

Кинематографическое произведение в системе современной медиареальности

Моргунова Ксения Константиновна

Студент (специалист)

Нижегородский государственный лингвистический университет им. Н.А. Добролюбова,
Нижний Новгород, Россия

E-mail: miator416@mail.ru

Кино обладает огромным потенциалом воздействия на общество, во многом потому что «мир фильма» организован как «мир зрелища». С момента появления телевидения кино стали называть искусством «большого» экрана. В современном мире можно говорить о том, что «малый» экран телевидения поглощает все больше зрительского времени и внимания, что подтверждается данными исследований. Другая тенденция - своеобразное «поглощение» кинематографа телевизионной и компьютерной медиареальностью. Стал ли в таком случае кинематограф частью системы масс-медиа? Произведения кинематографа традиционно относят к массовой коммуникации прежде всего на основе тиражности его продукции, но не причисляют к медиасистеме. Большое количество определений понятия «массовая коммуникация», опирающихся на классические подходы, сложившиеся в XX веке, основываются на том, что это вид коммуникации, направленный на неопределенные и рассредоточенные аудитории, с одной стороны, и на такой специфической характеристике, как заявленная периодичность выхода в свет. В отличие от кинематографа, который собирает зрителей в одном зале, телевизионный экран изначально обращен к рассредоточенной массовой аудитории. Массовая коммуникация существует в настоящем времени, о настоящем времени кино можно говорить только с оговоркой - «условное настоящее». Меняется ли что-то в соотношении этих видов коммуникации в современном мире? инновационный потенциал интегрирует прежде различные виды в некое единство? Цель данной работы - выявить данные изменения, которые происходят на основе интегративного потенциала современной медиареальности. Кинематограф, который институционально находится за рамками системы масс-медиа, реализует многие функции средств массовой коммуникации - информационную, воспитательную, развлекательную, но специфическим способом. Контакт фильма и публики строится не на основе передачи и приема (усвоения) информации, а на основе сопереживания, активного включения зрителя в экранный мир. Стоит обратиться к уже ставшим хрестоматийным примерам: З. Кранкауэру удалось на основе анализа фильмов показать психологическую подготовку прихода Гитлера к власти. Немецкий теоретик пишет о том, что постоянное возникновение в фильмах изобразительных и сюжетных мотивов свидетельствует о том, что они есть внешние проявления внутренних побуждений. «Эти мотивы, несомненно, заключают в себе социально-психологические модели поведения, если проникают в популярные и непопулярные фильмы» [1]. Художественный кинематограф с одной стороны, «формирует публику быстро, и притом по своему подобию», а с другой - публика «создает» кино, то есть определенное состояние общественной психологии. Слово «создает» не случайно поставлено в кавычки, его социальных смыслов. У кино существует своеобразный отложенный потенциал воздействия. кинокартина не существует без теснейших связей с социокультурным контекстом. Ее восприятие, набор ассоциаций, вызванный ею, изменяется в зависимости от конкретных реалий времени. Вместе с тем следует подчеркнуть роль изобразительной стихии, которая сегодня во многом ассоциируется уже не с кинематографом как таковым, а с аудиовизуальной медиареальностью, которая в свою очередь во многом находится во власти не документальной информации, а кинематографического образа. Тем не менее мир воображения кинематографа постоянно резонирует с актуальными событиями. Ю. Лотман писал: «Кинофильм принадлежит идеологической борьбе,

культуре, искусству своей эпохи. Этими сторонами он связан с многочисленными, вне текста фильма лежащими сторонами жизни, и это порождает целый шлейф значений, которые и для историка и для современника порой оказываются более существенными, чем собственно эстетические проблемы». Отмечая особенности киноповествования, он говорит: «...в фильм все время втягивается последовательность разнообразных внетекстовых ассоциаций общественно-политического, исторического, культурного плана в виде разнообразных цитат... Возникает повествование на высшем уровне как монтаж разнообразия культурных моделей» [2]. Несмотря на то, что фильм представляет собой некую самостоятельную целостность, он включается в поток массовой коммуникации. Мы видим, что произведение киноискусства, как некая целостность, оказывается тесно связанным с широким социокультурным контекстом, который его порождает. Восприятие фильма вызывает целый ряд ассоциаций, на первый взгляд, не вытекающих из его визуального ряда. По всей видимости, такая связь текста фильма с действительностью объясняется спецификой языка, которым оперирует кинематограф. Киноречь - это «оттиски» видимой и слышимой жизни. Зритель, захваченный экранными образами, переживает судьбу героя, как свою собственную. Он как бы входит в мир фильма. Человек перестает быть простым наблюдателем событий, происходящих на экране. Он их активный участник. Более того, сюжетные перипетии фильма рождают у зрителя ассоциации, связывающие художественную ткань картины с той действительностью, которая его окружает. Именно эти черты киноповествования - теснейшая связь с реальным бытием людей - сегодня получают созвучность в принципах конструирования медиареальности, которая во многом строит свою «социальную ткань» на событийности, зрелищности, способности вовлечь зрителя в свое пространство. Таким образом, можно говорить не только о внешней коммуникативной общности двух экранов, выражением которой является зрелищность, но и более глубоком сходстве -функциональном. Думается, что в мире современных коммуникаций, действенность которых сегодня во многом основана на их мультимедийном ресурсе, подобного рода «общность» позволяет по-новому взглянуть на те социокультурные феномены, которые традиционно рассматривались различными по своей коммуникативной природе.

Источники и литература

- 1) Клер Р. Кино вчера, кино сегодня. – М.: Прогресс, 1981.
- 2) Кракауэр Э. Природа фильма. Реабилитация физической реальности. М.: Искусство, 1974.
- 3) Кузнецова Е.И. Медиакультура в коммуникативном пространстве цивилизаций. Н. Новгород: Изд-во Нижегородского государственного лингвистического университета им Н.А. Добролюбова, 2008.
- 4) Лотман Ю.М. Семиотика кино и проблемы киноэстетики //Лотман Ю.М. Об искусстве. СПб.: Искусство-СПб., 1998.
- 5) Фрейлих С. И. Теория кино: от Эйзенштейна до Тарковского. М., 1992. С.56.

Слова благодарности

Благодарю своего научного руководителя за помощь и поддержку, а также всех организаторов конкурса.