic // Screen. Vol. 44. Issue 1. 1. 2003. March. P. 92–100.

Информация же, содержащаяся в новостных программах, «предназначена для численно большой, социально и географически разнородной аудитории. Ей присуща быстрота и регулярность доставки к потребителю, опосредованный, безличный и, в известной степени, стереотипизированный характер. При максимальной экономии времени надо четко сообщить, что, где и когда произошло, а красоты стиля только помешали бы выполнить эту задачу»¹⁴.

Конечно, телевизионный репортаж может включать в себя кадры и даже мини-эпизоды, организованные по законам эстетики, в том числе кадры с объектами, которые сами по себе вызывают эстетическое удовольствие (красивые пейзажи, восходы и закаты, грациозные животные, профессионально подготовленные фестивали и представления и т. п.), т. е. то, что на профессиональном языке принято называть «самоигральной фактурой». Именно это различие между красотой самого объекта и тем, что объект становится выразительным благодаря художнику (в широком смысле этого слова), имел в виду Н. Г. Чернышевский, говоря о том, что «прекрасно нарисовать лицо» и «нарисовать прекрасное лицо» — две совершенно различные вещи»¹⁵.

Говорить об эстетическом подходе к трактовке снимаемого объекта в телевизионных репортажах можно лишь в том случае, если оператор сознательно трансформирует на экране реальный объект с позиции усиления выразительности изображения или репортажа в целом, для чего может использовать острый ракурс съемки, необычное освещение, изменяющую характер линейной перспективы оптику, специальные фильтры и т. п.

Иногда сама тема репортажа способствует тому, что тележурналист, оператор и монтажер создают фактически маленькое художественное произведение. Так, информационный сюжет о встрече с родными моряков военного корабля, прибывшего на базу после долгого похода, благодаря точно выбранной крупности планов, осмысленному использованию оптики, выразительным композициям и умелому монтажу, может стать мини-фильмом, вызывающим живой эмоциональный отклик зрителя.

Три обстоятельства, на наш взгляд, определяют сегодня эстетику использования выразительных средств в новостной телеви-

¹⁴ Кузнецов Г. В. ТВ-журналист. М., 1980. С. 30.

¹⁵ Чернышевский Н. Г. Эстетическое отношение искусства к действительности // Чернышевский Н. Г. Собр. соч.: В 5 т. М., 1974. Т. 6. С. 10.

зионной журналистике: крайне ограниченное время для съемки и монтажа материала, что часто ограничивает возможность продумать интересное композиционное, изобразительное и звуковое решение; общее требование — информация должна легко и быстро восприниматься зрителем. (Как верно отмечает ливанский кинематографист и писатель Джалал Тоуфик, в отличие от искусства и литературы оценка информации о реальном мире в основном сводится к следующему: понятно — непонятно)¹⁶; на телевидении доминирует «формат», аудиовизуальная продукция оценивается продюсерами прежде всего как бизнес, коммерция. Воспринимая такую продукцию, «зритель не должен иметь никакой потребности в собственной мысли: любая из возможных реакций является предусмотренной самим продуктом»¹⁷.

Конкретные условия журналистской деятельности соотносятся с общей оценкой функционирования ТВ. Французский исследователь Жерар Мерме приводит 10 пунктов, объясняющих, почему современное телевидение, даже стремясь к объективному изложению событий, вольно или невольно искажает информацию. В частности, наиболее существенные причины этого, на его взгляд:

- события, освещаемые на ТВ, подбираются не по их реальной значимости, а по интересу, который они могут вызвать у публики;
- доступные пониманию сюжеты получают преимущество перед сложной, требующей осмысления информацией;
- ТВ часто концентрирует внимание на далеко не всегда существенном событии, что приводит к гипертрофированию данного события в сознании аудитории;
- наибольшее внимание на ТВ уделяется редкому, сенсационному, негативному материалу¹⁸.

Объективность и достоверность аудиовизуальной журналистики оказывается в предвзятых условиях вторичной по отношению к эстетической выразительности телевизионного текста. Для усиления эмоционального воздействия на аудиторию журналисты и режиссеры все чаще начинают активно использовать эстетические

¹⁶ Wilson-Goldie K. Op. cit.

¹⁷ Адорно Т., Хоркхаймер М. Диалектика Просвещения. Философские фрагменты. М.; СПб., 1997. С. 171.

¹⁸ Mermet G. Democratie: Comment les media transforment la democratie. Grasset, 1987. P. 35.

свойства изображения и звука. Как заметил по этому поводу А. Крамеротти, «процесс взаимообогащения журналистики и художественной практики не может быть достоянием лишь эстетически подготовленной аудитории, как это сейчас обычно происходит, а должен активно заполнять расширяющееся пространство медиакультуры»¹⁹.

Эту же мысль гораздо раньше высказал Р. Дей, автор одной из первых вышедших в нашей стране книг о телевизионной практике, утверждая, что телевидение, если оно хочет работать в сфере информации максимально интенсивно, должно освещать рассматриваемые события кратко и при этом в выразительной, развлекательной форме. Под словом «развлекательный» Р. Дей подразумевал не сенсационность или броскость, а живость, человечность и образность и мечтал о том, что правилом подготовки программ станет качество, а не количество²⁰. Иллюстрацией к идее Р. Дея может служить, пожалуй, пример современного *трэвел-фильма*, нового жанра, в котором гармонично сочетаются приемы, присущие жанру «эссе» (увлекательный рассказ о каком-то объекте) и жанру «зарисовка» (доминирование образительного ряда), в результате чего зрителю доставляет удовольствие как эстетически оформленная информация о явлении или объекте, так и выразительно снятые виды, памятники, жанровые сценки.

Однако *развлекательность* начинает все больше доминировать в телевизионной документалистике, где соответствующие эстетические приемы используются прежде всего с целью привлечь внимание закормленного информацией зрителя / пользователя чем-то новым и оригинальным. Результатом этого стало размывание границы между телевизионными журналистскими жанрами и такими гибридными формами аудиовизуального контента, как докудрама, докурреалити, драмеди, анимадок, докуфикшн, мокьюментари.

В программах, основной целью которых является рекреация, развлечение зрителя (всевозможные передачи сенсационного и криминального характера, репортажи из жизни «звезд» и т. п.) можно наблюдать переизбыток всевозможных выразительных средств и спецэффектов. «В качестве средств экранного языка в этой группе предполагаются особые световые эффекты, приемы ассоциативного и параллельного монтажа, каширование, оптические приемы, усили-

¹⁹ Cramerotti A. *Aesthetic Journalism How to inform without informing*. Chicago, 2009. P. 29.

²⁰ Дей Р. Телевидение. Личный взгляд на новую область журналистики / пер. с англ. Н. Голядкина. М., 1967.

вающие выразительность подачи произведений искусства; ракурсная и панорамная съемка, рирпроекция; использование цитат кинохроники, музыкальных, видеоцитат, интервью, закадрового голоса и лексических и интонационно-выразительных особенностей телеведущего, показ кинофрагментов классики»²¹.

Термин *докудрама* появился в 1960-е годы, после того как на телеканале ВВС появился фильм режиссера Питера Уоткинса «Куллоден», в который были включены постановочные эпизоды, иллюстрирующие события, связанные со сражением 1746 года между шотландским ополчением и английскими войсками. Хотя сама идея художественной реконструкции событий отнюдь не нова: классический пример — эпизод покушения на президента Линкольна в фильме «Рождение нации» (реж. Д.-У. Гриффит, 1915).

Сегодня в разных странах создается немало документальных программ, в ткань которых органично входят постановочные фрагменты, восстанавливающие эпизоды из далекого и близкого прошлого. Эти фрагменты могут быть короткими или представлять собой развернутые эпизоды с диалогами, но общее, что их объединяет, — это *иллюстративность* постановочного материала. Уровень исполнения зависит от художественного вкуса журналиста и режиссера, но в любом случае так называемая художественная реконструкция остается лишь иллюстрацией, подобно книжной иллюстрации, и не имеет самостоятельного эстетического значения. Это же можно сказать и об эстетической составляющей развивающегося последнее время жанра *анимадок*, где в качестве иллюстрации выступает стилизованная мультипликация. Чаще всего стилистику таких фильмов можно определить как коллаж, созданный из документальных, постановочных и рисованных кадров. Обычно такого рода программы посвящены жизни творческих людей — художников, поэтов, писателей.

Эстетикой особого рода, которую можно определить как «трэш-эстетику», обладают многочисленные псевдодокументальные программы, создаваемые в жанре *докуфикшн*: мифы, слухи, домыслы подаются в них как нечто возможное и даже достоверное. Этой задаче подчинены все образительные и звуковые средства — характер съемки, соответствующая оптика и фильтры, рваный монтаж, нервный темпоритм, пугающие звуки, спецэффекты и т. п. Журна-

²¹ Хилько Н. Ф. Язык экранной культуры в пространстве функционально-типологических групп современных телевизионных каналов // Мир культуры, науки, образования. 2012. № 2. С. 205.

лист и режиссер, создающие такого рода программы, фактически становятся манипуляторами, имитирующими документальность, но использующими при этом выразительные средства кинотриллера, детектива, саспенса и проч., для того чтобы вызвать у зрителя ощущение страха, ужаса, загадочной таинственности.

Жанр *мокьюментари* (от англ. *mock* – 1) насмехаться; 2) подделывать, имитировать и *documentary* — документальный) — это фактически мистификация, основанная на имитации реальности, чаще всего создаваемая с целью подурочить доверчивого зрителя и позабавить тех, кто воспринимает экранную информацию критично. Обычно в мокьюментари наличествует элемент пародии, и эстетическая функция реализуется здесь лишь в том случае, если произведение воспринимается зрителем, понимающим, что перед ним мистификация, розыгрыш и получающим эстетическое удовольствие от предлагаемой авторами забавной игры. Для широкого же зрителя эстетическая функция мокьюментари часто оказывается недоступной. Он не способен включиться в предлагаемую игру и воспринимает все происходящее на экране за чистую монету, поскольку авторы ловко переплетают выдуманные истории с подлинными, несуществующих персонажей — с реальными лицами, фальшивые артефакты — с документальной фактурой, кинохроникой и т. п. Т. е. в данном случае заложенное в основу жанра двойное кодирование оказывается таковым лишь для подготовленной части аудитории.

Можно заключить, что функциональность аудиовизуальной журналистики со всей очевидностью испытывает серьезные эстетические вызовы, а именно — совершенствование телевизионного языка в условиях коммерциализации, унификации, депрофессионализации и даже деперсонализации медиaprостранства, когда индустрия тяготеет к вытеснению индивидуального автора коллективным или к роботизации творческих процессов. Новые технологические возможности начинают поглощать природную достоверность экранного изображения, используя эффекты для создания имитации и иллюзий. Как отмечает К. Разлогов, «эффект реальности аудиовизуального образа превращается в механизм глобальной фальсификации, который в свою очередь приобретает облик стопроцентной достоверности. <...> Уже сегодня мы живем в мире экранных образов в большей степени, чем в самой жизни, что касается и поступающей к нам инфор-

мации (в количественном плане — это бесспорно), и эмоционального воздействия на психику миллионов людей»²².

В ближайшем будущем мы постоянно будем сталкиваться с очередными способами форсирования аудиовизуальной информации, имеющей дело с реальной действительностью, и новые технологии в значительной мере будут направлены на то, чтобы в этой сфере максимально усилить эмоционально-эстетическое воздействие на аудиторию. Происходить это будет по мере расширения сферы экранной культуры, в результате чего границы между реальным и виртуальным миром в аудиовизуальном экранном пространстве будут становиться все более размытыми. Как отмечал в связи с этим Э. Тоффлер, человечество рискует встретиться с серьезными проблемами, связанными с возникновением «индустрии психообслуживания», и с тем, что новые способы изменения восприятия потребителя в значительной степени будут определяться использованием информационных технологий как имитатора реальных ощущений²³.

Экранное творчество входит в совершенно новую фазу своего развития. И эстетика этого нового технологического продукта в значительной мере будет отличаться от аудиовизуального творчества XX века.

²² Разлогов К. Указ. соч.. С. 37.

²³ Тоффлер Э. Шок будущего. М., 2002. С. 89.

3. ЭСТЕТИЧЕСКИЕ ПРАКТИКИ ЖУРНАЛИСТИКИ

3.1. Художественные журналы Серебряного века как эстетический феномен

Журнал представляет собой культурную форму, которая, существуя в конкретных пространственных и временных координатах, соотносена с их историческими, культурными, политическими и экономическими детерминантами. Это определяет специфику журнала, его направленность, характер, образ, вещественность, даже саму возможность идеи, которую журнал выражает, и делает возможным факт его возникновения.

Журнал фокусирует актуальную проблематику и представляет «равноправные культурные голоса» (Р. Барт)¹, которые ведут между собой мировоззренческий полилог. Журнал является ареной развивающегося дискурса, «коммуникативного события» (Ван Дейк)² его публикации позволяют проследить направление движения мысли и общую тональность размышления. Философско-эстетическая аналитика и критика как современная авторефлексия культуры являются главными составляющими журнальной формы. Художественный журнал можно назвать носителем «движущейся эстетики» (В. Белинский)³.

Журнал создан для общения, форма его изначально коммуникативна. Журналы реализуют собой возможность, с одной стороны, «горизонтального» диалога, в котором проблемы обсуждаются кругом профессионалов (философов, критиков, литераторов, художников),

¹ Барт Р. Литература сегодня // Барт Р. Избранные работы: Семиотика. Поэтика. М., 1994.

² Ван Дейк Т.-А. Язык. Познание. Коммуникация. М., 1989.

³ Белинский В. Г. О критике и литературных мнениях «Московского наблюдателя» // Собр. соч. : В 3 т. М., 1948. Т. 1.

а с другой — осуществляется диалог «вертикальный», при котором журнал выступает в роли медиума между кругом интеллектуальной элиты и различными слоями читательской аудитории. Он является некой «точкой сборки» (Ж.-П. Вернан)⁴, которая объединяет людей в сообщества на основе какой-либо идеи (эстетической, религиозной, политической).

Художественный журнал выходит в пространство реальной художественной деятельности, когда его создатели организуют выставки, салоны, конкурсы и различные художественные акции. Он выступает важным фактором в формировании эстетического сознания и вкуса. Демонстрируя художественные образы, предлагая художественную тематику, он разъясняет, помогает читателям увидеть, чтобы понять.

При этом визуальный облик художественного журнала находится в постоянном концептуальном и образном диалоге со словесным(?) литературным материалом. Визуальный образ имеет преимущество чувственного, эмоционального восприятия. В. Б. Шкловский, говоря об особенностях журнальной формы, указывает на то, что журнал «должен держаться не только интересом отдельных частей, а интересом их связи. Легче всего это достигается в иллюстрированном журнале, который рождается в редакционной верстке. Рисунок, подпись образуют здесь нечто новое, связанное»⁵.

Форма и способы подачи информации в художественном журнале не могут быть не художественными; форма и содержание должны соответствовать друг другу. Содержательный элемент выражается как в форме письменных знаков, т. е. непосредственно текста статей, так и в форме его конкретной материальной реализации (бумага, формат и т. д.). Оба фактора существуют в единстве друг с другом. И только эстетически осмысленное единство этих форм делает журнал художественной вещью. Осознание важности этих двух сторон для процесса восприятия происходит именно на рубеже XIX–XX веков. Одним из первых на это обратил внимание английский ученый-медиевист, писатель, художник и типограф У. Моррис. Он первым поставил вопрос об органическом единстве не только текста, иллюстраций, заставок, шрифта, но и вообще всех элементов оформления, где важными оказываются бумага, переплет и т. д. В процессе

⁴ Вернан Ж.-П. Происхождение древнегреческой мысли. М., 1988.

⁵ Шкловский В. Журнал как литературная форма // Шкловский В. Гамбургский счет. Л., 1928. С. 116.

создания художественной вещи все становится значимым. Каждый, казалось бы, незначительный компонент несет часть художественной «нагрузки» и является полноценным элементом художественной системы.

Журнал как эстетический феномен возникает тогда, когда происходит осмысление журнального «тела» как гармонии идеи, формы, содержания и функции. Художественный журнал — это эстетически осмысленное единство концептуальных, вербальных и визуальных компонентов в журнальном тексте, существующих в органической связи и образующих журнал как целостную структуру.

3.1.1. Художественные журналы Серебряного века: эстетика замысла и воплощения

На рубеже XIX–XX веков российская журналистика переживала значительный подъем. Продолжают свою деятельность многочисленные общественно-политические и философско-литературные издания; появляются журналы, освещающие отдельные виды искусства (театр, архитектура, кино, фотография). При этом в пуле российской журналистики этого периода отчетливо выделяются художественные журналы «Мир искусства» (1899–1904), «Весы» (1904–1909), «Золотое руно» (1906–1909), «Аполлон» (1909–1917). Художественные журналы Серебряного века стали одним из воплощений модернистского мифа — построения жизни как художественного произведения и представления ее как эстетического метатекста. Они иллюстрируют развитие модернистского мышления, являются историей русского модернизма в философских эссе, прозе, поэзии и графике, показывают развитие философско-эстетического дискурса, фиксируют изменения эстетического и художественного сознания эпохи и, более того, становятся способствующим этим процессам фактором.

Модернизм понимается прежде всего как новая парадигма философствования, как умонастроение и широкая культурная тенденция (В. В. Бычков, П. Козловски, М. Ю. Герман)⁶. Модернистское мироотношение характеризуется представлением о мироздании как целостности, о человеке как его активном, сущностном «контрапункте», созидательные силы которого направлены на эстетическое упо-

⁶ См.: Бычков В. В. Эстетика. М., 2007; Герман М. Ю. Модернизм. Искусство первой половины XX века. СПб., 2008; Козловски П. Культура постмодерна. М., 1997.

рядочивание реалий мира, их духовное преображение. В этом круге идей о человеке акцентируется не столько познавательный пафос освоения-присвоения (как это принято в просветительском рационализме и позитивистском прагматизме), сколько способность человека-творца к одухотворению мира, к открытию, пониманию, истолкованию многомерных смыслов вещей и явлений. Творческая энергия человеческого присутствия в мироздании реализуется в искусстве, которое в этой концепции мыслится как средство и путь постижения тайн мира, как высшая ценность, как сила, созидающая культуру.

Такое понимание мира и человека в нем радикально меняет основные позиции в отношении к искусству, к феномену творчества, его целей и возможностей, задает новые критерии художественной критики, порождает новую стилистику и заявляет ценность авторской позиции и интерпретации.

Художественные журналы отразили антиномичность мироощущения эпохи. С одной стороны, стремление к полноте и красоте жизни, вера в жизнеутверждающую силу будущего, а с другой — пессимизм, «тоска» и «мука», трагическое ощущение конца мира, усугубляющееся в обстановке перманентных русских революций. Они провозглашали искусство как жизнестроительный путь для всех, но создали из него мир для себя, свой «Ноев ковчег». Каждый из журналов имел свою яркую концептуальную и визуальную индивидуальность и занимал свою нишу в модернистской журналистике.

Журнал «Мир искусства», создаваемый М. К. Тенишевой, С. И. Мамонтовым, позднее С. Дягилевым, А. Бенуа (среди авторов журнала были знаменитые литераторы и художники — Дм. Философов, Д. Мережковский, З. Гиппиус, В. Розанов, Л. Шестов, К. Бальмонт, В. Брюсов, Андрей Белый; художники — И. Е. Репин, К. А. Сомов, В. М. Васнецов и многие другие известные авторы) представлял и воплощал деятельность общества «Мир искусства». Журнал был первым художественным изданием, стал событием в сфере журналистики и явился «эстетическим знаменем ...времени»⁷. «Мир искусства» являл собой образ и образец именно художественного издания. Он впервые заявил об эстетическом и чисто художественном характере своей деятельности, поставил задачи преодоления «академического ига» и господства «мещанского вкуса». Основной эстетической установкой издателей была идея актуализации культуры как таковой, поэтому деятельность журнала шла по трем основным направлениям.

⁷ Маковский С. К. О «Мире искусства». // Аполлон. 1911. № 2. С. 4.

Первое — поиск нового, прогрессивного в современной культуре России и современной мировой культуре. Второе — обращение к культурному наследию прошлых эпох, вне географических, политических и культурных границ, только к культуре как органону духовных человеческих существей. Третье — активный творческий обмен, ярко выраженная направленность на интеркультурное взаимодействие.

Деятельность «Мира искусства» носила гуманистический характер. Журнал ставил высокие просвещенческие задачи в духе XVIII века, реализовывал эстетический замысел «воспитания красотой». Его авторы учили тонко чувствовать, чтобы понять и «наготу человеческого сладострастия» в разочарованном сомовском мире, и «чуткую фантазию» А. Бенуа, и «восхитительные сказки» Чюрлениса, и «архаические видения» Рериха, и «гениальную муку» Врубеля.

«Мир искусства» служил образцом высокого искусства, был журналом «по существу своему... деловитым и культурным», как писал Дм. Философов⁸. За сравнительно короткий период грандиозный эстетический замысел мирискусников художественно воплотился: они открыли Россию для Европы и сумели «сдвинуть» художественные вкусы публики, «общество поверило, что есть новые художники и есть новый язык искусства»⁹. Существует множество свидетельств и о том, что журнал вызвал негодование современников. Обвиняли его как раз в «поверхностной художественности». Критики, особенно В. В. Стасов, И. Е. Репин как глава Академии художеств, составили оппозицию новому идейно-эстетическому явлению. Они создали свой журнал «Искусство и художественная промышленность», который вел постоянную борьбу с «декадентами» и «эстетатами».

Создатели «Мира искусства», воплощая собой новое искусство, сформировали образ романтиков, но миссия пророков за ними не признавалась. На эту роль претендовала другая часть модернистского лагеря, объединившаяся под эгидой журнала «Весы».

Журнал «Весы», как и все издательство «Скорпион», в котором выходил журнал, оказался центром символизма во время его активного развития. «История “Весов” может быть признана историей русского символизма в его главном русле», — писал Н. Гумилев¹⁰. Журнал объединил самые значительные фигуры символистов. Ва-

⁸ Стернин Ю. Г. Художественная жизнь России начала XX века. М., 1976. С. 154.

⁹ Там же. С. 16.

¹⁰ Гумилев Н. Поэзия в «Весях» // Аполлон. 1910. № 9. С. 44.

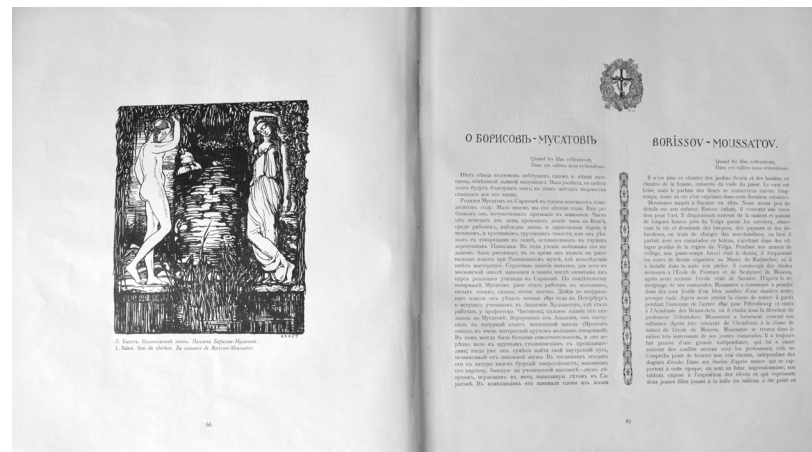


Рис. 6-3. ЗОЛОТОЕ РУНО. 1906. № 3. С.66–67.

Художник Л. Бакст.

Оформление статьи «О Борисове-Мусатове».

лери́й Брюсов был идеологом и лидером, активные позиции занимали Андрей Белый, Вячеслав Иванов, Константин Бальмонт, Юргис Балтрушайтис, Эллис. Журнал в боевом тоне отстаивал принципы нового искусства, на его страницах манифестировались философско-эстетические принципы символизма, создавалось оригинальное литературное направление, обсуждались проблемы художественного творчества и художественного метода. «Весы» были профессиональным литературным журналом для специалистов и знатоков. Журнал не ставил перед собой каких-либо популяризаторских и образовательных целей, он проповедовал новое мировоззрение и новые принципы художественного творчества. Среди других модернистских журналов он представлял наиболее цельное, стилистически выдержанное издание (что отмечал и А. Блок, который писал об особой «цельности» журнала¹¹).

«Золотое руно» появляется в 1906 году благодаря издателю Н. П. Рябушинскому, активное участие принимают Андрей Белый, А. Блок, Вяч. Иванов. Журнал был дорогим и высококлассным изданием, материалы выходили параллельно на русском и французском языках. (Рис. 6-3). Он продолжил представление модернистско-

¹¹ Лавров А. В., Максимов Д. Е. «Весы» // Русская литература и журналистика начала XX века. М., 1984.

го искусства, но не имел оригинальной эстетической платформы. В Брюсов писал о том, что журнал предлагал читателям «золотое руно» добытое не им: «...это прекрасное, с любовью выполняемое издание, похожее, однако, на чужеродное растение, на красивую орхидею, питающуюся соками, не ею добытыми из земли. Это — роскошный дворец, в котором могут мирно успокоиться те из бывших “декадентов”, которые устали от мятежа своей юности и готовы почитать на сохнувших лаврах»¹².

Журнал «Аполлон», который создавали С. Маковский, М. К. Ушков, барон Н. Н. Врангель, И. Анненский, Н. Гумилев, М. Кузьмин и многие другие знаменитые авторы, венчает плеяду модернистских журналов, он подводит итоги символизма и представляет новое направление — акмеизм. Впитав опыт предшественников, «Аполлон» сочетает просветительский пафос «Мира искусства» с литературным профессионализмом «Весов» и выразительностью визуального образа «Золотого руна». Сотрудники «Аполлона» — это бывшие участники предшествующих модернистских журналов. Изменения социально-политической и культурной ситуации в 1910-х годах существенно повлияло на их философско-эстетические взгляды. «Аполлон» становится изданием с неоклассическими тенденциями, следует идеалам высокого искусства и утверждает необходимость создания «большого стиля». Поэтому он уповает на красоту «идеальных форм», которая должна возвысить и уравновесить мир реальной жизни. Журнал замыкается в самодостаточном мире художественного творчества, решает профессиональные вопросы искусствознания, ставит вопросы необходимости сохранения культурного наследия (что особенно важно в революционные годы). По словам А. Н. Бенуа: «Это журнал-музей, а не журнал-лагерь»¹³. Все обозначенные художественные журналы взяли на себя роль проводника по сложным лабиринтам культуры.

Издатели художественных журналов, изначально заложили идею создания высокохудожественной вещи, произведения искусства.¹⁴ Эти эстетические идеи обусловили создание нового внешнего облика, формы и архитектоники журнала, отличающего его в общем корпусе журналов-современников. Доминирующее положение впер-

¹² Брюсов В. Я. Звенья II. Золотое руно // Брюсов В. Я. Собр. соч.: В 7 т., М., 1975. Т. 6. С. 119.

¹³ Цит. по: Корецкая И. В. «Аполлон» // Русская литература и журналистика начала XX века. С. 215.

¹⁴ См.: Бенуа А. Н. Возникновение «Мира искусства». М., 1928.



Рис. 6.1. ЗОЛОТОЕ РУНО. 1907. № 11–12. С. 43. Художник С. Судейкин. Иллюстрация к поэтическому циклу К. Бальмонта «Хоровод времен».

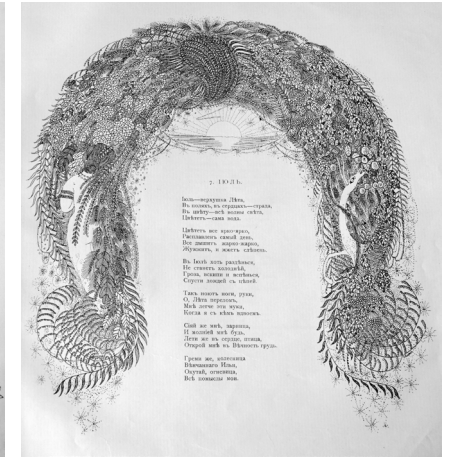


Рис. 6.2. ЗОЛОТОЕ РУНО. 1907. № 11–12. С. 40. Художник С. Ключников. Иллюстрация к поэтическому циклу К. Бальмонта «Хоровод времен».

вые занимают отделы: художественный; литературный; библиографический; художественной хроники (отечественной и мировой). Это было существенной новацией, поскольку публика привыкла к традиционным рубрикам — «Внутреннее обозрение», «Политическое обозрение», «Внутренняя хроника», которые определяли структуру «толстого» журнала. В «толстом» журнале художественные материалы представляла беллетристика, которая «была приманкой, уступкой несерьезному читателю»¹⁵. К стихам как элементу, наиболее бесполезному с рациональной точки зрения, отношение было еще более пренебрежительное, чем к беллетристике, их размещали в зависимости от удобства верстки и расположения остальных материалов¹⁶. Напротив, в художественных журналах поэзии и прозе уделяется особое внимание, они занимают самостоятельное место в структуре номера. В «Весах», «Золотом руне», «Аполлоне» поэзии отводили центральные страницы, ее размещение в журнале эстетически акцентировано: на странице только стихотворение, оно дано в графическом обрамлении, набрано изысканным шрифтом и живет как самодостаточный художественный факт. (Рис. 6.1, 6.2). Для бо-

¹⁵ Максимов Д. Е. Из прошлого русской журналистики. Л., 1930. С. 231.

¹⁶ Там же. С. 232.

лее полной передачи эстетического смысла идей автора в журнале публикуются поэтические циклы.

Беллетристика в ее традиционном понимании в модернистских журналах отсутствует. Здесь печатается современная проза русских и европейских модернистских авторов, насыщенная философией и мистикой, ретроспективными стилизациями. Издатели выбирают произведения, которые демонстрируют литературное новаторство, обладают оригинальной авторской стилистикой. Многие впервые опубликованные в журналах литературные работы впоследствии станут классикой модернистской литературы. Здесь появляется новая форма — эссе-исследование (например, в «Мире искусства» публикуется книга Дм. Мережковского «Л. Толстой и Достоевский» и др.), в котором соединяются философско-эстетическая глубина, точность литературоведческого анализа, публицистичность и эмоциональность изложения. Проявление личности автора, пишущего для журнала, требование творческого подхода даже к нехудожественным по жанру материалам (рецензии, обзоры) — осознанная редакционная политика. Редактор «Весов» В. Брюсов пишет о том, что «если надо выбрать одно: или интересные рецензии, или рецензии об интересных книгах, я окончательно решил выбрать первое»¹⁷. Субъективизм в критике поощряют и даже декларируют, поскольку это позволяет многообразно интерпретировать мир художественного произведения, не только вступать в сотворчество с автором, но и соревноваться с ним. Философствующие поэты, художники по состоянию души и творцы (теурги) по мировоззрению превратили критику в особый жанр филологического искусства: она стала творчеством, которое допускает субъективные авторские трактовки, свободную стилистику изложения и индивидуальные вкусовые пристрастия.

К. Чуковский пишет в «весовской» рецензии на «Книгу отражений» И. Анненского: «Книга его — интимнейшее создание в области русской критики. Это даже не книга, а листки из записной книжки, записки из подполья»¹⁸. Именно «подполье» души было интересно для символистов, это отражалось и непосредственно в их творчестве, и в методах критики. Ценными являлись личное эстетическое *со-бытие* субъекта и художественного объекта и полученный при этом приват-

¹⁷ Клинг О. А. Брюсов в «Весах». К вопросу о роли Брюсова в организации и издании журнала // Из истории русской журналистики начала XX века М., 1984. С. 184.

¹⁸ Чуковский К. Об эстетическом нигилизме // Весы. 1906. № 3. С. 80.

ный эстетический опыт. «Там искусство не делается лозунгом политической борьбы. Там страдают искусством, радуются искусству»¹⁹. Новая критика освобождала искусство от узости общественно-политических установок XIX века. Символистская критика выражает особую любовь к художественному слову и слогу, во многих своих образцах являет «плетение словес» с тонким семантическим узором. «Символистская критика в своем господствующем русле стремилась превратиться в особый вид словесного искусства — стать поэтической эстетизированной критикой»²⁰, это лучшие образцы авторских размышлений о мировоззренческих проблемах.

Журналы имели претензию на массовое влияние, но не были массовыми — менее тысячи экземпляров каждого издания. Цифра незначительная, особенно по сравнению с журналами «Русское богатство» (11 000 экз.), «Современный мир» (14 417 экз.), «Журнал для всех» (70 000 экз.). Если представить всю систему русской прессы начала XX века в виде пирамиды, у основания которой находятся массовые издания, такие как «Журнал для всех», «Нива», «Родина» и т. д., а среднее положение занимают общественно-политические и отраслевые издания, то можно сказать, что модернистские художественные журналы располагаются на вершине в элитарной ложе. Издатели журналов остаются верными своим эстетическим идеалам и художественным принципам, ради завоевания публики они не опускаются до ее уровня, наоборот, — постоянно предьявляя высокохудожественные образцы, подтягивают ее до своего уровня. Обсуждая проект будущего журнала «Новый путь», В. Брюсов пишет П. Перцову: «Новый путь» должен быть аристократичен долго, лет пять-шесть»²¹, т. е. пока не сформируется аудитория, способная воспринимать такого рода идеи, которые рождались и транслировались как религиозно-философские, так и художественные модернистские издания.

Читающая публика рубежа веков представляла различные слои населения. Разрушалась замкнутость и увеличивалась мобильность социальных слоев. Читателем журнала мог стать фактически любой человек, не отвергающий новые идеи, чему способствовала и цена одного экземпляра журнала: она была доступной и соразмерялась с ценой обычного массового издания. Аудитория состояла из людей,

¹⁹ Там же. С. 81.

²⁰ Максимов Д. Е. Поэзия и проза А. Блока. Л., 1975.

²¹ Цит. по: Мочульский К. В. А. Блок. А. Белый. В. Брюсов. М., 1997. С. 398.

внутренне готовых к переменам и новизне, обладающих хотя бы минимальными философско-эстетическими знаниями.

В течение десятилетия художественные журналы создали моду на модернистов. Традиционные «толстые» журналы («Вестник Европы», «Русская мысль» и др.) стали специально приглашать модернистских авторов для сохранения своей популярности и актуальности, поскольку они уже были ангажированы публикой.

Эстетика имени журнала. Названия журналов создаются в логике эстетических приоритетов их создателей: наречение тождественно духовной атмосфере, в имени закладываются путь и судьба. В модернистской эстетике категория имени весьма существенна, поэтому названия художественных журналов эстетически обусловлены и символичны, в них прослеживается стремление выйти за пределы реальной социальной жизни, создать свой мир гармонии и красоты — выйти из «Мира Божьего»²² в «Мир искусства».

Создатели журнала «Аполлон» обращаются к античности и к сложившемуся за века ее классическому образу. Авторы журнала, возрождая древний миф об Аполлоне, уповают на ясность и уравновешенность эстетики идеальных форм. Программная статья журнала начинается словами: «“Аполлон” хотел бы называть своим только строгое искание красоты, только свободное, стройное и ясное, только сильное и жизненное искусство за пределами болезненного распада духа и лже-новаторства»²³.

Название журнала «Весы» тоже неслучайно — по астральному знаку, идущему рядом со знаком Скорпиона. Это подчеркивается в графическом оформлении журнала (Рис. 1-1., 1-2.). Оба знака принадлежат осеннему небосклону, их выбор отражает чувство осени культуры, ощущение увядания красоты, эсхатологическое настроение и тоску по завершению круга жизни, которыми проникнута эстетика символизма. «Скорпион» — это и имя издательства, в котором выходил журнал.

Название журнала «Золотое руно» — это своего рода продолжение мифа аргонавтов, а также напоминание о мифологическом золотом руно как олицетворении и чуда, и богатства, и воплощенной мечты. Причем сам журнал «Золотое руно» был буквальным вопло-

²² Несколько раньше, чем «Мир искусства» возник журнал «Мир Божий», который был ориентирован на отражение социальной жизни.

²³ *Маковский С. К.* Вступительная статья // Аполлон. 1909. № 1. С. 3.

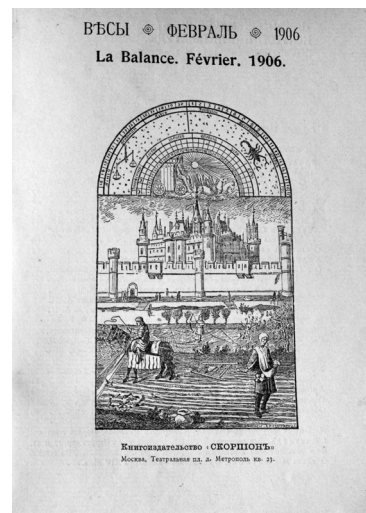


Рис. 1-1. ВЕСЫ. 1906. № 2.
Фронтиспис. Миниатюра
XIV века.

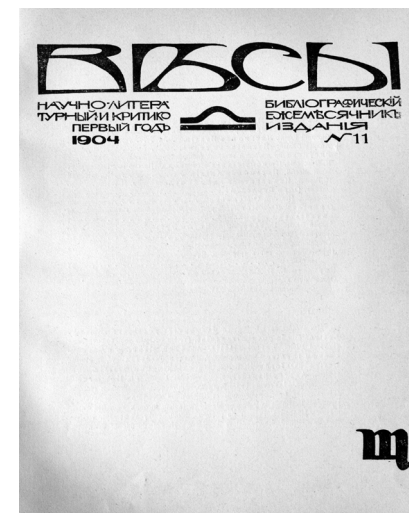


Рис. 1-2. ВЕСЫ. 1904. № 11.

щением богатства (большой формат, дорогая бумага, тисненые золотом и серебром элементы графического убранства журнала, обилие цветных и черно-белых иллюстраций).

При изучении имен и визуальных образов модернистских журналов и издательств обнаруживается интересный факт: эстетически агрессивное присутствие на публичном поле, которое сильно диссоциирует с их изысканной и возвышенной манерой. Маркировка нового модернистского направления, выраженная в названиях и эмблемах, образно передает дух борьбы — такие имена издательств, как «Скорпион», «Гриф», «Факелы» весьма красноречивы. Андрей Белый пишет: «...такого упорного литературного боя, как бой за решительный переворот в понимании методики стиля с буржуазной прессой, впоследствии не было»²⁴. Почти все характеристики, данные журналу «Весы» его читателями, сообщают о нем как о «боевом журнале»²⁵, «завоевательном органе»²⁶.

²⁴ *Белый Андрей.* Начало века. М., 1990. С. 412.

²⁵ *Лавров А. В., Максимов Д. Е.* Указ. соч. С. 206.

²⁶ *Кузмин М.* Художественная проза «Весов» // Аполлон. 1910. № 9. С. 35.

Эмблема в виде орла, созданная Л. Бакстом для «Мира искусства», выглядит жесткой в контексте утонченной художественной деятельности этого объединения (Рис. 2-1). По словам А. Н. Бенуа, она призвана обозначить самодостаточность и отрешенность авторов от бренного мира, служение высокому искусству и борьбу «со всякой художественной ересью»²⁷.



Рис. 2-1. МИР ИСКУССТВА. Марка журнала. Художник Л. Бакст.

Художественный журнал как стиль жизни: эстетика авторства. Как эстетическая категория стиль жизни является выражением миропонимания, осознанно творимой линией поведения и способом творчества. Стиль жизни изначально семиотичен: он предъявляет то, что должно быть увидено «другими», из этого складывается желаемый образ персоны. «В стиле жизни осуществляется эстетическое самоутверждение каждой личности»²⁸. Культура Серебряного века создала уникальный и неповторимый стиль, где жизнь понята как жизнестроение по законам красоты при абсолютной свободе проявления творческого «Я».

Модернистские художественные журналы воплотили доминирующей в то время тип отношения к жизни как к творчеству, выраженный в эстетической формуле Андрея Белого: «Искусство есть искусство жить», где «жизнь есть личное творчество», а «внешность жизни есть материал творчества»²⁹. Большинство русских модер-

²⁷ Бенуа А. Н. Указ. соч. С. 27.

²⁸ Каган М. С., Устюгова Е. Н. Образ жизни и стиль жизни. Свердловск, 1981. С. 32.

²⁹ Белый Андрей. Искусство // Белый Андрей. Критика. Эстетика. Теория символизма : В 2 т. М., 1994. Т. 2. С. 199–200.

нистов, которые сами являлись создателями и издателями художественных журналов, творчество рассматривается как эстетическое явление. «Дар писать» и «дар жить» считались фактически равноценными³⁰. Философы, поэты и художники взяли на себя трудную, но необходимую, по их мнению, задачу конструирования и трансляции новой модели мира в ситуации культурного разлома.

Художественные журналы создавались узким кругом профессионалов. Творческая личность эпохи Серебряного века проявляет возрожденческий универсализм: авторы журналов обладали одновременно талантами поэта, художника и критика, они ощущали жизнь и творчество как единое художественное пространство, эстетически напряженное и целостное, где мир предстает философски осмысленным и организованным по законам художественного целого. Пребывание в этом мире дает возможность многообразных форм художественного самовыражения. Это могла быть проза или поэзия, живопись или графика, философское эссе или критическая статья. Андрей Белый, А. Блок, А. Бенуа, Вяч. Иванов публикуют в журнале произведения, принадлежащие к различным видам и жанрам.

В стилистике их творчества плодотворно соединились образное и критическое мышление. Они, можно сказать, были многопрофильными специалистами по культуре, ее прекрасными знатоками и ценителями. Андрей Белый с гордостью отмечал, что в «Весах не было ни строчки, написанной не специалистами»³¹. Это утверждение справедливо и для всех других журналов. Соответствовать заданному высокому интеллектуальному уровню могли избранные люди, поэтому количество сотрудников было минимальным, но издатели хотели создать у публики ощущение большого круга авторов — адептов нового мировоззрения, поэтому использовали большое количество псевдонимов. Так, Андрей Белый использовал около двадцати, З. Гиппиус — больше десяти.

Авторы журналов лично знали друг друга, они жили в своей замкнутой «салонной» культуре. Постоянное общение, основой которого становится творчество и общность мировоззрения, приводит к узнаванию «себя» и «другого», к кристаллизации своего эстетического кредо и творческого метода и к выработке общего символистского языка и культурных кодов, понятных только посвященным.

³⁰ Лавров А. В. Мифотворчество аргонавтов // Миф — фольклор — литература. Л., 1978. С. 137.

³¹ Белый Андрей. Начало века. М., 1990. С. 142.

Только «посвященные» могли проникнуть во множество цитаций и ассоциаций, постичь эстетическую информацию в полном объеме. Модернистские издания стремились к созданию целостного текста, «читающегося “посвященными” как напряженное повествование, скрепленное не только внутритекстовыми, но и внетекстовыми связями различных уровней»³².

Принципиально иным культурным смыслом впервые наполняется фигура мецената. Поклонение творчеству, имманентная креативность культуросозидающей деятельности — вот современное основание союза художника и мецената³³. Служение красоте обуславливает стилистику жизни. Меценат этой эпохи живет с чувством сопричастности некоему Абсолюту, он приобщен к миру творческих поисков. В период основания «Золотого руна» А. Бенуа видит в издателе Н. П. Рябушинском, представителе знаменитой и богатейшей семьи банкиров и промышленников, стремление «выползти из того состояния, которое ему было определено классом, средой, воспитанием, и проникнуть в некоторую “духовную зону”, представляющуюся ему несравненно более возвышенной и светлой»³⁴.

Меценатскую поддержку художественным журналам оказывали известные промышленники и дворяне. Они все были талантливыми, хорошо образованными людьми, сами занимались различными видами художественного творчества. Журнал «Мир искусства» издавался благодаря меценатской деятельности княгини М. К. Тенишевой и крупного промышленника С. И. Мамонтова. Издателем-меценатом журнала «Аполлон» был М. К. Ушков, сын московского миллионера и мецената К. К. Ушкова (одного из основателей Московского художественного театра). Издатели Сергей Дягилев и Сергей Поляков также представляли фигуры титанического масштаба. С. Дягилев — это яркий пример нового типа деятеля культуры, который заключал в себе как любовь к искусству и его глубокое понимание, так и талант блестящего организатора художественного процесса, успешного продюсера.

³² Богомолов Н. А. Русская литература первой трети XX века: Портреты. Проблемы. Разыскания. Томск, 1999. С. 342.

³³ Пискунова Л. А. Меценатство как внетекстовая и текстовая реальность художественного творчества и искусства : автореф. дис. ... канд. филос. наук. Екатеринбург, 1997. С. 20.

³⁴ Бенуа А. Мои воспоминания : В 2 т. М., 1980. С. 446.

С. Поляков, будучи успешным промышленником, основал издательство «Скорпион», альманах «Северные цветы» и журнал «Весы». Он не только издатель, взявший на себя финансово-организационную деятельность журнала «Весы», но и высокообразованная личность — математик, полиглот, знающий более десятка языков от восточных до скандинавских, а также знаток и ценитель графики. Он собственноручно отбирал работы для графического убранства «Весов», и внешний облик журнала говорит о его прекрасном вкусе и осведомленности в новейших художественных течениях.

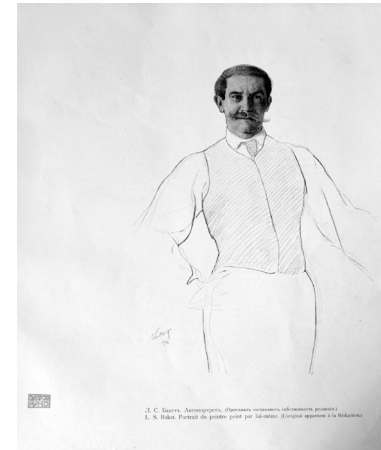


Рис. 8-1. ЗОЛОТОЕ РУНО. 1906. № 4. С.25. Художник Л. Бакст. Автопортрет.

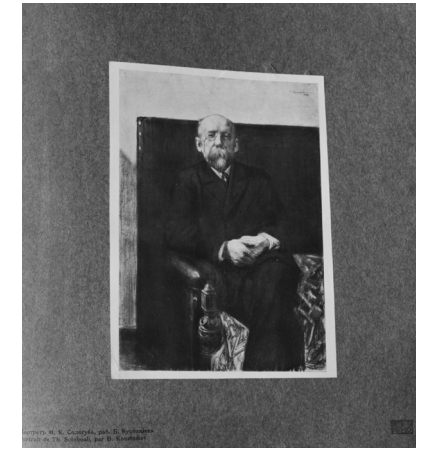


Рис. 8-2. ЗОЛОТОЕ РУНО. 1907. № 11–12. С.68. Художник Б. Кустодиев. Портрет Ф.К. Сологуба

Жизнь модерниста разворачивалась как персонифицированный миф. Деятели эпохи модерна созидали свой макрокосмос и демонстрировали его другим. Поэтому заметно желание укоренить себя, события своей частной жизни в культуре. Один из способов — описать их в литературе. Проза и поэзия насыщены автобиографическими сюжетами, сюда же относятся дневники, мемуары, автобиографии. В Брюсов пишет автобиографию для «Истории новейшей литературы», издаваемой С. А. Венгером. Н. Бердяев создает «Самопознание» как опыт духовной автобиографии. Другой способ — запечатлеть действительность в живописных и графических образах: Н. П. Рябушинский заказывает художникам серию портретов литераторов, опубликованную позже на страницах «Золотого руна» и продолженную в «Аполлоне». (Рис. 8-1, 8-2) Все работы продума-



Рис. 3-1. ВЕСЫ. 1904. № 10–11.
Обложка. Японская акварель.

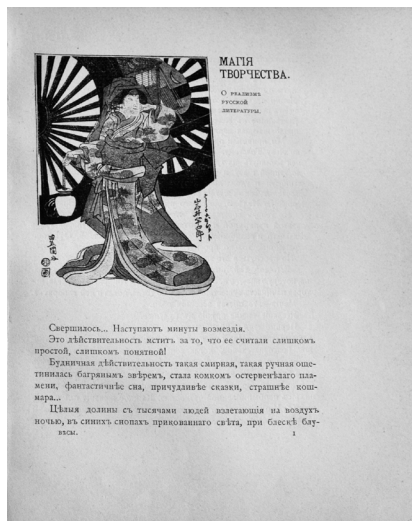


Рис. 3-2. ВЕСЫ. 1904. № 11. С. 1.
Виньетка. Японская гравюра.

ны и неслучайны. Это погружение во внутренний мир героя, постижение его глубинной духовной сути. Андрей Белый пишет о своем портрете, сделанном Львом Бакстом: «Бакст отказался меня писать просто; ему нужно было, чтобы я был оживлен: до экстаза; этот экстаз хотел он приколоть, как бабочку булавкою, к своему полотну»³⁵. Автобиографизм, документализм и исповедальность — как в литературе, так и в изобразительном искусстве — являются характерными для «рубежной» эпохи.

Искусство для художников и философов Серебряного века было сферой реальной жизни, осознавалось подлинным органом духовности и высших смыслов и поэтому находилось выше политики. Издатели «Весов» продемонстрировали свои эстетические взгляды с беспрецедентной наглядностью, оформив журналы японской графикой в разгар порт-артурских событий (Рис. 3-1., 3-2.). Такой художественной акцией они дали понять, что географическое и политическое разделение физического пространства не совпадает с духовным и интеллектуальным разделением пространства культуры. В тексте, который сопровождал репродукции, говорилось: «Мы хо-

³⁵ Белый Андрей. Между двух революций. Л., 1934. С. 67.

тим напомнить читателям о той Японии, которую мы все любим и ценим, о стране художников, а не солдат...»³⁶. Публика не оценила этого эстетического жеста, читатели, оскорбленные в своих патриотических чувствах, возвращали номера с японской графикой в редакцию. Нельзя говорить об отсутствии патриотизма у издателей журнала, но он не укладывался в рамки его привычного понимания. Их волновала судьба России, но это беспокойство имело не буквально-исторический, а глобальный и мифологизированный характер.

Жизнь и творчество модернистского мыслителя амбивалентны, развиваются на тонкой грани эстетики и эстетства, где первое зачатую переходит во второе. Это сказывается в стилистике поведения, внешности, жестах, а также в организации жизненного пространства и создании вещей — «бытовое и бытийственное неразделимы»³⁷. Образы авторов журналов, существующие в культуре, совпадают с образами их журналов, поскольку это своеобразная объективация мировоззрения и эстетических принципов. К. Петров-Водкин описывает свои впечатления о знакомстве с главным редактором «Аполлона» С. Маковским: «В погруженном во мрак и лишь освещенном над письменным столом кабинете, утопая в высоком кресле, сидел Маковский. На поручне свешивалась длинноноготная рука с «вечным» браслетом. Будущий «Аполлон» слегка повернул ко мне голову и, после ознакомления с целью моего прихода, процедил мне об избранности тех художников, кои удостоятся участия в «Салоне»»³⁸. Н. Кузьмин вспоминает: «В редакции тон петербургской ледяной учтивости ставил преграду для всяких разговоров по душам... Это была самая бонтонная редакция столицы»³⁹. С. Маковский даже предлагал установить правило посещения редакции «Аполлона» исключительно в смокингах. Интерьер редакционных помещений был наполнен эстетической аурой. Всюду находились вещи неслучайные, все говорило об атмосфере творчества. «Вещи диктуют жесты, стиль поведения и психологическую установку своим обладателям, поскольку создают вокруг себя определенный культурный контекст»⁴⁰.

³⁶ Весы. 1904. № 10. С. 39.

³⁷ Лотман Ю. М. Беседы о русской культуре. СПб., 1994. С. 8.

³⁸ Петров-Водкин К. Главы из книги // Панорама искусств. М., 1978. С. 190.

³⁹ Там же. С. 245.

⁴⁰ Лотман Ю. М. Указ. соч. С. 9.

Места расположения редакций тоже выступают как культурные символы времени, как архитектурно-пространственные точки новой эстетики. Так, редакция журнала «Весы» располагалась в новом здании гостиницы «Метрополь», выстроенного в стиле модерн и самим своим расположением в центре Москвы воплощавшего эстетическую идею создания нового культурного центра, московской версии столичной петербургской площади Искусств.

Художественный журнал никогда не был коммерческим предприятием. Культуротворческая деятельность его авторов была высоким служением эстетической идее, которой поклонялись всецело и искренне, как подлинно верующие люди, чьей религией стало искусство.

Эстетика визуального образа журнала. Традиционные «толстые» журналы практически не работали над визуальным обликом, это не входило в их программные задачи. Если они и использовали иллюстрацию, то включали ее в журнальный текст в режиме добавления к общим социально-политическим материалам. Модернистская эстетика рубежа XIX–XX веков возвела в культ Искусство и Красоту, в контексте которой авторы журналов заложили основу нового понимания визуального образа журнальных изданий.

Внешний облик журналов — это воплощение художественного кредо авторов, которое впервые было сформулировано в статье А. Бенуа «Задачи графики»⁴¹. Он писал о том, что основным даром художника-иллюстратора является умение подчиниться идеям иллюстрируемого произведения, способствовать созданию гармоничной целостности, как в образной системе издания, так и в его архитектонике. Свое видение А. Бенуа непосредственно воплощал в графическом дизайне журналов «Мир искусства» и «Золотое руно».

Оформительское искусство впервые становится самоценной отраслью искусства. От занимательного сопровождения повествования художник-иллюстратор обратился к сотворчеству, интерпретации словесного образа в образах пластических, находящему графических средств художественного выражения, интерпретирующих поэтику словесной ткани. В журналах выстраивается не только общая композиция, но и композиция каждой страницы. Формулу, по которой строилось оформление журнала, можно выразить так: «эстетика — графема — эмоция — смысл».

⁴¹ Бенуа А. Задачи графики // Искусство и печатное дело. 1910. № 2–3.

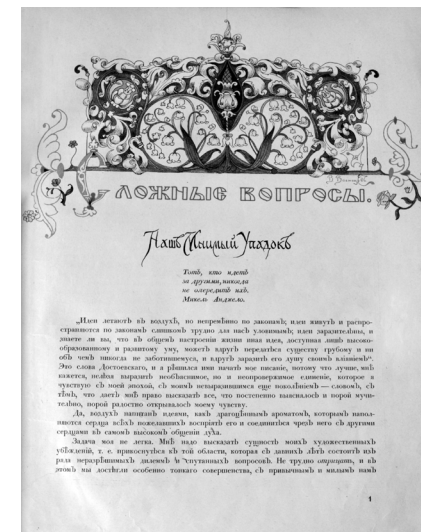


Рис. 4.1. МИР ИСКУССТВА.
1899. № 1. С. 1. Виньетка.
Художник В. Васнецов.

Особое внимание уделялось элементам декора. Излюбленными приемами в убранстве журналов становятся заголовочные шрифты, виньетки, заставки, концовки, восхищающие графической легкостью и грациозностью линий. В журналах преобладают рисованные шрифты, надписи из которых похожи на орнаментальную вязь, больше на рисунок, чем на слово (Рис. 4.1.). Это происходит из-за стремления дизайнера передать эмоцию, а не конкретное содержание. Язык графики стремится к метафоричности, использует символы, полунамекы, переводит прямые понятия в многозначные ряды ассоциаций.

В журнальном оформлении можно выделить несколько тенденций. Одна выражалась в работах Н. Рериха и И. Билибина — это стилизация архаики, идущая от желания понять глубинные основы человеческого бытия и обращенная к стилистике древнерусской миниатюры и иконы. Сюда можно отнести работы А. Васнецова, Е. Якуничевой, Е. Поленовой. Другая тенденция — самодовлеющий декоративизм и эстетизм графики К. Сомова, Л. Бакста, Н. Фефилактова, работы которых наполнены затейливой орнаменталистикой. (Рис. 4.2., 4.5.).

Уровень понимания живописи и графики массовым читателем обуславливался тем художественным фоном, который предлагали ему журналы «Нива», «Север», «Живописное обозрение». Среднестатистический зритель считал стиль и дух академической живописи



Рис. 4.2. МИР ИСКУССТВА. 1903.
№ 1-2. С. 1. Виньентка. Художник
К. Сомов.

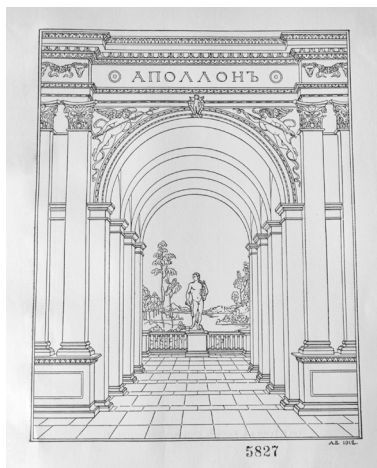


Рис. 4.5. АПОЛЛОН. 1912.
№ 10. Художник А. Бенуа.

нормой и поэтому ценил схожесть с натурой, занимательность сюжета; он видел главную функцию искусства именно в иллюстрировании и украшении. Журналы, ориентирующиеся на широкую аудиторию — такие как «Родина», «Заря», «Солнце России», — стремились угодить вкусам широкой публики. Понятные, «душевные» иллюстрации, трогательные пейзажи, пышные натюрморты с обилием цветов и фруктов, рисунки красивых вещей, изображения исторических сюжетов и портреты — это были их визуальные стандарты. Использование в оформлении определенных сюжетов и художественных приемов соответствовало потребностям массового читателя. Это обеспечивало коммерческий успех, и поэтому было принципиальной позицией подобных изданий. Все они имели усредненный внешний облик: убрав титульные листы с названием журнала, по оформлению и архитектонике невозможно было определить, «кто есть кто».

В модернистских изданиях оформление журнала проходило не по законам «выгодности» журнального предприятия и необходимости угодить общественному мнению, а по критериям концепции номера, художественной выразительности и вкуса. Модернистские журналы наполнены авторским духом. Каждый из них имеет свой графический образ. Художники ищут сложного двойного преобразования, переосмысливая реальность через метафору, аллегория, символ, миф, историю. Визуальные образы иллюстрируют стремление к созданию

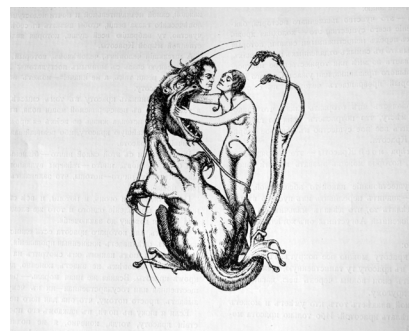


Рис. 4.3. ЗОЛОТОЕ РУНО. 1907. №
11–12. С. 67.
Художник В. Мясютин.

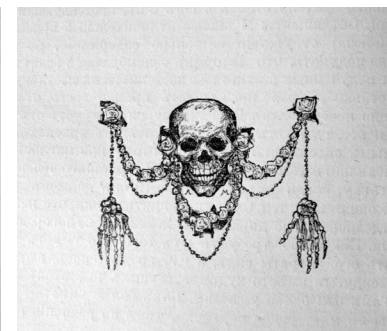


Рис. 4.4. ВЕСЫ. 1906. № 5. С. 92.
Виньентка.
Художник Л. Мейстер.

новой реальности, к утопическому переустройству окружающего мира. Сюжеты, используемые в оформлении, — вымышленно-исторические или символические. (Рис. 4.3., 4.4.).

К созданию выразительного внешнего облика журнала стремились все издатели. Для этого приглашали лучших художников, а также искали лучшие материалы и технологии печати. Фототипии журнала «Мир искусства» выполнялись в Германии, автотипии — в Германии и Финляндии, цинкографии — в Петербурге. Шрифт был отлит по старинным матрицам в словолитне Академии наук. Внешний облик журналов был отмечен современниками. А. Блок характеризует страницы «Мира искусства» как «праздничные»⁴².

Журналы активно используют в своей издательской практике публикацию репродукций картин с выставок, устраиваемых сотрудниками изданий или другими отечественными и зарубежными художниками, полотен, находящихся в различных музеях России и мира. Так, «Золотое руно» в 1908 году в №№ 7–9 публикует 94 снимка с картин французских художников, создавая, таким образом, обзор выставки «Салон “Золотого руна”», а в 1907 году в № 12 публикует 35 репродукций из Виленской коллекции в Румянцевском музее. «Мир искусства» печатает большое количество репродукций и похож на добротную книгу по искусству. Страницы порой несколько перегружены, но причина этого — в стремлении издателей устро-

⁴² Блок А. Письмо к Г. И. Чулкову от 26 августа 1907 г. // Блок А. Собр. соч. : В 8 т. М.: Л., 1963. Т. 8. С. 11.



Рис. 5-1.
МИР ИСКУССТВА.
1901. № 5.

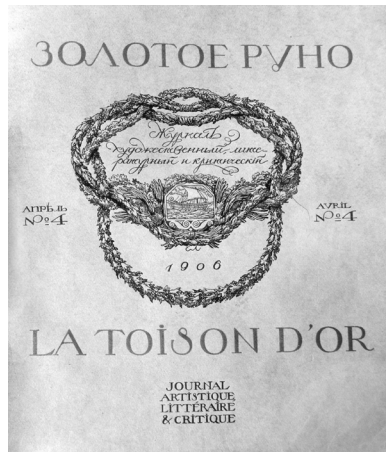


Рис. 5-2.
ЗОЛОТОЕ РУНО.
1906. № 4.

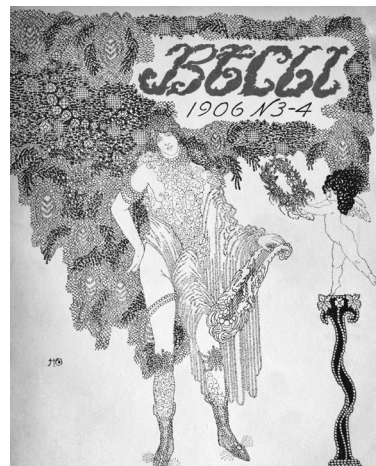


Рис. 5-3.
ВЕСЫ. 1906. № 3-4.

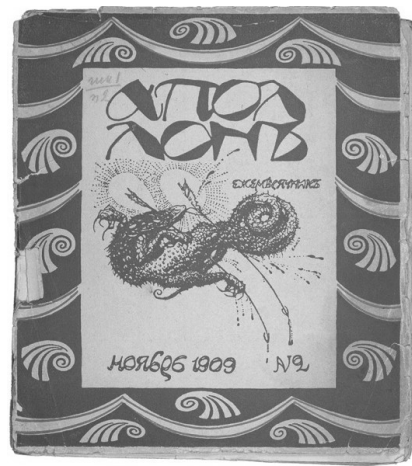


Рис. 5-4.
АПОЛЛОН. 1909. № 2.



Рис. 2-2. ЗОЛОТОЕ РУНО.
Марка журнала. Художник И. Билибин.



Рис. 2-3.
ЗОЛОТОЕ РУНО.
1907. № 10-12.

ить на журнальных страницах музеев, выставочный зал, предложить как можно больше достойного визуального материала.

Художественные журналы впервые акцентируют дизайнерское внимание на обложке: на ней лежит важная первичная нагрузка, поскольку она раскрывает всю «протяженность» журнала, публикует его главные идеи и центральную тему номера. Обложки, если смотреть на них в историческом ракурсе, могут стать иллюстрацией развития дизайнерских идей и приемов (Рис. 5.1., 5.2., 5.3., 5.4.). Каждый из модернистских художественных журналов создает свою эмблему (см. прил. 6.), которая присутствует на рекламных листах, ставится в начале или конце журнала как знак, заверяющий предлагаемое художественное качество. (Рис. 2.2., 2.3.).

Художественные журналы Серебряного века впервые за всю историю русской журналистики являют нам осуществленный синтез между словом и изображением, между изображением и элементами полиграфического воплощения, образец понимания журнала как целостного художественного организма. Появление журналов, в которых царил культ художественного оформления, преобладала эстетическая значимость всех его структурных компонентов, повлияло на развитие полиграфического дизайна, предопределило доминирующее значение визуального образа в культуре XX и XXI веков.

3.1.2. «Родное» и «вселенское»: диалог культур в художественных журналах

Рубеж XIX — XX веков — время активного интеркультурного взаимодействия, которое осуществляется по различным информационным каналам. Новый взгляд на мир, новое мировоззрение и стремление к новому искусству являются консолидирующим фактором художественной деятельности различных стран. Модернистские журналы актуализируют диалог между Россией и Западом, заданный ими дискурс ориентирован на мировое, общечеловеческое пространство: духовное, интеллектуальное и художественное.

Модернистские философы и художники понимали задачу спасения духовного мира как «настоятельную потребность защитить и утвердить собственно человеческие ценности, заключающиеся как в завоеваниях многовековой культуры, так и в духовном богатстве личности»⁴³, но выражали ее в разных формах. Впервые в истории

⁴³ Неклюдова М. Г. Традиции и новаторство в русском искусстве конца XIX — начала XX века. М., 1991. С. 12.

мировой культуры возникло интернациональное философско-эстетическое движение, направленное на гуманизацию и интеграцию культуры, взаимодействие как внутрикультурное (идея синтеза искусств), так и интеркультурное (идея синтеза мировых культур в общее духовное пространство человечества). Этот философский потенциал реализовывался и в богоискательском порыве к высшим духовным ценностям, и в виде сотворения мира Красоты в реальной жизни и повседневности.

Направления поиска новой «обетованной земли» у западных и русских мыслителей были существенно различными. Западная эстетическая мысль больше тяготела к построению теорий «чистого» искусства, замыкала его художественные задачи на само искусство (но именно поэтому западное искусство достигло больших высот в технической стороне художественного мастерства). Русская же модернистская эстетика осталась верной своим национальным корням — «русский художник боится поверить красоте до конца, его художественная гордыня смиряется перед величием нравственной проблемы»⁴⁴.

Особенности национальных эстетических традиций сказались на развитии модернистской художественной журналистики. В Европе первые модернистские журналы появляются на несколько лет раньше, чем в России, в 1890-х годах происходит своеобразный модернистский журнальный бум: в европейских столицах были открыты более 20 художественных журналов.

В Англии неоромантический бунт, желание рассказать обществу о возможности нового взгляда на мир вылилось в создание целого ряда журналов, самыми значительными из которых были «The Yellow Book», «The Studio» и «The Savoy». Модернистское мышление порождало именно эстетические феномены, английские поэты создавали художественные журналы, воплощающие синтез идеи, содержания и образа. В поиске эстетических противопоставлений «серости» буржуазного мира поэты и художники нашли желтый цвет и сделали его символом нового, просветленного Красотой бытия. Это любимый цвет прерафаэлитов Д.-Г. Россети, Э. Берн-Джонса. У. Моррис изобразил желтые подсолнухи на стенах оксфордского клуба, О. Уайльд носил цветок подсолнуха в петлице как символ эстетства, и, наконец, журнал назывался «Желтая книга». Своим ярким переплетом

⁴⁴ Маковский С. К. Страницы художественной критики. СПб., 1913. С. 160.

он символизировал бунтующий и новаторский дух времени. Английские неоромантики под руководством Дж. Лейна организовали журнал, который манифестировал новое искусство. Окрещенные именем декадентов, они одновременно оказались и в центре внимания, и в ситуации непонятости публикой.

Европейские модернистские художественные журналы сосредоточили свой концептуальный интерес на самодостаточности искусства, на искусстве ради искусства. Они не ставили таких глобальных историософских задач, какие поднимались в русских модернистских журналах. Общим эстетическим основанием и для русских, и для европейских мыслителей было стремление к красоте, ее воплощению в человеческом бытии.

Как европейские, так и русские журналы выражали интересы определенных групп художников и литераторов, объединенных одной эстетической идеей. Посредством журнала его авторы сообщали и визуально демонстрировали свои взгляды и творческие поиски. Так, один из первых европейских модернистских журналов — французский «La Revue Blanche», — издавался известными деятелями культуры братьями Натансон, при активном участии мастеров группы Наби. В журнале сотрудничали Андре Жид и Поль Валери. В Германии выходил журнал «Deutsche Kunst und Decoration», который представлял эстетические идеи и художественное творчество организованной в Дармштадте группы художников, занимающихся декоративно-прикладными искусствами.

Идеи возрождения национальных художественных промыслов, поиска истинного творчества в народной культуре были свойственны как русским, так и зарубежным художникам. Деятельность художественных мастерских в Талашкине и Абрамцево, пропаганда идей русского национального искусства на страницах «Мира искусства», как и аналогичная деятельность зарубежных коллег, лишь подчеркивает устремленность модернистской эстетики к обнаружению подлинных корней духовного человеческого бытия.

Большинство художественных журналов пошло по пути профессионализации в области искусства, отражало современное искусствоведение или развивало журнальное искусство как таковое. Европейские журналы предельно используют технические возможности книжной и журнальной культуры своего времени⁴⁵. Художественные журналы были ориентированы на самые оригинальные приемы в

⁴⁵ Сарабьянов Д. Е. Стиль модерн. М., 1989. С. 30.

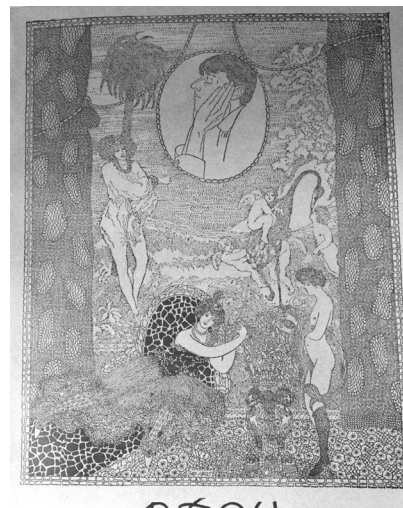


Рис. 7-1. ВЕСЫ. 1905. № 11.
Обложка. Художник Н. Феодилактов.

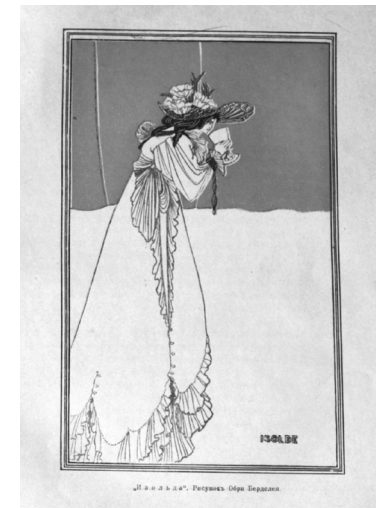


Рис. 7-2. ВЕСЫ. 1906. № 11.
С. 16. Иллюстрация.
О. Бердслей.

творчестве, на новейшие направления в искусстве. Они стали центрами современной художественной жизни Европы. Издатели русских художественных журналов сознательно обратились к изданиям своих европейских коллег: их опыт был ценен, потому что существовало сходство миропонимания, соприродность эстетического чувства окружающего мира. В Брюсов в редакционной декларации журнала «Весы» писал, что внешними образцами для него были избраны такие издания, как английский «Athenaeum», французский «Mercure de France», немецкий «Litterarische Echo», итальянский «Marzocco».

Русские художественные журналы изначально были направлены на «открытие» современной мировой культуры: активно печатали философско-эстетические статьи и литературные произведения европейских авторов, в оформлении использовали графику европейских и американских художников, публиковали репродукции картин, выставляемых в Европе. Целые журнальные номера персонально посвящались избранным европейским художникам (О. Бердслей, М. Дени и др.), тем личностям, творчество которых наиболее близко эстетическим взглядам авторов журналов (Рис. 7-1., 7-2.).

Каждый русский художественный журнал имел своих корреспондентов практически во всех странах Европы и Америки. Превзошел всех в этом отношении журнал «Весы» — он с гордостью заявлял своим читателям, что те первыми узнают культурные новости из Германии, Франции, Англии, Италии, Греции и т. д., и т. д. А. Блок в «Шуточных программах журналов» даже иронизировал над этим: «На “Вессах” лежит обязанность знакомить русскую публику с новыми книгами Франции, Чифу и Новой Каледонии»⁴⁶.

Русские авторы демонстрировали поразительную осведомленность в современной европейской культурной жизни. Информация такого рода свободно циркулировала, из Европы заказывалось большое количество разных журналов, этому способствовала и щадящая цензурная ситуация. При всем этом русские журналы не стали дубликатами европейских и «односторонними представителями» европейской культуры в России. Их деятельность была не антинациональной (обвинение неоднократно предъявлялось к ним на страницах традиционалистской прессы), но в высшей степени космополитичной, утверждающей ценности мировой культуры и при этом открывающей миру русскую культуру.

Журналы вели постоянную, активную выставочную деятельность. В 1906–1907 годах С. Дягилев организует во Франции серию музыкальных концертов, с 1907 года началось «вторжение русского балета в Париж», как отмечал С. Маковский. В 1912 году редакция «Аполлона» устроила грандиозную выставку «100 лет французской живописи». Во многих европейских художественных объединениях прошли выставки русского искусства. С гордостью за русскую культуру, за талант русских художников сообщают журналы о победоносном шествии русского искусства. Аполлоновский критик Б. Анреп, посвящая статью «По поводу лондонской выставки с участием русских художников» англо-русским художественным связям, пишет, что русские художники занимают особое положение на выставке, прежде всего по тому впечатлению, какое они производят на широкую публику своей «экзотичностью», то есть сильно выраженной в их работах национальностью, отличной от западных соседей⁴⁷. На выставке были представлены работы К. Богаевского, Н. Гонча-

⁴⁶ Блок А. Шуточные программы журналов // Блок А. Собр. соч.: В 8 т. Т. 7. С. 443.

⁴⁷ Аненский И. Ф. Письма к С. К. Маковскому. 1909 // Ежегодник рукописного отдела Пушкинского Дома на 1976 г. Л., 1978. С. 59.

ровой, М. Ларионова, К. Петрова-Водкина, Н. Рериха, М. Сарьяна, М. Чюрлениса. «Успех был таким, что начались даже лекции, тут же на выставке, о символической, оккультной и прочих тайных силах русских художников»⁴⁸. Английские критики отмечали «глубокое религиозное исповедание искусства». Такого рода тональность эстетических размышлений о русском искусстве характерна для всех статей о межкультурном взаимодействии.

Проблемы взаимодействия культур стали центральными в журнальном философско-эстетическом дискурсе. В конце XIX — начале XX веков актуализируется традиционный для русской философской мысли вопрос о диалоге России и Запада. «Как же мы, русские, отнесемся к современной западной культуре? Что же нам делать? Следовать за ними или строить башню искусства и жизни на свой лад?»⁴⁹ — вот извечный вопрос, ставший противоречивой, но неотъемлемой чертой и принадлежностью русской культуры.

Как ответ на этот вопрос из журнала в журнал переходит мысль, находящаяся в общем русле размышлений: ревностное оберегание национальных корней необходимо. Русские модернисты активизировали общение с западной культурой, но они обратились за современными философскими и эстетическими идеями, которые были важны для русской философии и эстетики того времени, за техникой художественного ремесла. Русские мыслители и художники не искали образцов, они искали позиции философского диалога для решения насущных проблем современного искусства и — шире — всей культуры. Буквально за два десятилетия русское искусство сделало гигантский художественный рывок, как в вопросах формы, так и в вопросах содержания. Отправной точкой для такого движения как раз и явились глубокие корни русской культуры. Русская ментальность соединила западный рационализм и восточную мудрость, сохранила устремленность к целостному эмоционально-образному постижению мира, не разъединенному на отдельные сферы. Бурные журнальные дебаты по проблемам национальных традиций, оберегания культурного наследия от забвения, по вопросам ассимиляции культур резюмирует редактор «Аполлона» С. Маковский: «Культуру всех стран и народов можно рассматривать только через национальную призму, только сквозь дымку эстетических исканий нации...». И продолжает: «...если разные стороны истины доступны созерцанию разных народ-

⁴⁸ Там же. С. 46.

⁴⁹ Аполлон. 1914. № 1–2. С. 74.

ностей, то сама по себе истина — вернее, ее достижение — выше национальностей»⁵⁰.

Пытаясь решить такие глобальные задачи, модернистская философско-эстетическая мысль искала контрапункт бытия, двигаясь не только по географической горизонтали, но и по исторической вертикали. На страницах художественных журналов был создан новый, уникальный диалог культур Востока и Запада, язычества и христианства, Античности, Средневековья, Возрождения и Нового времени.

При существенной разнице в философско-эстетических позициях, представленных в журналах, при всех метаморфозах эстетико-философского дискурса внутри континуума русской и европейской культуры искусство остается той константой, тем Абсолютом, который определяет взгляд на мир, организует все жизненное пространство человека. На страницах журналов запечатлены ценностные ориентиры модернистской эстетики, которые становятся отправной точкой для решения задач художественного творчества, а также его сверхзадач: постижения Истины, устройства жизни на основаниях национального и общечеловеческого, «родного и Вселенского».

О художественном журнале можно говорить как об особом виде культурной коммуникации: он является тем информационным каналом, по которому транслируются эстетические смыслы и значения, уточняются ценностные доминанты. Информация о культуре фиксируется в самой архитектонике журнальной формы, стилистике изложения материала, в создании внешнего образа. В этом смысле журнал предстает как форма социального «письма», пропитанная культурными ценностями и интенциями как бы в дополнение к тому авторскому содержанию, которое она выражает⁵¹.

⁵⁰ Аполлон. 1916. № 2. С. 22–26.

⁵¹ См.: Барт Р. Указ. соч. С. 233–245.

3.2. Время в экранной документалистике

Уже в самых первых попытках документальной фиксации действительности выявилась многоаспектность понятия времени — реальное и экранное время, время историческое, социальное, субъективное и т. д. Эстетические практики представления времени в аудиовизуальной журналистике соотносятся с задачами жанра, техническими возможностями современного оборудования, потребностями аудитории, творческими концепциями авторов.

3.2.1. Документальные образы: игры со временем

Первые киноролики не имели монтажных склеек, экранное время в них полностью соответствовало реальному. Решительное дистанцирование экранного искусства от театра, продолжительность действия в котором совпадает со временем восприятия спектакля публикой, произошло в тот момент, когда удалось создать иллюзию единого времени и пространства, склеив несколько разных фрагментов, обладающих общими атрибутивными элементами. В дальнейшем «феномен достоверности» постоянно будет занимать умы теоретиков и практиков кино и телевидения. Одни — категоричны, полагая, что экранным документом можно считать только то, что зафиксировано в течение реального времени без вмешательства и без авторской трактовки отснятого материала; другие же склонны понимать достоверность более широко, допуская реконструкцию события, текстовую и монтажную интерпретацию материала и т. п.

Нельзя не отнестись с уважением к позиции первых в связи с тем, что сегодня под влиянием идей постмодернизма происходит активная диффузия видов и жанров, приводящая к различного рода экранным мистификациям и фейкам. Однако не менее актуально и то, что насыщенная информационная среда не оставляет зрителю возможности для продолжительных просмотров, а документальные кадры, просто фиксирующие события в реальном времени, не всегда интересны публике. При этом и тот, и другой подход может получать в экранном творчестве убедительные эстетические обоснования. Широко известный фильм «Старше на 10 минут» (реж. Г. Франк, 1978) представляет собой, по сути, крупный план, запечатлевший выразительную реакцию маленького мальчика на кукольное представление, что не может оставить зрителя равнодушным, потому что это зримый образ того, как время, минута за минутой, формирует эмоциональный и эстетический мир человека. С. Лозница, наоборот, часто ис-

пользует принцип *ахронности*, т. е. отсутствие на экране движения времени как творческий прием. В фильме-притче «Полустанок» он создает метафорический образ России, дремлющей в ожидании, что кто-то ее разбудит и повезет в светлое будущее. Режиссер Е. Соломин в фильме «Глубинка. 35–45» представляет сложный экранный хронотоп, совмещая пространство и время. В центре фильма *история* о том, как провинциальный фотограф ездит по отдаленным сибирским селам, снимая людей на паспорта Российской Федерации, попадая при этом в самые разные веселые и грустные ситуации. В конце картины милиционеры подносят мешки с паспортами СССР к печи и бросают бывшие документы в огонь. И эти финальные кадры с пылающими паспортами уже не существующей страны создают пронзительный экранный образ ушедшей эпохи, совмещая понятия времени реального, социального и исторического.

«Хочешь показать жизнь полной и правдивой — ищи и добавляй образы! — говорил замечательный документалист Герцог Франк. — Образы пробуждают фантазию. От них, как от камешков, брошенных в воду, разбегаются круги ассоциаций — одно воспринимаешь непосредственно, другое воображаешь, третье чувствуешь, и таким путем создается ощущение целостности и глубины»¹.

Экранное время способно замедляться или ускоряться и даже идти вспять благодаря *кинематическому режиму* съемочной камеры. Казалось бы, чисто технический прием «*стоп-кадр*» останавливает мгновение: представляя собой, по сути, фотографию, он производит на зрителя совершенное иное впечатление, чем фотоснимок, потому что из цепи последовательных кадров режиссер или журналист выбирают один, фиксируют *не* нем внимание и тем самым передают идею остановленного времени. Всем памятен кадр с любительской киноплёнки, запечатлевшей момент убийства Д. Кеннеди: кортеж движется солнечным днем по улице Вязов — и вдруг пуля снайпера попадает в голову президента. В этом месте и был сделан на телевидении «стоп-кадр»: остановилось изображение, прервалась жизнь человека.

Эстетическая функция экранного времени проявляется себя при использовании таких видов монтажа, которые способны вызвать эмоциональный отклик у зрителя. Это прежде всего *ритмический* монтаж, где музыкальные термины «темп» и «ритм» визуализируются на экране; *параллельный* или *перекрестный* монтаж, при котором возникает иллюзия того, что два или три действия происходят в одно и то же время, но в разных местах.

¹ Франк Г. В. Карта Птолея. М., 1975. С. 44.

Известный монтажный прием «*наплыв*» способен образно передать идею времени: переход через наплыв от кадра, на котором запечатлено место, снятое много лет назад, к кадру, где это же место зафиксировано сегодня, способен передать идею энтропии либо обновления, ностальгии о прошлом, создать образ быстротекущей жизни и т. п. Скажем, сменяя наплывом фонтан со скульптурным хороводом детей черно-белыми кадрами того же фонтана, снятыми военным оператором после бомбардировки Сталинграда, авторы как бы перебрасывают временной мостик между десятилетиями.

Если в смежных кадрах, сменяемых наплывом, есть элементы схожести или контраста, то временной компонент вносит в этот монтажный прием дополнительное метафорическое звучание. Например, перейдя через плавный наплыв от заснеженного дерева к пышному белому цветению вишни, можно передать идею метаморфозы, вечного обновления жизни.

Таким образом, реальное время получает экранное *эстетическое* измерение, будучи запечатленным как образ, чувство времени.

Компрессия реального времени происходит в журналистских репортажах: жанр, в задачу которого входит создать «эффект присутствия» зрителя на месте событий, скомпоновать дайджест происходящего, сжимая время, отсекая малозначительные моменты действительности. Репортаж как основа тележурналистики является частью экранной документальной эстетики. Тем более что способность ТВ сообщать о событии в момент, когда оно происходит, породила *феномен настоящего времени*: подсознательное ощущение, что не только в прямых, но и в смонтированных передачах время — реальное, и событие совпадает во времени его восприятия.

Конечно, интересен и выразителен репортаж, в котором удалось запечатлеть эксклюзивное событие в то самое время, когда оно происходило. «Ничто не может сравниться для нас с неповторимым событием, запечатленным в момент его свершения»². Однако трансляция или ее воспроизведение возможны не всегда, и чаще профессионалы *восстанавливают* цепь событий, произошедших в течение определенного времени. Таким образом, время передается через события и их последовательность, хронологическую или подчиненную замыслу автора, который меняет временной порядок произошедшего: ставит на первое место наиболее важные эпизоды, усиливает ключевые моменты и т. д. Например, в информационном вещании не-

² Базен А. Что такое кино? М., 1972. С. 54.

редко используется метод *видеоповтора* в тех случаях, когда очень быстро произошедшее событие сложно воспринять с первого раза. В спортивных передачах этот прием стал способом не только контроля за действиями игроков, но и создания особой выразительности, пластики, запечатленной в динамике замедленного действия.

Экранное время предполагает постоянное развитие. «Время есть форма существования объективной реальности, и оно должно определяться через “реальность”, которая не существует иначе как в динамике, переходе от одного к другому, становлении»³. Статичная ситуация как бы являет зримую метафору застывшего времени. В австралийском фильме «Соль» (2009) фотограф Мюррей Фредерикс приезжает на озеро Эйр, представляющее собой огромный мокрый солончак, где нет ничего, кроме почвы, полностью лишенной какой бы то ни было растительности, и безбрежного горизонта в пределах 360 градусов. Здесь со всей остротой ощущается застывшее, «мертвое время» — в течение многих дней ровным счетом ничего не происходит. Искусственная изолированность персонажей от среды, в которой они находятся, — это одновременно и изолированность от исторических и социальных примет времени.

3.2.2. Драматургия времени

Каждая эпоха определяет свой особый темп жизни и особое восприятие времени. Темп нашей жизни значительно изменился, а скорость распространения информации и ее объемы необычайно увеличились — это не могло не найти отражения в творческой практике кино и телевидения. Временное ускорение сказалось на более экспрессивной подаче новостей, на насыщенности программ интерактивными приемами — от симультанного приема телефонного или телевизионного сигнала из другой точки земли, страны, города до непосредственного общения со зрителем (телефон, пейджер, Интернет, голосование по типу «да-нет», «за-против» и т. п.). Большое количество визуальной информации, рассчитанной на быстрое восприятие зрителем, несет клиповый монтаж. Можно согласиться с Н. Утиловой, считающей, что «телевидение не столько сократило ощущение расставания, сколько сконцентрировало время»⁴.

³ Акимов Р. А. Проблема становления во времени // Философские аспекты учения о времени, пространстве, причинности и детерминизме. М., 1985. С. 31–39.

⁴ Утилова Н. И. Телевизионное пространство и время. Эстетическая роль монтажа. М., 2000. С. 32.

Специфика телевизионной информации в том, что она *беспрестанна* и бесконечна, как сама жизнь. Особенно наглядно это ощущается при просмотре специальных новостных каналов, где полученная информация через некоторое время замещается новыми или уточненными сообщениями, при этом та или иная новость может обновляться и развиваться в течение недели, а то и месяца. Принцип *сериальности*, т. е. постоянного развития информации во времени, присущий телевидению, стал практикой современного документального вещания, создавая событийно-временной континуум, который разворачивается одновременно с текущей жизнью.

Что же касается художественно-публицистических программ, то в них время становится эстетической категорией, активно участвуя в драматургическом решении и определяя композиционное построение произведения. В отличие от игрового кино, в котором трудно показать течение времени, не прибегая к гриму, реконструкции событий и т. п., документалистика способна не только убедительно представить на экране образ исторического или социального времени, но и показать те *изменения*, которое производит время в пространстве, в политической и социальной жизни, в быте и нравах людей, а главное — в жизни реальных конкретных героев.

Если «горизонтальная реальность» убедительно передает ощущение времени, зафиксированного в очень короткий период, в течение которого чаще всего ничего особенного не происходит, то вертикальная реальность создает историю, нарратив. Как заметил Ж. Делёз⁵, «суть натурализма фактически содержится в образе-импульсе», т. е. в образе, лишенном движения времени, а нарратив организует экранное время, делает его подвижным, динамичным. Богатая практика мировой и отечественной кино- и теледокументалистики показывает, что зрителю всегда интересны ленты, в которых само *время выступает драматургом*, меняя жизнь героев, ставя их перед очередным выбором. Экранное время в таких фильмах может быть выстроено двумя способами: развитие событий носит *линейный* либо *нелинейный* характер.

Охват большого временного периода с линейным, хронологически последовательным развитием истории характерен для большинства *мемориальных* фильмов-портретов. В фильмах о безвременно ушедших из жизни творческих личностях показана драматическая жизнь героев в разные периоды их жизни и то, как время прибли-

⁵ Делёз Ж. Кино / пер. с фр. Б. Скуратова. М., 2004. С. 190.

жает их к трагической развязке. Линейность свойственна фильмам и программам, использующим метод длительного наблюдения. В фильме «Сегодня премьера» (1965) Майя Меркель для того, чтобы показать наглядно, какой путь проходит творческая идея от замысла к ее воплощению, производила съемки в ленинградском БДТ в течение всего периода подготовки к премьере спектакля «Три сестры». Аналогичный метод был использован ею и при создании фильма «*Perpetuum mobile*. Вечное движение» (1967): десять месяцев она находилась в коллективе Игоря Моисеева, снимая репетиции, бытовые сценки, непростые отношения людей и т. п. Однако в современных телевизионных документальных программах чаще встречается нелинейность экранного времени — как прием, призванный привлечь внимание зрителя. Такой способ экранного повествования был своего рода фирменным знаком программы «Профессия — репортер» в начале 2000-х: во всех передачах использовался параллельный и перекрестный монтаж. Таким же форматным было использование параллельного монтажа в программе «Один день. Новая версия», в которой показывалась параллельно жизнь двух в чем-то схожих героев — их могла объединять профессия, увлечение, жизненная ситуация и т. п.

Третий тип временной структуры документального фильма и телепрограммы — *квантовый* — основан на возвращении к герою спустя значительный промежуток времени. Жизнь героя в этом случае представлена как серия временных периодов, а экранный рассказ являет собой своего рода интервальный переход от одного отрезка времени к другому. Можно сказать, что время в фильмах этой модели выступает как действующее лицо, поскольку очередное временное накопление неизбежно вносит значительные изменения в жизнь героев.

В 1960-е годы возникает идея создавать *циклы* телевизионных фильмов, системно возвращаясь к героям через определенные промежутки времени. Родоначальником этого приема считается английский режиссер Майкл Эптед (Michael Apted). Точнее, у первоисточков стоял Пол Элмонд, режиссер манчестерского телевидения *Granada TV*, который позвал Эптеда поработать на проекте «7 Up», связанном со съемками детей, но все последующие серии Майкл Эптед делал уже самостоятельно.

Творческой и технологической задачей проекта «*Up Series*», начатого в 1964 году, было проследить, как будет складываться жизнь британцев из разных социальных слоев. Для съемок были отобраны 14 семилетних англичан, к историям жизни которых телевизионщики

возвращались *через каждые семь лет*. Аналогичный проект М. Эптед осуществил в США, начав снимать серию телевизионных фильмов под общим названием «Рожденные в Америке: семилетние» (*Age 7 in America*). В 2012 году героям очередного фильма цикла «*Up*» было уже по 56 лет, в 2019 году им будет, соответственно, по 63 года.

В одном из интервью М. Эптед так определил свой метод работы с героями такого рода циклов: «Как правило, это одно большое интервью, в отличие от привычных коротких опросов. Мне очень важен крупный план, поскольку в этом случае ощущается личность человека, а также черты поколения»⁶.

Подобные проекты, основанные на наблюдении того, как время меняет жизнь человека, стали появляться затем в других странах — в СССР, США, Японии, Южной Африке, но в каждой национальной программе доминировал свой принцип отбора явлений. В японской версии «*Up Series*» прослеживалась жизнь двух героев, живущих вблизи американской военной базы Санаэ, рядом с Курильскими островами. Авторы проекта пытались проследить через изменение психологии героев отношение населения к проблеме сохранения национального культурного наследия и воздействия на него другой культуры.

Лейтмотивом американского проекта «Женившиеся в Америке» (*Married in America*) стала тема толерантности, рассказ о том, как люди разных национальностей, вероисповеданий и социальных слоев создают семьи и уживаются друг с другом. Режиссером этого документального сериала стал тот же Майкл Эптед, но интервал между фильмами он сократил до пяти лет.

Свою идею М. Эптед в качестве продюсера реализовал и в России, пригласив к сотрудничеству режиссера Сергея Мирошниченко. В итоге получился известный цикл под названием «Рожденные в СССР» (*Age 7 in the USSR*), в котором показано, как сложилась жизнь ребят, рожденных в Советском Союзе, после произошедших в стране политических и социальных изменений и распада СССР.

Шестнадцать лет продолжалось наблюдение за детьми в «Контрольной для взрослых» (авторы Игорь Шадхан и Светлана Волошина, «Лентелефильм»). В результате получился цикл фильмов-портретов о взрослеющих детях и их родителях. К 1994 году бывшие школьники превратились в самостоятельных людей со своими взгля-

⁶ Stewart R. Interview: Michael Apted, Director, 49 Up. 2006. 5 Oct.. URL: <https://www.moviefone.com/2006/10/05/interview-michael-aped-director-49-up>.

дами на окружающую действительность, своим внутренним миром. Фактически и здесь центральной темой стала судьба человека на фоне эпохи.

В 2000 году к теме детства обратилась BBC. Режиссер Роберт Уинстон начал съемки очередного цикла телефильмов о британских детях. Наблюдение запланировано на 20 лет, причем в данном случае авторы видеосъемки представляют и научный интерес — авторы хотят показать, как гены и среда влияют на формирование личности ребенка.

Наряду с большими телевизионными циклами, в основе которых лежит обращение к героям через большой временной интервал, в мировом кино был создан ряд законченных фильмов, где перед зрителем предстают различные этапы жизни того или иного человека, снятые методом наблюдения.

В фильме «Анна от 6 до 18» (1993) Никиты Михалкова, снимавшего свою дочь в течение 12 лет, показано, как меняется поведение ребенка и восприятие им окружающего мира не только по мере его взросления, но под воздействием среды и значительных исторических перемен, т. е. основным героем этой ленты становится историческое и социальное время.

В телефильме «Катка» (реж. Гелена Тржештикова; Чехия, 2010) мы видим героиню фильма в решающие периоды ее жизни на протяжении 14 лет. Каждый раз она пытается найти мотивацию, которая избавит ее от наркотической зависимости, но после этого вновь возвращается к пагубной привычке. Она как бы попадает в кольцо времени, из которого нет возможности вырваться, потому что здесь все определяет воля и желание человека. К сожалению, никакая мотивация, даже рождение малыша, не способна прорвать замкнутый круг.

Экранная документалистика, и особенно телевизионная, создает образ реального времени, реальных событий и поэтому оказывают нередко гораздо большее эмоциональное воздействие на аудиторию, чем вымышленные истории. При этом осмысление феномена времени в журналистике связано не только и не столько с его фиксацией, которая может создаваться наблюдением и подробным воспроизведением, сколько с созданием документального образа времени как событийной последовательности, соотнесенной с социальной и исторической реальностью.

3.3. Публицистический кинонарратив: феномен телесности

3.3.1. Инструментарий публицистического кинонарратива

Публицистический кинонарратив представляет собой особую форму «нарративного знания», поскольку аудиовизуальная природа фильма позволяет «облегчить» мысленную реконструкцию событий — за счет экранной репрезентации зримых фрагментов «мира истории», его пространственной ориентации, конкретных «примет времени» и т. д. Конкретная информативность публицистического кинотекста, его априорная звукозрительная фактуальность являются безусловными преимуществами для воспринимающего и постигающего историю зрителя, хотя и не снимают стоящих перед авторами задач сделать ее «ментальным событием» для зрителя. Когнитивный потенциал качественного публицистического кинонарратива должен отвечать универсальным характеристикам и содержать «квалиа»¹. Последнее обстоятельство представляется особенно важным, поскольку позволяет говорить о существенном преимуществе экранных историй.

Сергей Эйзенштейн, размышляя об универсальной природе искусства, «ставит акцент на (выразительном) движении, визуальной репрезентации и характере, в которых ищется диалектическая триада: кинезис, мимезис и психика»². Направление мыслей великого режиссера оказалось перспективным, принципиально созвучным методу анализа Л. С. Выготского, эффективность которого выдающийся психолог блистательно показал в своей знаменитой «Психологии искусства»: «от формы художественного произведения через функциональный анализ ее элементов и структуры к воссозданию эстетической реакции и установлению ее общих законов»³.

Более того, по мнению финской исследовательницы Пии Тикки, С. Эйзенштейн вплотную подходил к биодинамическому изуче-

¹ *Herman D.* Description, Narrative and Explanation: Text-type Categories and the Cognitive Foundations of Discourse Competens // *Poetics Today*. 2008. № 29. 2. P. 24.

² *Булгакова О.* Теория как утопический проект // *Новое литературное обозрение*. 2007. № 88. URL: <http://magazines.russ.ru/nlo/2007/88/bu3.html>.

³ *Выготский Л. С.* Психология искусства. М., 1968. С. 41.

нию эмоциональной выразительности и представлял кинематограф как психологическую «лабораторию эмоций»⁴. Вслед за Выготским Эйзенштейн утверждал концепцию активного зрителя, а также указывал на своего рода «телесную имитацию» зрителем увиденного на экране действия. Последнее особенно важно, поскольку тем самым пионеры изучения природных свойств кинематографа, определяющих воздействие кинотекста на зрителя, предвосхищали или, скорее, подготавливали своими рассуждениями современные концепции, актуализирующие представление о «телесных глубинах человеческого смыслотворчества»⁵. Разумеется, сегодня речь идет уже не просто о «биомеханике», а о глубинных психофизических процессах, определяющих восприятие мира человеком. Согласно гипотезе А. Домасио, сознание человека прокручивает опыт как «мысленное кино», а соответственно, фильм есть «наглядное представление разворачивающегося в мозгу нарратива». Продолжая данную логическую линию, Л. Д. Бугаева предлагает говорить о *наррации эмоций* и подчеркивает, что она является «одним из аспектов комплексной наррации фильма; особый смысл при этом приобретает фигура обладателя опыта (experiencer), каковым предстает не только герой на экране, но и автор фильма, а также зритель»⁶.

Трансформация реально произошедшей в жизни истории в экранный нарратив, транслирующий зрителю определенный жизненный опыт, порождающий эмоциональное переживание событий, происходит в рамках актуальной для коммуникативной ситуации эстезы. Для теледокументалистики ключевыми эстетическими категориями являются *формы презентации наррации и фигуры экранной наррации*. К формам экранной наррации следует отнести *эпическую* и *миметическую разновидность наррации*. Для первой важнейшее эстетическое значение приобретает *экранный образ* нарратора, формирующий средствами аудиовизуальной выразительности и синтезирующий его телесные и/или духовные признаки: от закадрового текста до его непосредственного появления в кадре. Для второй — игровые, изобразительные элементы: от приемов аудиовизуальной

⁴ Tikka P. Enactive Cinema: Simulatorium Eisensteinense. Juvaskyla, 2008. P. 88, 91–94.

⁵ Johnson M. The Meaning of the Body: Aesthetics of Human Understanding. Chicago and London, 2007. P. XI.

⁶ Бугаева Л. Д. Кино как модель сознания: Пия Тикка // Международный журнал исследователей культуры. 2013. № 1 (10). С. 123.

риторики (символизации, контрапункта и т. д.) до постановочных эпизодов, т. е. формирующие звукозрительный образ *события*.

Соответственно, к фигурам экранной наррации относятся: *транспозиция* (переход от одной формы презентации наррации к другой), *наложение* (одновременное использование обеих форм в одном кадре, например, закадровый рассказ на планах реконструкции), *совмещение* (одновременное использование обеих форм в режиме полиэкрана). Фигуры определяют характер взаимодействия семантизированного видеоряда с вербальным повествованием, методы и приемы синтеза эпической и миметической наррации, способы нарративизации «фонового» изображения, а также анарративных речевых актов — все это формирует эстетическое своеобразие публицистического кинонарратива.

Важнейшим понятием, характеризующим своеобразие публицистического кинонарратива, является *метонимическая сила нарратива* — особая когнитивная и эстетическая категория, определяющая способность нарративного текста вовлекать в поле «ментальной репрезентации» мира элементы «неповествовательных» дискурсов⁷. Ее действие основано на способности зрителя «входить» в мир фильма, воспринимать его эстетическую цельность посредством *сопереживания* событиям экранной истории.

Человеку свойственно воспринимать и понимать течение жизни как цепь событий, а всякое событие, о котором повествуется с экрана, репрезентуется в фильмическом тексте в понятной каждому системе трех координат: «...оно локализовано в некоторой человеческой (единоличной или общественной) сфере, определяющей ту систему отношений, в которую оно входит; оно происходит некоторое время и имеет место в реальном пространстве»⁸. Комплекс эстетических свойств публицистического кинонарратива характеризуется устойчивостью и системностью; механизм создания и восприятия публицистического кинонарратива может быть представлен с помощью *поэтико-когнитивной модели*, описывающей и объясняющей многоступенчатый, основанный на эффекте «квалиа», путь освоения и передачи информации о происшедших в прошлом событиях (фабуле) посредством определенным образом структурированной и оформленной в средствах экранной выразительности «истории».

⁷ См.: Пронин А. А. Mass-док: презумпция нарративности. СПб., 2017. С. 18–19.

⁸ Арутюнова Н. Д. Язык и мир человека. М., 1998. С. 59.

В эстетическом и когнитивном плане публицистический кинонарратив можно представить как *совокупность проекций*, воздействующих аудиовизуальными средствами на сознание подразумеваемого зрителя:

- изначально зритель идентифицирует уровень «событий, о которых повествуется» (фабулу), одновременно отделяя его от уровня «события повествования», т. е. сообразно своей компетенции воспринимает *проекцию двусобытийности нарратива*;

- в процессе восприятия его сознание реконструирует картину событий, о которых повествуется, в их динамике, т. е. включается *проекция темпоральности*, «изменений состояния»;

- в соответствии с драматургической композицией развертывания истории зритель входит в «мир истории», его смысловое поле, вовлекается в эмоциональное со-переживание, т. е. постепенно усиливается *когнитивная проекция*, обеспечиваемая эффектом «квалиа»;

- параллельно сознание зрителя вычленяет ту или иную конфигурацию рассказа/показа, т. е. воспринимает *проекцию форм и фигур наррации, структуры нарратива*;

- кроме того, на подсознательном уровне зритель восполняет пробел, пустоту в своем представлении о мире, в личном опыте индивида, т. е. имплицитно проявляется *онтологическая проекция*, обеспечиваемая действием оппозиции присутствие/отсутствие.

Проецирование обеспечивается активностью всех нарративных инстанций, а производящим центром всей совокупности проекций является подразумеваемый автор публицистического кинонарратива, творческая инициатива которого «замыкает» цепь экранной коммуникации.

3.3.2. «Документальный человек» на экране: тело, поза, жест

Эстетическая ценность документального телефильма, априори ориентированного на репрезентацию реальности «без прикрас», — категория далеко не бесспорная. З. Кракауэр отмечал, что «наряду с фотографией кино — *единственное искусство, сохраняющее свой сырой материал в более менее нетронutom виде* (курсив наш. — А. П., Л. К.)⁹, и это природное свойство экранной культуры порождает «неверное представление, будто художественной ценностью

⁹ Кракауэр З. Природа фильма. Реабилитация физической реальности. М., 1974. С. 21

обладают только те фильмы, которые, состязаясь с произведениями изящных искусств, театром и литературой, пренебрегают *регистрационными* обязанностями кинематографа. В результате такое применение слова «искусство» лишает эстетической ценности фильмы, в которых действительно соблюдена специфика выразительных средств кино»¹⁰. К числу таких фильмов относятся и произведения кино- и теледокументалистики, которые в неизбежном «состязании с изящными искусствами» своими «регистрационными обязанностями» не пренебрегают по определению.

Изображая на экране объекты физической реальности, в том числе человека, «как есть» — в фотографической их схожести с оригиналом, документальный фильм тем не менее обладает и своеобразной эстетической ценностью. Основы *эстетики документалистики* были заложены еще в начале 1920-х годов Р. Флаэрти и Д. Вертовым: первый открыл и применил как раз «регистрирующий» метод «длительного кинонаблюдения», показав в фильме «Нанук с севера» (1922) и других своих работах, что наблюдение может быть выразительным, эстетически значимым, выходящим за рамки нейтральной «визуальной антропологии»; второй ввел в оборот такие понятия, как «киноправда», «кинопортрет», определил принципы «кинопозирования», которым нужно обучить «обыкновенных смертных людей», назвал снимаемого «документальным человеком», а в начале 1930-х годов одним из первых начал снимать «синхронные» портреты современников. Киноправду, которую Вертов считал главной для «человека с киноаппаратом», испытывающего «радость от правды, а не от правдоподобия»¹¹, он видел в застигнутой «врасплох» жизни своего обыкновенного героя. При этом на практике он сам себе противоречил, совершенствуя эстетику кадра, снимая «поэтическое» документальное кино, увлекаясь ритмом монтажа и другими отнюдь не «регистрирующими» возможностями «десятой музыки». Современное документальное кино, в том числе и телевизионное, следует вертовским эстетическим установкам лишь отчасти, в полной мере воспроизводя их противоречивость: по-прежнему остается актуальным конфликт между необходимостью точного изображения исторической реальности, «документального человека» — и стремлением автора зрелищно развернуть драму жизни, перипетии судьбы своего героя.

¹⁰ Там же. С. 68.

¹¹ Вертов Д. Статьи. Дневники. Замыслы. М., 1966. С. 237.

Поскольку *реалистичность* изображения является эстетической доминантой произведения экранной документалистики, одной из важнейших характеристик портретного документального фильма становится *телесность* образа героя, физическая его идентичность, отдельность от остального мира, воспринимаемая зрителем как на феноменологическом уровне, так и на семантическом. «Каждый из атрибутов тела, — справедливо утверждает Г. Крейдлин, — будь то форма, размер, положение или рост, при определенных условиях выражает или передает некоторое значение»¹². В произведениях экранного искусства атрибуты тела если как-то специально не семантизируются, то по крайней мере «регистрируют» физический облик человека, на который проецируются социально-личностные характеристики, формируя *синеэстетическое*, по определению С. Эйзенштейна, значение образа. Терентий Мальцев в знаменитом фильме С. Зеликина «Труды и дни Терентия Мальцева» (1976) внешне «схвачен» предельно точно: сухой, ширококостный, подвижный, и хотя на протяжении всей картины он ничего не говорит, но благодаря высказываниям о нем других людей этот немолодой крестьянин становится для зрителя «народным академиком». Григорий Перельман в фильме «Иноходец. Урок Перельмана» (2011) по фотографиям и кадрам с видеорежиссера магазина предстает как невысокий, сублимый человек, который тоже не желает говорить и сниматься, и только из контекста становится понятно, что в этом неказистом, «скрывающемся» теле живет гениальный ум и противоречивый дух. Другой знаменитый математик, Людвиг Фаддеев (цикл «Острова», канал «Россия-Культура»), напротив, мужчина крупный, физически и эмоционально одаренный столь же полноценно, как и умственно, и эта гармоничность подтверждается индексами его жизненного успеха: он и директор института, и академик-секретарь РАН, и лауреат множества премий, и счастливый муж, отец, дед и т. д.

Однако далеко не каждому «экранному человеку» дано право обладать полноценным телом, а среди частей тела есть «привилегированные» и «изгой», и в этом проявляется характерная черта «телевизионной телесности» — ее *иерархичность* (эта категория актуализируется в исследованиях по символической антропологии, в частности, иерархию тела в гендерном аспекте анализирует в своих работах

¹² Крейдлин Г. Язык тела и кинесика как раздел невербальной семиотики // Тело в русской культуре. М., 2005. С. 24.

С. Ушакин)¹³. Первый из заявленных тезисов легко доказывается на материале фильмов как о современниках автора, так и о давно ушедших: Пушкин в фильме Л. Парфенова «Живой Пушкин» (1999) или Довлатов в картине Р. Либерова «Написано Сергеем Довлатовым» (2009) обладают целым телом, пусть и «миметическим» (актерским в интермедии или анимированным), как обладают своими подлинными телами токарь Моряков («Токарь», 1974) или ученый Фаддеев. Но это центральные *фигуры*, а вот большинство рассказывающих о том или ином герое персонажей показаны лишь по пояс, как карточные полуфигуры, следовательно, их телесность *редуцирована* сообразно функции повествования и ограниченности их кругозора как нарраторов. Например, в фильме «Василий Гроссман. Я понял, что я умер» (2014) в полный рост, поскольку это продиктовано логикой и масштабом показа, виден только персонаж, показывающий в кадре место расстрела евреев Бердичева, а все остальные даны неподвижными на пояском или крупном плане. По той же причине мы видим лишь полуфигуры экспертов в «Загадках Мастера и Маргариты» (2005), а вот персонажи-актеры, сыгравшие в художественном телесериале «Мастер и Маргарита» и по замыслу авторов документального фильма представляющие зрителю реальные места, связанные с действием романа, двигаются в кадре в полный рост — они тоже *рассказывают-показывают*. В фильме «Граждане! Не забывайте. Приговор» (2008) много и разнообразно показано тело героя, Дмитрия Пригова, а также автора и основного нарратора, писателя Виктора Ерофеева, который, перемещаясь по Москве, как бы «ищет» своего загадочного героя. Из всех нарраторов-персонажей только композитор Мартынов и художник Орлов появляются на экране «общее» поясного плана по той же логике: они вместе с автором «ищут» героя, а следовательно, их статус как нарраторов чуть выше остальных. Таким образом, *телесность оказывается одним из маркеров функциональной иерархии системы образов фильма*, и полуфигуры принадлежат обычно тем, кто не интересует автора фильма как целое (в практике ТВ их обычно называют «говорящими головами», хотя такая трактовка не исключает общепринятого представления о характерном для телевизионной коммуникации «видения другого крупным планом, с дистанции, которая возможна только в ситуации полной интимности»¹⁴).

¹³ См.: Ушакин С. А. Поле пола. Вильнюс, 2007.

¹⁴ Вуненбургер Ж.-Ж. Телевизионные миражи электронной эпохи // Экранная культура. Теоретические проблемы : сб. ст. СПб., 2012. С. 254.

Уточнение «обычно» в предыдущем утверждении не случайно, оно обусловлено тем, что есть еще одна причина «редукции» тела в портретной теледокументалистике, не функциональная, работающая на уровне «возрастной» иерархии героев. Речь идет о телесности старого человека, и если в неигровом кино мы зачастую видим крен в другую сторону, например, в фильме А. Загданского «Костя и Мышь» (2006) тело старика-героя не просто не скрывается, а демонстрируется в подробностях всех его недугов, то в предназначенном для массового телезрителя биографическом фильме-портрете подобное невозможно. В плане хоть сколько-нибудь открытой телесности «старикам здесь не место», и на телеэкране мы не увидим пожилого человека в шортах и майке на даче или демонстрирующим врачу свое больное колено, даже если бы сам герой биографического фильма-портрета не возражал против этого. «Это некрасиво» — таков негласный эстетический императив современного отечественного ТВ.

Это не означает, что полностью и подобающим образом одетые пожилые герои — а таких в телебиографиях, по понятным причинам, большинство — вообще не двигаются, и зритель не имеет возможности увидеть их в полный рост, в физической динамике жизни. Например, в фильме «Доктор Воробьев. Перечитывая автобиографию» (2012) мы видим знаменитого врача на обходах и в лабораториях; в «Монологе в 4 частях. Геннадий Полока» (2012) известный режиссер раздает автографы на кинофестивале в Выборге; актер и режиссер Донатас Банионис в уже упомянутой работе предстает перед зрителем в целом комплексе разнообразных движений и т. д. Очевидно, профессиональная необходимость хотя бы «зарегистрировать» физический облик объекта заставляет авторов стремиться к динамике, искать возможности для экранной репрезентации телесности своего «возрастного» героя, однако есть и такие фильмы, в которых их создатели «редуцируют» тело своего героя до минимума. В частности, в знаменитом многосерийном «Подстрочнике» (2008) его замечательная героиня ни разу не встает со своего места, зритель не видит ни ее фигуры, ни особенностей походки, даже в профиль она не показана — в отличие, например, от героини фильма «Анастасия» (2008; авторы Н. Сологубовский, В. Лисакович) А. А. Ширинской-Манштейн, которая, несмотря на очень преклонный возраст, появляется в кадре в полный рост, в движении.

Здесь, на наш взгляд, мы сталкиваемся с тем, что Р. Барт отмечал как свойство классической литературы, которая, по его словам, испытывала «неприятие биологической личности» и стремилась «к

водворению на ее место человека, понятого как сущность»¹⁵. Экранным искусствам, согласно З. Кракауэру, это, казалось бы, не должно быть свойственно в принципе, но в том и состоит парадокс телесности, что отечественное «культурное» телевидение или сами авторы зачастую склонны понимать героя фильма (как Олег Дорман Лилиану Лунгину) исключительно «как сущность», а биологическое его тело превращать в табу или редуцировать. И возможно, те, кто видит в «Подстрочнике» всего лишь большое интервью, а не настоящий фильм, имеют в виду и его очевидную «бестелесность».

Ярким примером обратного отношения к телу является изображение знаменитой певицы Елены Образцовой в фильме «Прощай, королева!» (2015), где семидесятипятилетняя героиня совершенно свободно говорит о своем теле («старость не радость»), со смехом указывает, где что болит по утрам, рассказывает о пластических операциях и т. д. Конечно, это артистка, привыкшая к сцене, к телекамере, и, разумеется, она вышла к съемочной группе в макияже, но все-таки она откровенно показывает, что ее «сущность» живет в старом теле. Такое поведение «звездного» героя — большая редкость, и оно воспринимается как позволенное лишь эксцентричной великой певице нарушение эстетических стандартов современного отечественного телевидения с его культом молодости.

Между тем в европейской практике теледокументалистики телесность человека принято не скрывать, а показывать и по возможности выявлять его эстетическую ценность — как молодого тела, так и старого. Так, в документальном фильме «Деррида» (Франция, 2002) знаменитый и немолодой французский философ, жестикулируя, рассуждает в кадре о человеческом теле, о его особом «языке» и коммуникативных свойствах. И в плане выразительности он выделяет, естественно, глаза и руки. Причем о глазах герой фильма высказывается не как о банальном «зеркале души», как главное он отмечает то, что во взгляде «сохраняется детство», и взгляд — это неконтролируемое, потому что «нельзя видеть собственный взгляд». Характерно, что далее авторы фильма наглядно демонстрируют правоту Дерриды на нем самом, когда показывают его отсматривающим снятый материал: неконтролируемый взгляд мировой знаменитости не может скрыть любование собой на экране.

¹⁵ Барт Р. Нулевая степень письма // Барт Р. Избранные работы: Семиотика. Поэтика. М., 1983. С. 324.

Конечно, взгляд — это физическое, телесное проявление личности человека, его мыслей и эмоций. Поэтому «охоту за взглядом» или «ловушки для взгляда» можно увидеть в каждом удачном биографическом фильме-портрете, в котором автору удается передать настоящую сущность героя. О том, что сделать это сразу не удастся, что человек склонен «маскироваться», еще в докинематографические времена писал Достоевский: «Портретист усаживает, например, субъекта, чтобы снять с него портрет, готовится, вглядывается. Почему он это делает? А потому, что он знает на практике, что человек не всегда на себя похож, а потому и отыскивает “главную идею его физиономии”, тот момент, когда субъект наиболее на себя похож. В умении приискать и захватить этот момент и состоит дар портретиста»¹⁶. Одним из проявлений телесности, маркирующим «похожесть» человека на самого себя, является жестикация, *жест*. Данный феномен в документалистике более-менее серьезно исследован лишь в отношении киноавангарда, что и понятно, поскольку в нем жестикация было важнейшим элементом его языка¹⁷. Современное документальное телевидение «фабрикой жестов», конечно, не назовешь, однако в биографических фильмах-портретах можно увидеть любопытные проявления данной категории экранной телесности.

Прежде чем обратиться к анализу таких проявлений, определимся с терминологией. Существует немало классификаций жестов, их толкованию посвящено несколько словарей, в частности, с точки зрения семиотики трактуют «обиходный жест» авторы весьма обстоятельного и подробного «Словаря языка русских жестов»¹⁸. Нас интересует проявление данного феномена не в жизни как таковой, а в отражающих ее документальных фильмах, и для этой сферы больше всего подходит простейшее деление жестов на «выразительные» и «описательные», которое еще в столетие назад применял театральный критик С. М. Волконский¹⁹. Первые помогают герою выразить эмоции, отношение к предмету высказывания, его модальность; вторые как бы иллюстрируют содержание речи (геометрию предметов,

¹⁶ Достоевский об искусстве. М., 1973. С. 219.

¹⁷ См.: Бобринская У. Русский авангард: истоки и метаморфозы. М., 2001; Булгакова О. Фабрика жестов. М., 2005; Цивьян Ю. Г. На подступах к карпалистике: движение и жест в литературе, искусстве и кино. М., 2010.

¹⁸ См.: Григорьева С. А., Григорьев Н. Г., Крейдлин Г. Е. Словарь языка русских жестов. М.; Вена, 2001.

¹⁹ Волконский С. М. Человек на сцене. СПб., 1912. С. 20.

их количество и т. д.) и показывают направление коммуникации. Конкретное значение того или иного жеста, т. е. его семантику, определяет контекст, темперамент и характер человека, коммуникативная ситуация и многое другое, поэтому на указанной выше двухсоставной структуре и остановимся — призывая в единомышленники Ю. Г. Цивьяна, который говорил, что в мире жестов «случайное и системное уживаются вполне»²⁰.

Выразительные жесты героев мы наблюдаем в кадре, безусловно, чаще, и, естественно, наиболее активно жестикулируют артистические натуры. В качестве примера проанализируем фильм о такой яркой личности, как Юрий Темирканов — «Автопортрет на полях партитуры. Юрий Темирканов» (2012, автор Н. Стрижак). В нем много *профессионального* жеста, что абсолютно естественно для экранного портрета дирижера, и данное свойство проявляется в фильмах о коллегах героя: «Евгений Светланов. Воспоминание» (2008, автор А. Торстенсен), «О времени и о себе. Виктор Попов» (2000, автор Е. Ежова). Особый, устоявшийся как общемировая практика лишь к середине прошлого века «язык жестов» дирижера — основа коммуникации исполняющего произведение симфонического оркестра, и не случайно Юрий Темирканов сравнивает ее с коммуникацией глухонемых и говорит, что музыканты всегда видят его «*третьим глазом*». Фотографии разных лет, зафиксировавшие выдающегося петербургского дирижера в процессе работы и смонтированные в короткие слайд-шоу, являются *пластическим* лейтмотивом фильма, благодаря которому герой предстает перед нами в мгновениях творчества. Более того, в одном из эпизодов дирижерский жест как бы становится главным героем «Автопортрета», мы наблюдаем за его разнообразными вариациями на репетиции, когда за кадром Темирканов рассуждает: «*Гениальные руки — это смотря что подразумевать под этим. Гениальные руки были у Карояна, гениальные руки у Рождественского... Я знал того же гениального Фортвендлера, у которого были очень плохие руки, невыразительные...*». Затем герой продолжает свою мысль в кадре уже в домашней обстановке, за чашкой кофе: «*...а вот результат...* (выразительная пауза. — А. П.)» — и жест правой рукой, открытый и широкий, уже чисто риторический, показывающий, что не только в руках дело.

Подобный «жест фокусника», только двумя раскрывающимися руками, мы видим чуть позже, когда герой продолжает рассуждать

²⁰ Цивьян Ю. Г. Указ. соч. С. 77.

уже за столиком открытого парижского кафе: «Вообще профессия эта мистическая...». Отметим, что в ситуации рассказывания о себе Темирканов часто подчеркивает свою откровенность и расположенность к общению с автором и зрителем открытыми жестами: правой рукой от сердца наружу («я честно тебе говорю»), указующим перстом на объект внимания («это отец» — о фотографии, «вот там совсем старые» — о кинжалах на стене), маятниковые движения рук и т. д. Гораздо реже мы видим противоположные, закрытые жесты: в начале фильма он показывает свою квартиру и, еще не привыкнув к камере, невольно касается указательным пальцем крыла носа, затем, сомневаясь в том, как точно его поймут, он «собирает в горсть» подбородок, в финале, когда герой говорит о свободе быть самим собой, которую он «позволил себе во второй половине жизни», его ладони невольно складываются в замок.

В свое время М. Голдовская отмечала, какой удачей для автора становится работа с активным, ярким героем — в том числе и потому, что он способен многое сказать и без слов, а иногда выразительным жестом добавить речевому высказыванию недостающей экспрессии. В «Автопортрете на полях партитуры» мы видим, что жест может быть ироническим: Темирканов картинно разводит руками, когда с вежливой издевкой выговаривает первым скрипкам: «Правда, я не так обманываюсь, что вы это запомните и сделаете, ну хоть раз...»; комическим: движением обезьяньего приосаивания он показывает, что «здесь нужно хулиганить, “лабать”»); ритуально-заговорщицким: когда перед выходом на сцену сдвигает кулак в кулак с солистом и т. д. Он вообще многое любит изобразить, показать (игру на скрипке, каким должен быть фрак у дирижера и проч.), и примечательно, что авторы фильма увидели в этом важный штрих к его портрету, выдвинули жест на передний план — не утаив и почти табуированного в наше время закуривания и размахивания дымящейся сигаретой. Безусловно, фильм от этого только выиграл, а если учесть, что молодой герой вообще много двигается в кадре: дирижирует, ходит по улице, выбирается из машины, поднимается по лестнице, варит кофе, обнимается, — то можно сказать, что разнообразно проявленная телесность Юрия Темирканова выявлению сущности его личности только способствовала.

Кстати, характерный жест может на экран и не попасть, но для автора быть сигналом к действию — так, М. Голдовская особо отмечала один из них, когда человек задумчиво дергает себя за ухо: «Этот жест мне особенно симпатичен — он красноречивее всего

свидетельствует о том, что герои совершенно не замечают нашего присутствия»²¹. Данное наблюдение приводит нас к полной парадоксов проблеме *позирования*, крайне важной для документального портретирования. Еще в 1986 году Л. Рошаль, анализируя фильм кинорежиссера В. Татенко «Яровой — фамилия хлебная», отметил характерную черту его героя, механизатора, «не монументального человека», который в фильме «снимается, но не позирует, естественно проживает каждый миг, не выделяя его специально для съемки»²². Такие «естественные» люди встречаются и сегодня, но чаще подобного эффекта удается добиться, если у авторов есть возможность для длительного наблюдения, использования метода «привычной камеры». В практике современного документального телепроизводства такая возможность выпадает редко, поэтому естественности приходится добиваться с помощью, как это ни парадоксально, *позирования*, причем сама *поза* не статична и не патетична, а, напротив, динамична и задается установкой «как в жизни»: пройти на камеру, войти-выйти в дверь, подняться по лестнице, совершить какое-то привычное действие (технологически это именуется «организованной съемкой»). Для знаменитых людей артистических профессий, таких как Ю. Темирканов или Е. Образцова, *позирование* со временем становится частью естества, поэтому отделить одно от другого практически невозможно. Темирканов, заваривающий кофе днем («я делаю это каждое утро») разоблачает «спонтанность» съемки, послушно «играет в себя», так же, как он без всякого побуждения бессознательно делает это во время репетиции или на концерте, даже в отсутствие камеры он играет на публику — и это естественно для его сознания и тела.

А вот молча гуляющая по берегу моря писательница Дина Рубина в фильме «Между небом и землей. Дина Рубина» (2010, автор А. Судилковский) *позирует* явно неумело, «играет себя» скованно — как и в эпизоде, где героиня замирает в загадочно-величественной позе, а художник дописывает в кадре ее портрет (даже не пытаюсь, кстати, обнаружить «главную идею физиономии», но привычно льстя именитой модели как женщине). И то, и другое выглядит именно *позированием*, естественность возвращается к героине только тогда, когда писательница начинает говорить, сидя у своего рабочего ком-

²¹ Голдовская М. Человек крупным планом. М., 1981. С. 123.

²² Рошаль Л. За кадрами правды: Поэзия факта и авторская точка зрения. М., 1986. С. 25.

пьютера, в привычном «жилище слов», и только в эти моменты мы можем без помех ее рассмотреть, взглядеться в черты лица, запечатлеть в сознании абрис полуфигуры. Напротив, математик Фаддеев выглядит довольно убедительно убирающим снег во дворе своего дома или привычно растапливающим печь, а специально организованная процедура «думанья» над некой математической задачей за рабочим столом, казалось бы, естественная для него, получается явным позированием. Многозначительность, ложный пафос столь буквальной «игры в себя», разумеется, легко распознается зрителем, в то время как очевидная банальность большинства стандартных *фигур позирования* (обычная проходка или езда в транспорте под внутренний монолог, устремленный вдаль взгляд, бытовые действия с интершумом, рассматривание фотографий, перелистывание книг и т. д.) воспринимается как данность, как привычный *способ реализации риторики кинотекста*: внутреннего монолога, припоминания, философского рассуждения, музыкальной символизации или суггестии и т. д. Например, Геннадий Полока в своем «Монологе» смотрит из поднимающегося прозрачного лифта на панораму Выборга или «задумчиво» идет по парку только для того, чтобы за кадром развернулось его рассуждение, придающее экранной позе философский смысл. Иосиф Бродский в фильме «Разговор с небожителем» (2010, автор Р. Либеров) стоит на пронизывающем осеннем нью-йоркском ветру, глядя вдаль, или с трудом идет ему навстречу (данный фрагмент взят из снятого при жизни поэта фильма Л. Питкели «Иосиф Бродский. С ума сводящее пространство» (США, 1999) — также позируя для визуализации в фильме отобранных автором «стихотворных» мыслей. Семантика самой позы как бы стирается, а воспринимаемая на феноменологическом уровне телесность героя актуализируется контекстом.

Таким образом, можно сделать вывод, что эстетизация «реального тела» в публицистическом кинотексте осуществляется, как правило, опосредованно — в синэстетическом взаимодействии со смыслопорождающими элементами фильма: речью, музыкой, информативным «слоем» видеоряда, и эстетические параметры такого взаимодействия находятся в очевидной зависимости от общей нарративной интенции автора, избранной им нарративной стратегии — в соответствии с его «нарративным умением».

3.4. Эстетика повседневности в тележурналистике

Под повседневностью понимается сфера эмпирической жизни человека, в процессе которой происходит сохранение, выживание, воспроизводство человека, общества, культуры¹. В институциональном аспекте она соотносится с социальной сферой², где социальное бытование людей получает структурную и функциональную обусловленность, сохраняя при этом свойственную ему конкретность, персонифицированность, а также инертность, присущую обыденному сознанию. «На этом уровне сознание имеет дело лишь с миром “явлений”, но не сущностью вещей и по своей форме эмоционально», — отмечал А. К. Уледов³. Среди других характерных черт обыденного сознания — диалогичность, противоречивость, мифологизация⁴.

Рассматривая содержание повседневности как воспроизводство человеческой жизни и материально-пространственной среды этой жизни, Г. С. Кнабе определяет ее как ценность, утверждая, что «такое воспроизводство всегда коллективно, в процессе его между людьми возникают определенные отношения, а вместе с ними нормы и убеждения, принципы и идеи, вкусы и верования, которые, вполне очевидно, составляют духовную сферу, сферу культуры»⁵. Тем самым именно из обыденной жизни проистекает и формируется представления о прекрасном: эстетика вырастает из повседневности, но не сводится к ней. Однако Кнабе отмечал, что абсолютизация повседневности деструктивна для культуры, поскольку «постепенно раздражение начинает вызывать все несводимое к жизненной эмпирии и повседневному интересу»⁶. При этом гуманизация содержания СМИ, на необходимости которой настаивают многие современные исследователи, определяется как восхождение к истинной сущно-

¹ *Мойсеева Т. Б.* Повседневность: философско-антропологический аспект // Гуманитарные и социальные науки. 2008. № 2. С. 28.

² *Осадчая Г. И.* Социология социальной сферы. М., 2003.

³ *Уледов А. К.* Структура общественного сознания: Теоретико-социологическое исследование. М., 1968. С. 163.

⁴ *Шагун Г., Павлов В.И., Рыженков П. Е.* Исследование экологического сознания детей и подростков // Психологический журнал. 1994. № 1. С. 41–49.

⁵ *Кнабе Г. С.* Диалектика повседневности // Материалы к лекциям по общей теории культуры и культуре античного Рима. М., 1993. С. 50.

⁶ Там же. С. 52.

сти человека — «качество, связанное с потребностями личности, воспроизводство наиболее продуктивных, ясных, важных для жизнедеятельности человека интересов и потребностей, оптимальное соотношение интересов личности, группы и социума в целом, воспроизводство “очеловеченных потребностей”»⁷. Эта амбивалентность тематики повседневности находит свое отражение и в эстетике журналистики, для которой сфера социального бытования людей является важнейшим объектом внимания.

В современной тележурналистике представлены два основных направления, связанные с тематикой повседневного. Для *социальной журналистики*, которая имеет дело с проблематикой социальной сферы, главным функциональным вектором является поиск путей преодоления проблем (на разных уровнях: от участия в формировании социальной политики — до помощи конкретному человеку в сложной жизненной ситуации). В основе таких сюжетов и программ, как правило, лежит некий негативный социальный опыт зрителей, и эти публикации направлены на исправление или профилактику его последствий.

Так называемая *служебная (сервисная, потребительская) журналистика* занимается полезной информацией, ориентированной на потребительский интерес. Обращаясь к различным аспектам жизненной реальности — здоровье, семья и быт, тело и телесные практики, пространство повседневной жизни, вещи, — такая журналистика направлена на пропаганду позитивного житейского, бытового опыта.

Отметим вслед за М. А. Мясниковой, что в одних направлениях вещания «телевидение сильнее направлено на адаптацию своей аудитории к *реальной* жизни. В других — в большей степени склоняется к трансформации картины действительности и ее реальных пропорций. <...> В третьих — тяготеет к сознательному манипулированию сознанием и поведением людей»⁸.

Эстетические практики данных направлений, существующих в едином тематическом поле, очевидным образом отличаются *ракурсами* освещения тематики повседневности. Однако различия, если рассматривать их в исторической перспективе и динамике, постепенно утрачивают противоречия.

⁷ Фролова Т. И. Гуманитарная повестка дня российских СМИ. М., 2014. С. 35.

⁸ Мясникова М. А. Морфологический анализ современного российско-го телевидения. Екатеринбург, 2010. С. 176.

3.4.1. Эстетические практики социальной журналистики

Обращаясь к проблемам социальной сферы, журналистика изучает противоречия между представлением о социальной действительности и реальностью, в которой проходит человеческая жизнь, в попытках объяснить и разрешить это противоречие⁹. Реальность разнообразна, социальные проблемы присущи сегодня не только социальным слоям, стратам и группам, а имеют дополнительные уникальные характеристики места, времени, социального пространства, стартовых возможностей и т. д., т. е. в современном «атомизированном» обществе социальные проблемы индивидуализируются¹⁰. Объединение общества на основе совместного решения проблем требует актуализации индивидуальных проблемных ситуаций в публичном пространстве, расширения их значения для широкой публики, вовлечения людей разного общественного статуса, опыта и возможностей в новые социальные контакты. Согласно теории «публичных арен», именно в СМИ происходят обсуждение, отбор, определение, формулировка, драматизация, оформление и представление общественности социальных проблем¹¹.

Образная специфика телевидения обладает большим потенциалом в раскрытии сложных процессов социальной сферы на уровне обыденного сознания. Проблемные ракурсы освещения повседневной жизни людей обусловили специфику профессиональных практик социальной журналистики и ее эстетическую эволюцию. Принимая непосредственное участие в выявлении и преодолении какой-либо проблемы, социальная журналистика способствует ее «медиакарьере», которую Т. И. Фролова определяет как ее «жизненный цикл, отдельные фазы которого свидетельствуют о том, как происходит развитие проблемы в публичном пространстве»¹². Движение в цикле начинается с того момента, когда общество еще не осознало проблему, продолжается в стадии открытия, благодаря СМИ, развивается к пониманию, и завершается в фазе усталости, привыкания, скуки или

⁹ Журналистика социальной сферы. М., 2003. С. 6.

¹⁰ См.: Социальное неравенство и публичная политика М., 2007; Beck U. The Reinvention of Politics. Rethinking Modernity in the Global Social Order. Cambridge, 1997.

¹¹ См.: Хилгартнер С., Боск Ч. Л. Рост и упадок социальных проблем: концепция публичных арен // Средства массовой коммуникации и социальные проблемы. Казань, 2000. С. 18–53.

¹² Фролова Т. И. Указ. соч. С. 174.

приводит к действиям, направленным на преодоление проблемной ситуации.

Драматизация как действенный эстетический метод привлечения внимания общества к проблемам активно используется в журналистике и может определять дальнейшее развитие той или иной темы и, соответственно, ее медиакарьеру. Он заключается в создании устрашающего образа проблемы (намеренном усугублении негативной информации, сгущении красок, презентации пугающей информации) с целью вызвать реакцию людей и способствовать осознанию происходящего.

Метод получил широкое распространение в период перестройки, когда журналистика открывала проблемы, ранее закрытые, замалчиваемые, а потому еще не известные обществу. Дж. Бест описывает драматизацию как общий образец выдвигания информации о социальных проблемах¹³. В 1988 году на ЦТ в программах «Долги наши», «До и после полуночи», «Взгляд» заговорили о жизни тех, кто не может обойтись без костылей или прикован к креслам-каталкам. Зритель крупным планом увидел беспомощных стариков и инвалидов в домах престарелых, полные боли глаза одиноких людей, убогие интерьеры казенных учреждений. Фильмы и сюжеты не были единичными, представление о проблеме формировалось не столько в связи с конкретными случаями, сколько в русле описания системы социальной защиты и, соответственно, в форме широкого художественно-публицистического обобщения. Действенность такой подачи была очевидна поначалу. Например, после того как в программе «Взгляд» рассказали, как двух инвалидов без рук и без ног выкинули из кимрского дома инвалидов, некоторые руководители министерства социального обеспечения были уволены. Для многих зрителей стало откровением, что в нашей стране так мало заботятся об инвалидах, некоторые возмущались: как вам не стыдно показывать увечных и больных людей!¹⁴ Но шок от увиденного способствовал пробуждению активности людей, их желанию помочь одиноким, больным, несчастным, рождя гуманный отклик в обществе. Это было вызвано не только обращением журналистов к определенным болевым проблемам, но и способом презентации реальности: без купюр, без прикрас, крупно, документально, обличительно.

¹³ Best J. Rethoric in Claims-Making: Constructing the Missing Children Problem // Social Problems. 1987. Vol. 34. P.101–121.

¹⁴ См. об этом: Парфенов Л., Чекалова Е. Е. Нам возвращают наш портрет. С. 23.

Маргинализированные герои стали тогда частыми в телевизионных публикациях — унижавшие пенсионеры, бездомные, сироты, наркоманы, бывшие заключенные, проститутки, асоциальные личности: они персонализировали накопившиеся в обществе проблемы, становились знаками, символами этих проблем, их визуальным воплощением. Драматизация реальности постепенно приводила к тому, что социальная сфера стала привычно восприниматься в эстетике «дна».

В стремлении открыть проблемы для общества, казалось, было забыто, что «оформление идей и образов может оказывать определенное влияние на самочувствие и деятельность человека»,¹⁵ что первичные сведения бывают настолько устрашающи, что могут вызвать социальную апатию в обществе: драматизация способствует осознанию угрозы, но в дальнейшем приводит к привыканию и необходимости нарастания драматизма в публикациях. При этом именно драматизм может явиться конкурентным преимуществом, когда социальная тема получает трактовки и интерпретации как в журналистских материалах, так и в художественных, развлекательных программах и рекламе: публикации вступают в конкуренцию по форме, увлекательности, драматичности подачи, а не по тому, насколько та или иная проблема важна для общества.

Показательно, что образ «сирота», сложившийся на основе негативных ассоциаций¹⁶ и вобравший в себя смыслы «сиротство, одиночество, болезнь, неудача, преступность, ущербность, жалость» в течение долгого времени оказывает определяющее влияние на процесс принятия детей в российский семьи. Несмотря на постоянные усилия государства и деятельность медиа, направленные на то, чтобы изменить отношение к детям из сиротских учреждений (рубрика «У вас будет ребенок» в программе «Пока все дома», Первый канал; «Дорогие мама и папа», «День ангела», Пятый канал; «День аиста», ТВ-Центр, ролики социальной рекламы и др.). Процесс идет медленно и трудно даже при совершенно противоположном ряде позитивных образов — «родной, веселый, здоровый, перспективный, самостоятельный»¹⁷.

¹⁵ Технологии социальной работы. М., 2000. С. 36.

¹⁶ Астоянц М. С. Политический дискурс о сиротстве в советский и постсоветский период: социальная интеграция или социальное исключение? // Журнал исследований социальной политики. 2006. Т. 4. № 4. С. 475.

¹⁷ Шустер А. Г. Исследование зарубежного и российского опыта по созданию специализированных телепроектов о сиротах // Средства массовой информации в современном мире: молодые исследователи. СПб., 2012. С. 194–196.

Через устрашающих кадров пострадавших от побоев и издевательств детей — жертв семейного насилия — формирует образ такого насилия в контексте общей картины: неблагополучные обедневшие семьи, запущенное жилье, пьющие родители, безразличные соседи. Этот образный ряд мешает пониманию сути проблемы, а именно — привычного отношения к насилию над детьми, устойчивой традиции физических наказаний в семейном воспитании, характерной и для очень благополучных, обеспеченных родителей. В качестве угрозы актуализируется не насилие как таковое, а лишь его степень и последствия.

Здесь нельзя не обратиться к феномену программы «Пусть говорят» (Первый канал), в фокусе которой — социальные проблемы на примере острых житейских ситуаций. Высокие рейтинги шоу, с одной стороны, и единодушное осуждение критики — с другой, неизменно привлекают внимание к этой программе, наследующей традиции «Большой стирки» и «Пяти вечеров», популярных в 1990-х годах и начале 2000-х.

На ее примере можно посмотреть, как природа зрелища способна трансформировать функциональный вектор социальной темы, а стилистика извратить реальный смысл журналистского «послания».

Для анализа были выбраны выпуски программы «Пусть говорят» 2012 года (именно тогда программа заняла первую строчку рейтинга по версии ВЦИОМ), посвященные семейным, частным конфликтам, которым было отведено более 40% выпусков. Создатели программы заявляли: «Говорят — словом делу не поможешь», но программа «Пусть говорят» эту поговорку опровергает. Настоящие, невыдуманные истории людей задевают больше, чем пафосные рассуждения на общие темы, потому что, вынося на обсуждение частную проблему отдельного человека, отдельной семьи, мы говорим о том, что волнует всех без исключения»¹⁸. Вмешательство ТВ в семейный конфликт обусловлено, как правило, надеждой на какой-то позитивный выход из сложной ситуации. Многие из таких программ инициированы самими участниками, которые обращаются к журналистам в поисках защиты, поддержки, помощи. Поскольку происходит вмешательство в длительные отношения, которые будут продолжаться после окончания программы, это и может служить оправданием и смыслом публичного вторжения.

¹⁸ http://www.1tv.ru/sprojects_in_detail/si=5685.

Однако драматургия шоу строится по канонам *представления*: завязка (интрига, анонс), герои (участники), которые по очереди знакомят аудиторию со своей версией событий, причем каждый последующий либо *усиливает* позицию предыдущего, либо *противоречит* ему. Таким образом формируются противостоящие друг другу группы, используется аргументация, усугубляющая конфликт, в него включается студийная аудитория, которая на основании услышанного принимает ту или иную сторону, а также эксперты, которые оперируют полученной в ходе дискуссии информацией. Ситуация складывается, как в театральном спектакле, «здесь и сейчас», обстоятельства открываются постепенно и как бы случайно, затем опровергаются, изменяются, трактуются, существуя в контексте конфликта, и оцениваются, исходя из убедительности говорящего, его внешнего вида, эмоциональности и т. д.

Внешне обозначено движение к преодолению конфликта, решению возникшей проблемы, однако слова и декларации о добре и справедливости произносятся в такой агрессивной манере, что реальное их значение меняется кардинально. В результате программа, которая, казалось бы, направлена на примирение сторон и понимание проблемы, может способствовать обострению конфликта или его акцентуации. Именно противоборство «героев» становится главной движущей силой программы, ее стилистикой, ее настоящим «посланием». В такой стилистике происходит в программе репрезентация типичных для общества образцов мышления и действий. Форма представления определяет и ролевой расклад участников шоу — герой, жертва, палач, резонер, простодушный, трус, предатель, защитник и т. д. Позитивный исход, который создатели шоу склонны рассматривать как достижение, укладывается в систему требований классической «мыльной оперы». В ходе дискуссии происходит не просто упрощение объекта (примитивный расклад на роли и типаж затрудняет понимание реальных причин и механизмов сложной семейной ситуации), но и формируются модели, образцы публичной презентации семейных отношений. Таким образом, драматизация является и *методом, и формой* в практике телевизионной презентации социальных проблем. Она стала амбивалентным инструментом в эстетизации повседневности. В частности, развитие трэш-эстетики, уже упоминавшейся в одной из предыдущих глав *настоящей* монографии, стало логичным результатом усугубления драматизации и использования этого метода в развлекательных телевизионных форматах, граничащих с журналистикой. Среди основных характе-

ристик трэша — доминанта безобразного, обращение к телесному, отбор материала, отвечающего принципам сенсационности, экстремальности, патологии¹⁹.

Тем не менее нельзя не отметить сериалы, построенные в форме драматизированных психологических консультаций, которые пришли на смену традиционной вопросно-ответной телеконсультации, такие как «Понять. Простить» (Первый канал) или «Не ври мне» (Рен-ТВ). В таких сериалах, созданных на основе реальных событий, распространенные семейные конфликты разыграны актерами. Каждую историю анализирует профессиональный психолог, показывая преимущества и ошибки разных линий поведения в конфликтах, помогая персонажам преодолевать сложную ситуацию. Стилистика таких сериалов своеобразна: от актеров не требуется глубокого исполнения, они похожи на статистов, подающих реплики, и действие не увлекает зрителя эмоционально. Но именно это дает ему возможность относиться к увиденному как к уроку, примеру, упражнению, отключив эмоции и наблюдая за поведением персонажей со стороны: концептуальная эстетика подобных форматов неагрессивна, но включенные в общий зрелищный контент ТВ они слишком примитивны как по режиссуре, так и по исполнению.

Нельзя не принимать во внимание мнение некоторых исследователей о том, что сообщения СМИ могут становиться «самореализующимися пророчествами»²⁰, в которых формулируются сценарии будущей реальности. В этом контексте эстетика социальной журналистики не может не рассматриваться в неразрывной связи с главным функциональным вектором социальной сферы, воплощенным в повседневной жизни людей: каждый стремится жить, быть счастливым, здоровым, благополучным, а следовательно, заинтересован в преодолении возникающих проблем. «Люди, отмахиваются от всего, что вызывает ужас и невозможность повлиять на ситуацию, но проявляют позитивный интерес к информации, если видят, что можно что-то сделать для выхода из нее», — настаивала журналист

¹⁹ Манскова Е. А. Роль трэш-эстетики в формировании современной концепции телевизионной документалистики // Медиаскоп. 2009. № 1. URL: <http://www.mediascope.ru/issues/193>.

²⁰ См.: Альберт Э. СПИД и пресса: создание и трансформация социальной проблемы // Средства массовой коммуникации и социальные проблемы. Казань, 2000. С. 115–138.

О.Суворова, выступая 3 апреля 2006 года на Московском Гражданском форуме²¹.

Стадия понимания социальной проблемы предполагает конструктивное многоголосье, релевантность и понятность образов и героев, спокойный, рассудительный тон, некоторое отстранение от ситуации, которое дает возможность осмыслить происходящее, находясь вовне. Однако дискуссионные формы экранной журналистики тяготеют в своем развитии именно к драматизации, в эфире остаются скандальные шоу, а многие глубокие и насыщенные смыслами проекты постепенно сошли с телеэкранов («Акуна матата», «Народ хочет знать», «Белое на черном», «Принцип домино», «Больнице», «Время жить» и др.) И очевидно, что эмоциональная отстраненность не удерживает внимания аудитории, проигрывает в конкуренции со зрелищными экранными форматами.

Полезным и показательным опытом можно считать индивидуальные авторские решения. В частности, проект Кирилла Набутова «Один день. Новая версия», представлявший собою очерк, выполненный в репортерской стилистике, в котором повседневная жизнь героев показана в хронологическом сопоставлении в течение дня. Репортерская подача способствовала эффекту присутствия, вовлеченности в текущую жизнь; попеременный рассказ о каждом из героев рождал противопоставление присущих им константных позиций, настроений, пространств. Таким образом в коротких эпизодах автор фиксировал существенные доминанты героев, персонифицировавших ту или иную проблему, и создавал между ними скрытый диалог. Такое решение соединяло в себе конкретный опыт, проблемное поле и его осмысление, представленное не как сформулированное автором готовое решение, а как эмоциональный путь, постижение проблемы зрителем, как его эстетическое переживание.

Однако авторские эстетические решения — редкое явление для современного форматного телевидения. Их практически невозможно тиражировать, так как они основаны на персональной стилистической манере и передаваемом посредством этой манеры мироощущении автора.

Конструктивная направленность социальной журналистики соотносится с ожиданиями аудитории. При этом исследователи фиксируют потребность обращения к телевидению за социальной терапией

²¹ <http://www.openpost.msk.ru>.

ей, позитивными образцами и жизнеутверждающими примерами²². Эстетически созвучны психологии соучастия, характерной для освещения социальных тем, интерактивные формы ТВ. Вместе с тем решающее значение имеет не формальное присутствие диалогических приемов, а уровень диалога. Исследования аудитории показывают, что даже существующий в телевизионных текстах «протодиалог», ~~т. е.~~ интенции, ориентированные на взаимопонимание²³, сближает людей, так как способствует рационально критическому видению мира, возникновению смыслового контакта телезрителя с человеком на экране, при котором уменьшается разрыв между субъектом и объектом информационных воздействий. Отсутствие диалога или его имитация приводит к неадекватным интерпретациям информации и к стереотипизированному представлению о мире, а окружающий мир ощущается людьми как враждебный или тревожный.

Это в равной степени относится к интерактивным практикам социальной журналистики. Актуализация каналов вовлечения аудитории в процесс решения проблемы способствует развитию проектных форм, включающих в себя этап предъявления проблемной ситуации, проект выхода из нее и достижение немедленного или отложенного результата. Такая журналистская практика, которая когда-то получила название «практики малых дел»²⁴, обретает сегодня новую эстетику, напрямую соотношенную с функциональностью подобных публикаций.

Амбивалентность таких эстетических решений можно проследить на примере фандрайзинговых телевизионных программ, которые получили распространение и популярность на российском телевидении. Данный формат направлен не на освещение благотворительных мероприятий или деятельности различных фондов, а именно на прямое социальное участие в решении конкретной проблемы (сбор денег на лечение, организационная помощь, усыновление детей и др.), и гуманистическое воздействие таких программ не подлежит сомнению. В этом ряду мы можем рассматривать известные программы и рубрики, такие как «У вас будет ребенок»

²² См. об этом: Российское телевидение: Между спросом и предложением. М., 2007. С. 284.

²³ Адамьянц Т. З. Телекоммуникация в социальном проектировании информационной среды : автореф. дис. ... докт. социол. наук. М., 1998. С. 10.

²⁴ См.: Дзялошинский И. М. Журналистика соучастия. Как сделать СМИ полезными людям. М., 2006.



(Первый канал, «Россия-1»), «День ангела» (Пятый канал), сюжеты многих новостных программ.

Проект «День добрых дел», в рамках которого в эфир выходят еженедельные фандрайзинговые программы для лечения больных детей, в 2017 году был признан лучшим по результатам экспертного опроса более 500 молодых журналистов из евразийских стран в номинации «За новые форматы диалога с обществом» (опрос проводился при участии РОМИР)²⁵. В документальных историях, которые представляет программа, очевидно проникновение эстетики масскульта и рекламной стилистики: позитивные и гиперболизированные герои, идея судьбы, сказочные мотивы, ожидание чуда, предсказуемый сюжет и т. д.

И сами истории, и главный меседж проекта «Завтра будет поздно». Помогите сейчас!» сосредоточены на быстром эмоциональном воздействии и не оставляют для зрителей, которым нужно просто отправить sms с любой суммой на короткий номер телефона, времени для сомнений и колебаний. Каждой программе удается собрать миллионы не только для героя истории, но и для нескольких других детей. Способ презентации помогает противостоять эффекту «усталости сострадать», или эмоционального выгорания²⁶, и дает возможность людям участвовать в благотворительной деятельности. В то же время стиль повествования не позволяет им задаться вопросом, почему нет других источников и возможностей для помощи детям.

«Сказочность» и раньше была свойственна многим телевизионным сюжетам и программам социальной тематики, но обычно служила способом рассказать историю, привлечь внимание, вызвать сочувствие, а не добиться конкретного и быстрого результата. Сегодня такая эстетика прагматична, она ~~направляет (определяет?)~~ эмоциональную реакцию публики и добивается поставленной изначально задачи так, как этого добивается, например, реклама.

Данный формат далек от мировых стандартов журналистики, однако существует в русле распространенной профессиональной идеологии. По данным исследовательской группы *Zircon*, идеология «соучастия», которая предполагает возможность способствовать ре-

²⁵ Лучшие в номинации «За новые форматы диалога с обществом» // <https://www.5-tv.ru/about/press/167075/>.

²⁶ Kinnick K. N., Krugman D. M., & Cameron G. T. Compassion fatigue: Communication and burnout toward social problems // *Journalism & Mass Communication Quarterly*. 1996. № 73 (3). P. 687–707.

шению проблем и помогать людям в сложных жизненных ситуациях, находится на втором месте в списке мотивации выбора профессии журналиста²⁷. Идея служения ради людей, которая имеет корни в русских традициях благотворительности, находит воплощение в гуманистическом понимании социальной миссии журналиста, когда формальные стандарты можно обойти ради «доброего дела».

Сказочность связана традицией счастливого конца, что, с одной стороны, соответствует ожиданиям аудитории, а с другой — создает призму для восприятия будущего социальной сферы, которое, судя по популярности фандрайзинговых форматов, совсем не такое радужное.

Сказочная стилистика таких историй сочетается с игровыми приемами, а также с образом и поведением ведущих, которые, будучи реальными специалистами в своем деле, представлены условными персонажами и существуют в эстетике театра, в «как бы действительности». Это хорошо прослеживается в программах о здоровье, для которых такая эстетика стала прекрасной возможностью не только популяризировать здоровый образ жизни, но и говорить о проблемах пугающих и табуированных (храп, паразитарные инфекции, недержание мочи и проч.) В преобразовании будничных, скучных и даже неприятных явлений в привлекательное зрелище и заключается принцип эстетизации объекта описания в журналистике²⁸.

Для двух самых заметных телепроектов «Жить здорово!» (Первый канал) и «О самом главном» (Россия-1) характерны игра, инсценировки, визуализация, элементы реалити-шоу — театральные балаган с резонерскими комментариями. Программа «Жить здорово!» вынуждена постоянно соответствовать оптимистичному названию: ведущая в разноцветных платьях-колокольчиках, восторженные обещания чуда исцеления, улыбки, радостные интонации, исполнение желаний — все это создает впечатление детского праздника. В программе «О самом главном» концепция иная: парное ролевое ведение, построенное на скетчах, живых диалогах, импровизации, игре, способствует свободному общению участников, где ведущие

²⁷ Представления журналистов о профессии и профессиональном сообществе: Общий аналитический отчет по результатам научно-исследовательских работ. Комитет гражданских инициатив, 2017.

²⁸ Щеглова Е. А. Эстетизация повседневного объекта в журналистике сферы досуга (на примере описания еды). URL: <http://jf.spbu.ru/conference/7614/7622.html>.

играют *вместе* со зрителями. При этом речь всегда идет о здоровье: оно оказывается вписанным в ежедневное бытование, и способы его сохранения усваиваются без лишней назидательности и драматизации. В проектах сочетаются полезная информация и развлекательность, экспертные оценки и народный опыт, игра и жизнь, и это позволяет не только решить проблемы конкретных представителей из числа студийной аудитории, но и представить живые модели решений и поведения в здоровой жизни.

Игровая эстетика присутствует и в других проектах, связанных с тематикой повседневности, где игровое начало сталкивается с документальной ситуацией. Здесь нельзя не упомянуть для примера программу «Ревизорро» на канале «Пятница», в которой продемонстрированы новые скандальные приемы борьбы за права потребителя. Программа инспектирует качество услуг различных публичных заведений: отелей, ресторанов, кафе и др. Съёмочная группа без предупреждения, неожиданно для сотрудников посещает выбранное для проверки место и показывает зрителям все плюсы и минусы заведения. Однако роль обличителя задана заранее, и провокация имеет игровую природу: скандал запланирован. Он нужен для разоблачения зла и победы справедливости.

Сказочность и игра присутствуют в концепциях многочисленных проектов, связанных с проблематикой семейных отношений. В конце 1990-х на канале ТНТ выходила программа «Клуб бывших жен», социальный посыл которой не вызывал сомнений: ее героинями были женщины в сложной стрессовой ситуации после развода, которым программа вызывалась помочь. Помощь эта осуществлялась гламурными методами: душещипательные беседы, стилист, парикмахер, модный фотограф, визажист, романтическое свидание, автомобиль к подъезду и в довершении всего — гламурный ремонт в одной из комнат квартиры героини. Все было красиво и драматично. Могло ли это по-настоящему помочь женщине? Вряд ли. По сути дела, у «Клуба бывших жен» гораздо более узкие задачи, чем преодоление проблемы одиночества: привлечь внимание публики, получить финансовую поддержку компаний, выпускающих продукцию для женщин. С помощью драматических эффектов они создают шоу, а не просветительскую беседу.

Практика, понятная зрителям два десятилетия назад, широко применяется сегодня, она лежит в основе всех шоу «с преобразованиями» — от «Модного приговора» до «На 10 лет моложе» (Первый канал). Развлекательность в программах социальной проблематики

соотносится с общими тенденциями трансформации телеконтента. И эти тенденции неоднозначны. С одной стороны, есть общие творческие дилеммы, характерные для социальной журналистики: материалы о не всегда приятных и тяжелых темах должны быть тем не менее привлекательны по форме, динамичны, соответствовать современным требованиям аудитории. С другой — качественные изменения могут быть разрушительны: социальная проблематика превращается в приманку для аудитории, а полезные форматы (консультации, рекомендации, инструкции) становятся паллиативом в условиях необустроенности социального пространства²⁹.

3.4.2. Потребительская журналистика»: эстетика обыденного

К служебной журналистике можно отнести очень широкий спектр передач, обслуживающих «прикладные», утилитарные интересы аудитории, в том числе связанные и с эстетикой повседневности. Это тематическое и функциональное направление продолжает практику телепрограмм середины прошлого века, в которых зрителям давали советы, консультации — как ухаживать за садом-огородом, как сделать ремонт, как обновить старую вещь, как делать заготовки на зиму и т. д. В отличие от современных шоу это были экспертные интервью, беседы, репортажи — просветительские передачи, основанные на традиционных жанрах журналистики. В таком ключе работает сегодня «Контрольная закупка», программа, которая отстаивает права потребителей и соединяет экспертизу товара с познавательной информацией, а нередко и с юридической помощью зрителям.

Исследователь потребительского направления телевидения С. А. Зубаркина высказывает мысль о том, что у потребительских масс-медиа помимо формирования и поддержания информационного поля проявляется следующий тренд: они внедряются в процесс познавательной деятельности и становятся источником и проводником практических знаний для своей аудитории, исполняя таким образом экспертную функцию³⁰. Д. В. Шкрылев пишет, что документалистика в течение своего развития обогатилась работой с консультантами,

²⁹ См.: Фролова Т. И. Гуманитарная повестка дня российских СМИ. Журналистика, человек, общество. М., 2014. С. 137.

³⁰ Зубаркина Е. С. Журналистское расследование: история и практика создания авторских телепрограмм: дис. ... канд. филол. наук. М., 2009. С. 91.

закадровыми проводниками, «Вергилиями» журналиста, помогающими ему не заблудиться в специализированных аспектах темы³¹.

В конце прошлого столетия началось определение предметно-событийного содержания современного процесса эстетизации повседневности. На XIII Международном эстетическом конгрессе («Эстетика и практика», Финляндия, Лахти, 1995) Б. Дземидок развернул перечень сфер и модусов повседневной реальности, которые включаются в «эстетосферу» (термин М. С. Кагана) повседневности. Перечень этот был объемён и хаотичен, панорама явлений широка, но именно этим он был и ценен, так как давал возможность дальнейшей систематизации. Назовем лишь некоторые позиции: жилище; производство и предъявление потребительских товаров; обряды, ритуалы; туризм; спортивные зрелища, граничащие с искусством (фигурное катание, художественная гимнастика); конкурсы красоты и шоу культуристов; косметика; параспортивные-парахудожественные занятия (аэробика или культуризм); парамедицина (пластическая хирургия и стоматология); художественноподобные формы популярной культуры: рекламное творчество, показы мод, эстрадные зрелища, фотопродукция, видеоклипы, цветные календари, почтовые открытки и т. п.³².

В современной телевизионной практике наиболее активно разрабатываются следующие тематические направления эстетосферы повседневной жизни — пространство повседневной жизни, вещи, тело и телесные практики. Попытаемся сделать краткий обзор телевизионной продукции по некоторым из этих направлений.

Пространство повседневной жизни.

«Мы просто не осознаем, как существенно на нас влияет окружающая среда. В нашей программе есть элемент игры, шоу, но есть

³¹ См.: Шкрылев Д. В. Современные методы телевизионных и кинорасследований // Журналистика в 2003 году: обретения и потери, стратегии развития : сб. матер. науч.-практ. конф. Ч. 2. М., 2004. С. 270.

³² Цит. по Куликова А. С. Стиль жизни: мода и эстетика повседневности : автореф. дис. ... канд. филос. наук. URL: <http://www.dissercat.com/content/stil-zhizni-moda-i-estetika-povsednevnosti>; См. также: Лелеко В. Д. Эстетизация повседневной жизни постмодерна и эстетика повседневности // Эстетика в интерпарадигмальном пространстве: перспективы нового века. Сер.: Symposium". Вып. 16: матер. науч. конф. 10 октября 2001. СПб., 2001. С. 34–36. URL: <http://anthropology.ru/ru/text/leleko-vd/estetizaciya-povsednevnoy-zhizni-postmoderna-i-estetika-povsednevnosti>.

и конкретная задача: показать, что окружающее пространство, по крайней мере в границах собственной квартиры, можно сделать красивым и уютным. Все зависит от желания». Эти слова ведущей «Квартирного вопроса» (НТВ) Натальи Мальцевой, которые воспроизводятся сегодня на бесчисленных сайтах и хостингах, транслирующих выпуски популярной программы³³, являются концептуальными не только для этого конкретного проекта, но и для целого ряда передач, ориентированных на эстетизацию жизненного пространства зрителей. «Квартирный вопрос» уделяет много внимания дизайнерскому образованию аудитории, формированию эстетического вкуса, подобная программа «Школа ремонта» (ТНТ) делает упор на практические советы, рассказывает, как осуществить ту или иную дизайнерскую задумку. В программе под названием «Займемся ремонтом» (Пятый канал) зрителей подкупала дешевизна ремонта (на него выделялось 500 долларов), но даже такой бюджетный вариант не обходился без эстетических изысков.

Теме ремонта на ТНТ была посвящена и программа «Голые стены» (2006), которая учила тому, как совместить модные тенденции дизайна и собственное представление о красоте. Четыре пары участников получали в свое распоряжение четыре коттеджа и за 11 недель, обладая равным стартовым капиталом, должны были превратить голые стены в загородный дом, готовый к заселению. Отремонтированные и обставленные дома выставлялись на аукцион, и побеждала пара, за чей дом предлагали больше денег. Распространение ремонтной тематики на телеканалах связано с участием рекламодателей в этом процессе. Реклама товаров, инструментов, услуг — обязательные составляющие подобных программ.

Однако для понимания эстетического воздействия такого рода передач важно не столько эстетическое впечатление от созданного в процессе ремонта пространства, т. е. не столько результат преобразования, сколько его процесс: преобразование происходит быстро, легко, без напряжения, оно похоже на фокус, аттракцион. Это преобразование *сказочное*.

Его простота, доступность, его чудесность имеет в данном случае прагматическое обоснование, а именно — формирование мотивации к такому преобразению, желания его осуществить и уверенности в том, что процесс будет таким же легким и приятным.

³³ См. напр.: <http://serials1.org/tv-peredachi/1786-kvartirnyy-vopros-1-sezon-73-seriya.html>.

Телеэкран обещает эстетическое удовольствие в реальной жизни и демонстрирует путь к его достижению. Можно сказать, что трудный путь преодоления житейской проблемы предстает как определенный эстетический опыт, в ходе которого и формируются эстетические представления и идеалы.

Образ легкого «гламурного» преобразования становится ключевым для такой обыденной темы, как уборка в доме. Смысл выпусков «Две блондинки против грязи» (ТНТ) заключался в том, что две ведущие программы Маргарита и Ольга приходили в чужие квартиры по просьбе друзей или родственников хозяев квартир и помогали навести порядок. Создатели программы надеялись, что телепередача станет для российских женщин настоящей энциклопедией ведения домашнего хозяйства. Программа «Субботник» (Россия-1), вышедшая впервые на телеэкраны в 2004 году, повторяла идею телепередачи «Две блондинки против грязи». Разница была лишь в том, что ведущие были более молодыми и обаятельными, а помощь они оказывали известным общественным деятелям, артистам, певцам. Экс-Мисс Вселенная Оксана Федорова (!) и стилист Ника Ганич пылесосили ковры, гладили шторы, готовили вкусные завтраки. Обе передачи существовали за счет рекламодателей — первая рекламировала моющие средства, вторая технику фирмы *Bosch* и других фирм. Две красивые и успешные женщины делали в чужом доме уборку легко, быстро, с демонстрируемым удовольствием.

В настоящее время эстафету почти забытой темы уборки подхватила передача канала «Ю» «Помешанные на чистоте». Героини находят самые грязные уголки самых захламленных домов и наводят в них абсолютный порядок.

Опыт эстетизации жизненного пространства зрители получали и в передачах, посвященных благоустройству приусадебного участка. На телеканале «Домашний» в «Цветочных историях» («Полевые работы») команда опытных садоводов знакомила свою аудиторию с миром живой природы, помогала зрителям освоить премудрости растительной жизни и научиться выращивать удивительной красоты растения на радость родным и близким. Для цветоводов-любителей канал НТВ предлагал программу «Растительная жизнь» — рассказ о том, как украсить свою жизнь, о новых веяниях в области садового дизайна. Вместе со своими героями ведущий Павел Лобков сажал растения, которые соответствуют духу и настроению дачного участка и его хозяина, а также создавал альпинарии и миксбордеры, япон-

ские садики и бассейны с кувшинками. Сейчас канал НТВ предлагает дачникам передачу «Дачный ответ».

В пространство повседневной жизни вписываются и многочисленные кулинарные передачи: родоначальник жанра «Смак» (Первый канал), «Кулинарный поединок», «Едим дома» (НТВ), «Мир в твоей тарелке», «Иностранная кухня», «Кулинарный техникум» («Домашний»). Красивая кухонная мебель, красивая посуда, красиво оформленные блюда — все это тоже воспитывает эстетический вкус у зрителя. Не меньшее значение имеет и образ самих ведущих-кулинаров — красота и легкость их работы, движения, увлеченность, умение рассказчика делают из обычного процесса приготовления еды настоящий спектакль. Этому процессу сопутствуют их комментарии о качестве продуктов, приправ, кухонной утвари и техники, о рецептах и кулинарных традициях стран и времен, в него включены интервью, забавные истории, анекдоты. Как отмечает А. Ашкеров, «самые обыденные действия могут подчас превратиться в подобие творческих актов»³⁴.

Вещи, тело и телесные практики.

Эстетизация внешнего вида человека соотнесена на современном телеэкране не столько с тематикой здоровья, сколько с определенными социальными стандартами, которые включают в себя молодость, красоту, успешность. На основе этих стандартов происходит формирование представлений о прекрасном в программах о стиле и моде, фитнесе и пластической хирургии. Телеканал «Домашний» — «Время красоты», «Модная прививка», «Коллекция идей», «В форме»; ТНТ — «Клуб бывших жен», «Женская лига»; СТС — «Снимите это немедленно». С перечисленными шоу соседствуют и передачи журнального типа, например, «Москва: инструкция по применению» (ТНТ) и «Красотка» (ТДК), в которых тема внешности дополнялась другой полезной информацией.

Профессионалы высокого уровня дают советы и учат телезрительниц разбираться во всех областях индустрии, создающей красоту. Гости студии, специалисты экстра-класса, показывают, как делать ту или иную процедуру, учат зрительниц упражнениям, формирующим

³⁴ Ашкеров А. Эстетика возвышенного и эстетика повседневного: миф о первоисточке творчества в контексте наивного искусства / Материал из свободной русской энциклопедии «Традиция». URL: <https://traditio./ashkerov/estet1.htm>.

красивую фигуру, демонстрируют свои коллекции одежды. Уроки прекрасного проходят иногда в довольно грубой форме. Например, ведущие программы «Снимите это немедленно!» детально разбирали стиль героини и вносили решительные предложения в его изменение. В результате участницам программы приходилось расставаться с большей частью своего прежнего гардероба.

На канале МузТВ в свое время одновременно выходило не менее десяти передач о модных тенденциях в одежде, и сейчас на канале «Ю», вещающем на этих частотах, их не на много меньше: «Посольство красоты», «В стиле», «Топ-модель по-русски», «Топ-модель по-американски», «Супермодель по-украински», «Самая прекрасная женщина». Популярность этих передач тоже кроется в быстром и легком сказочном перевоплощении: «Стиль за 20 секунд» (ТНТ), «Успеть за 24 часа» (СТС), «Модный приговор» (Первый канал), «Фэшн-терапия» (ТНТ) и др.

Но существуют и такие программы, в которых изменить себя и свою внешность предлагается с помощью весьма радикального и травматического средства — пластической хирургии.

Первый канал в феврале 2006 года предложил телезрителям российский проект на тему пластической хирургии — «Формула красоты». Программа выходила один раз в неделю в формате реалити-шоу, в ней более глубоко ставилась тема внешнего вида человека, и этим она качественно отличалась от предыдущих телепроектов. Несмотря на то, что эффект преображения по-прежнему служил «приманкой» для зрителей, ожидавших завершения шоу, участники проекта должны были приложить усилия, преодолеть привычный образ жизни, питания, подтвердить свое право на будущее преображение. На протяжении всего съемочного периода с каждым участником программы «Формула красоты» работали пластические хирурги, стоматологи, косметологи, диетологи, фитнес-тренеры и стилисты. Профессиональные психоаналитики старались помочь участнику привыкнуть к своему новому образу и почувствовать себя комфортно в новом имидже.

Изменение внешнего вида, по логике таких проектов, кардинально преобразовывает жизнь, совершает чудо, меняет отношение к героине: телеэкран демонстрирует некую эстетически обусловленную социализацию личности. Новый образ — новая судьба. Для некоторых участников подобных проектов это была не игра. Так, в программу «Возможности пластической хирургии» на канале СТС приходили люди с явными дефектами внешности, которые мешали

им чувствовать себя привлекательными и полноценными, а героинями передачи «Верните мне красоту» (телеканал «Ю») были женщины, чью внешность изуродовали чудовищные трагедии. Программы снимались в формате реалити-шоу и формировали представление о современных технологиях внешнего преображения, их доступности и эффективности. Об успешности идеи говорит популярность проекта «Я хочу лицо знаменитости» (MTV), где молодые люди обращались к пластическим хирургам с просьбой сделать их похожими на своих кумиров, известных политиков, певцов, музыкантов, актеров.

Однозначно оценить эстетизацию повседневности в журналистике и в жизни не представляется возможным. С идеологических позиций внимание к эстетике быденного рассматривается как маркер демократии, в отличие от политики СМИ предыдущего тоталитарного режима в нашей стране. Слова журналистки Н. Ивановой: «Гламур и глянец — проводники новой культуры, агитаторы и пропагандисты»³⁵ не кажутся в этом смысле преувеличением. Журналистка выделяет как одну из самых важных черт гламура и глянца — «их неагрессивность, их способность психологически адаптировать человека к новой ситуации и даже — новой (для него) цивилизации»³⁶.

Один из основателей российской культурологии А. Ахиезер отмечает стабилизирующий характер эстетики повседневной жизни, которая может сыграть роль в способности субъекта обеспечить стабильность. Среди всех форм жизни общества эстетику повседневной жизни культуролог рассматривает как специфическую форму борьбы с дезорганизацией: «Красота не может спасти мир (если это изречение понимать буквально), — пишет он, — но без повседневной красоты, возможно, исчезнет желание его спасать»³⁷. «Эстетика должна стать одним из важнейших моментов российского повседневного мира», — утверждает культуролог А. Бабаева³⁸.

³⁵ *Иванова Н. Б.* Гламурно-глянцевая революция уже произошла. URL: 13.03.2006/. (Дата обращения 04.05.2018.)

³⁶ Там же.

³⁷ *Ахиезер А.* Дезорганизация как категория общественной науки // Общественные науки и современность. 1995. № 6. С. 45.

³⁸ *Бабаева А. В.* Эстетика в повседневном мире // Эстетика в интерпарадигмальном пространстве: перспективы нового века : матер. науч. конф. СПб., 2001. С. 13.

Нельзя не согласиться с историком культуры И. Каспэ, положительно оценивающей роль телевидения в том, что зрителям предъются известные, много раз опробованные знаки стабильности, которые подразумевают ценность частных интересов³⁹.

Телевидение аккумулирует, сохраняет и распространяет (транслирует), а порой и создает эстетические эталоны быденного. При этом телеэкран обладает большими возможностями использовать собственную систему выразительных экранных средств для усиления эстетической составляющей этих эталонов, тем самым прочно закрепляя их в сознании зрителя.

Вместе с тем ориентация на красивые позитивные решения, «преображение» проблемы как уход от излишней ее драматизации не приводит к пониманию реальности во всем ее многообразии, а выполняет, скорее, функции терапевтические, чем информационные. Такая эстетика может пробуждать добрые чувства, гуманизировать аудиторию, но не затрагивает сознание — такая повседневность проживается нами «незаметно, разумеется, “само собой”, не становясь, как правило, предметом осмысления или вопрошания»⁴⁰.

³⁹ См.: *Каспэ И.* Дом на экране: атрибуты и символы домашнего пространства в интернет-средах. М., 2005.

⁴⁰ *Прохоров А.* Медийный беспредел как период культуры : матер. Первого и Второго междунар. конгрессов Евразийского телефорума / под ред. В. Рузина. М., 2001. С. 130.

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	5
1. ЭСТЕТИКА ЖУРНАЛИСТИКИ: ПОЛЕ ИССЛЕДОВАНИЯ	10
1.1. Эстетика журналистики как область теоретического осмысления	10
1.2. Трансформации журналистской деятельности в контексте культурных и коммуникативных практик	39
2. КОНЦЕПЦИИ И МЕТОДОЛОГИИ В ЭСТЕТИКЕ ЖУРНАЛИСТИКИ	55
2.1. Эстетизм журналистского текста как герменевтическая категория	55
2.2. Речевая форма журналистского текста: уровни эстетизации	70
2.3. Эстетика публицистического нарратива	85
2.4. Эстетика визуализации в русской дореволюционной журналистике	102
2.5. Фотожурналистика: эстетические трансформации визуального языка	130
2.6. Аудиовизуальная журналистика: технологии и творчество	159
3. ЭСТЕТИЧЕСКИЕ ПРАКТИКИ ЖУРНАЛИСТИКИ	176
3.1. Художественные журналы Серебряного века как эстетический феномен	176
3.2. Время в экранной документалистике	207
3.3. Публицистический кинонарратив: феномен телесности.	215
3.4. Эстетика повседневности в тележурналистике	229

