

курс позволил выявить некоторые недостатки существующего музыкального образования. К ним относится: недостаточно развитые связи между предметами общего и специального циклов, недооценка роли единства рационального и художественного в понимании и исполнении музыки, ограниченность общих комплексных знаний и информации.

В настоящее время срочная задача музыкального образования Китая состоит в том, чтобы, признав реалии настоящего музыкального образования, определить проблемы, изменить существующие концепции, урегулировать и улучшить механизм и содержание музыкального образования высших педагогических заведений страны.

### Литература

1. Люй, Чжэнь. Фортепиано «Чжужзян» 1999 – Всекитайский конкурс по основам мастерства среди студентов высших учебных заведений по специальности «музыкальное образование» / Чжэнь Люй // Искусство фортепиано. – 2000. – № 1. – С. 50–51.
2. Ма, Да. Отражение обучения и воспитания учителя музыки / Да Ма // Народная музыка. – 2005. – № 2. – С. 37–39.
3. Вань, Ли. Изменение их идеи, и определение направления развития музыкального образования / Ли Вань // Новый взгляд. – 2009. – № 5. – С. 107–108.

## **НАИБОЛЕЕ ПЕРСПЕКТИВНЫЕ ФОРМЫ РЕПРЕЗЕНТАЦИИ ЦЕННОСТЕЙ ХОРЕОГРАФИЧЕСКОГО ИСКУССТВА В СРЕДСТВАХ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ**

*Н.В. Карчевская, Минск, Республика Беларусь*

Для современной культуры характерно невиданное ранее расширение функций средств массовой информации, что детерминировано во-первых, их массовостью и доступностью, во-вторых, легкостью и убедительностью образного (чувственного восприятия), в-третьих, высокой информационной емкостью, в-четвертых, доминированием продуктивных возможностей над репродуктивными и, наконец, скоростью и широтой трансляции и тиражирования. В орбиту медиакультуры сегодня включены и традиционные виды искусства, например, хореография.

До 1990-х гг. основными формами репрезентации хореографического искусства были рецензии, обзоры, аналитические статьи в печатных СМИ, то есть формы литературно-художественной критики. В Бела-

руси наиболее известным искусствоведом, внесшим и значительный вклад в эмпирическое выявление «операционного набора» современного хореокритического анализа стала Ю. Чурко. Её статьи в средствах массовой информации, как и статьи таких ведущих мастеров критики, как Т. Орлова, Т. Мушинская демонстрировали богатство способов и приемов осмысления хореографического процесса. Тем не менее, существовал и ряд проблем в репрезентации белорусской советской хореографии в СМИ. В первую очередь, эти проблемы были обусловлены периферийным, провинциальным положением белорусской хореографии. С одной стороны, существовала «квота» на отражение явлений культуры национальных республик в центральных союзных СМИ (что, несомненно, было положительным моментом), с другой стороны, в отношении искусства союзных республик критика зачастую принимала не достаточно принципиальную, требовательную позицию по отношению к художественным качествам произведений. Таким образом, критика не всегда успешно выполняла функцию «регулирующего звена» в художественном процессе.

С 1990-х гг. произошли качественные изменения в культурной жизни общества. Наполненность и пронизанность современной культуры мощными, интенсивными информационными потоками, как никогда ранее, актуализировала роль средств массовой информации, или масс-медиа в развитии процесса информатизации культуры [2]. Активная интеграция различных средств коммуникации в единую систему мультимедиа во многом обусловила превращение современной культуры в культуру информационную [5]. Средства массовой информации в современном обществе способны репрезентировать всю многогранность общественной жизни, но особое значение они имеют в сфере репрезентации ценностей художественной культуры. Именно СМИ решают задачи обнаружения, констатации, конструирования проблематики среды и, самое главное, ведут активный поиск и предлагают способы взаимодействия с ней, решения проблемных ситуаций.

Вместе с тем и хореографическое искусство претерпело значительные изменения как в жанрово-стилевом, так и в образно-тематическом и даже организационном планах. Однако в сфере репрезентации продолжали сохраняться прежние подходы, использоваться формы, малоэффективные в смысле проведения нужных линий интерпретации, необходимых для адекватного сопоставления художественных «планов», выделения наиболее значимых, «центральных» произведений. Кроме того, сам круг хореографических репрезентантов, как и в прежние годы, ограничивался хореографическими произведениями крупных форм,

в первую очередь балетных спектаклей (с 1976 г. это были почти исключительно произведения В. Елизарьева), номерами и программами из репертуара государственных хореографических коллективов: ансамбля народного танца и ансамбля «Хорошки», и, в некоторой степени, лучшими образцами аутентичного хореографического фольклора. За рамками этого круга долгое время находились произведения такой разновидности хореографического искусства, как эстрадный танец, «стриповые» направления танца, значительно позже как ценностные в художественном отношении стали рассматриваться произведения, созданные на основе лексики модерн, джаз-танца, contemporary dance. Этот разрыв между уровнем потребностей реципиентов хореографического искусства и уровнем развития репрезентации в СМИ сохраняется до сих пор. Во многом это обусловлено хаотичностью, аморфностью «теоретического самосознания» хореографической критики. До сих пор не выявлено, в сферу чьей компетенции входит репрезентация художественных произведений: искусствоведов или журналистов? Итак, прежние, традиционные стратегии и формы репрезентации ценностей белорусской хореографии в средствах массовой информации не всегда отображают суть этого вида искусства. Все вышесказанное предопределяет актуальность поиска перспективных форм репрезентации ценностного потенциала хореографического искусства в СМИ.

Появление медиа невиданным образом расширило привычную схему коммуникативного процесса: сообщение – интерпретация – коммуникация. В современном мире ведущим звеном в этой триаде становится ранее лишь опосредующая операция трансляции (передачи, репрезентации) ценностного потенциала художественной культуры. Таким образом, схема меняется на следующую: сообщение – коммуникация – интерпретация.

Важнейшим теоретическим и практическим вопросом становится решение проблемы повышения эффективности данной процедуры, то есть повышение эффективности репрезентации художественных ценностей, изменяя условия ее функционирования. Г. Лассуэл, разработавший теорию коммуникативного процесса, предложил членить единый акт коммуникации, в нашем случае репрезентации, на пять основных аспектов, соотносящихся с вопросами, сформулированными этим автором: 1) Кто сообщает? (Анализ управления); 2) Что сообщает? (Анализ содержания); 3) По какому каналу? (Анализ средства); 4) Кому? (Анализ аудитории); 5) С каким успехом? (Анализ эффекта) [4].

Борев и Коваленко, соглашаясь с Г. Лассуэлом, предлагают считать эти структурные компоненты имманентными целостному процессу ком-

коммуникации [3, с. 63]. Кроме того, рассматривая идеологические и социальные процессы репрезентации как формы коммуникации, представляется целесообразным добавить в данную схему вопрос: «С какой целью?» (анализ цели). Анализируя данные аспекты применительно к формам репрезентации хореографических произведений, мы отмечаем следующее:

1. В современных формах репрезентации отмечается отход от традиции представления художественного произведения как целостности. Очевиден своеобразный перекося в сторону репрезентации только мастерства исполнителей. Большинство СМИ оставляет без внимания важнейшие характеристики хореографического произведения: идейно-тематическую направленность, особенности образности, режиссуры, выразительных средств и т. п. Таким образом, практически нивелируется роль балетмейстера в создании хореографического произведения.

2. Наиболее очевидной тенденцией развития медиаиндустрии как в нашей стране, так и за рубежом, является её ориентация на универсальность репрезентации, то есть на распространение информации, доступной и интересной для большинства населения. Современные СМИ становятся одновременно значительно более разнообразными, но менее, чем раньше, сегментированными. Сегодня уже не столь актуальна общность идей и взглядов на ситуацию в контенте даже одного издания. Так, вполне допустимым стало сочетание серьезной и развлекательной информации. Например, в издании, ставшем уже «академическим» в сфере репрезентации хореографических произведений – в журнале «Балет», можно найти и серьезные аналитические статьи, и информацию явно популярного характера. Причина этих изменений кроется в стремлении к повышению привлекательности издания для реципиента и, соответственно, к большей финансовой отдаче от медийного продукта. Особенно это касается коммерческих медиа.

3. Повышение эффективности репрезентации ценностей культуры в СМИ на сегодняшний день во многом связано с тотальной визуализацией сообщаемого. В связи с тем, что изображаемое всегда имеет преимущество перед воображаемым, выступая для потребителя как реальность, то наблюдаемая в современном медиаконтенте визуализация значительно упрощает механизм идеологического влияния. В случае с хореографическим искусством значение визуализации репрезентации возрастает многократно, что обусловлено самой природой этого вида искусства. Именно поэтому наиболее эффективные, действенные формы репрезентации хореографических произведений сформированы в рамках телевидения, интегрирующего речевые и визуальные способы коммуни-

кации и массовой информации и выступающего в качестве особого типа образного мышления. Таким образом, если ранее основным каналом распространения информации относительно хореографических произведений были печатные СМИ, но в современных условиях такими каналами становятся телевидение и интернет.

4. Одной из основных проблем в процессе адекватной репрезентации хореографических произведений в СМИ сегодня является произошедшее в русле идеологии потребления смещение ценностных ориентаций наиболее популярных из них.

5. Исследуя формы репрезентации хореографических произведений в СМИ, логично было бы предположить, что наиболее адекватные, совершенные формы подобной репрезентации создаются в средствах массовой информации, которые изначально предназначены именно для этих целей, то есть в так называемых специализированных СМИ по искусству танца. Интерес представляет сам «заказчик», получаемого продукта, то есть та социальная группа, общность, объединение, которая выступает в роли его креатора. Специфика этой сферы связана с тем, что ее главными «потребителями» является «клан» профессиональных деятелей хореографии, но в то же время в текстах хореографической журналистики существует направленность на массовую аудиторию, с целью «ангажирования» любителей хореографии. Исследование специальных СМИ по хореографии с точки зрения «заказчика», в роли которого выступает само хореографическое сообщество (оно же является и потребителем), позволяет понять ментальность современной хореографической системы, самоидентификацию её представителей, ценности, идеалы.

Безусловно, функционирование профессиональной хореографической культуры в современном обществе происходит в рамках сложившегося самовоспроизводящегося социального института. Об этом свидетельствует система профессионального образования, утвержденные диспозиции социальных агентов внутри хореографической культуры, специализированное медийное пространство. Важную роль в этом процессе играют СМИ, контактирующие с внешней средой. Становясь для сообщества людей искусства виртуальной «фабрикой грез», в СМИ конструируются ценностные ориентиры и имидж сообщества как для внешних «факторов», так и для внутреннего потребления.

Следует отметить, что даже в России количество изданий, специализирующихся на хореографическом искусстве, очень невелико, а в Беларуси таких изданий нет вообще. В числе периодических изданий, затрагивающих проблемы хореографии, находятся такие «долгожители», как журнал «Мастацтва», газеты «Культура» и «Літаратура і мастацтва».

Фактически они продолжают регулировать все информационное пространство в поле национальной художественной культуры. Отметим, что степень доступности специальных хореографических СМИ остается очень низкой: практически все издания подобного рода распространяются через подписку. В ситуации информационной мобильности и разнообразия этот фактор, а также отсутствие интернет-страниц многих изданий, снижает эффективность их потребления. Чаще всего рассматриваемые подписные издания можно найти лишь в местах «открытого доступа», то есть в публичных библиотеках и библиотеках специализированных образовательных учреждений (хореографические школы, колледжи, вузы искусства). Следовательно, сама технология распространения газет и журналов «замыкается» на внутреннем использовании специалистами.

В общем количестве изданий преобладает тип журнального СМИ, выходящий не чаще 1 раза в месяц, что автоматически нейтрализует важный для современных медиа параметр оперативности информации. Существующие газеты также приближаются скорее к функциям журнала, но отличаются более экономичным оформлением. Несмотря на различные концепции рассматриваемых изданий, которые находят отражение в оформлении, структуре, контенте и других качественных характеристиках журналов и газет, все они, находясь в одном системном пространстве, транслируют общую идеологию, выработанную хореографической системой. В картине мира, созданной сообществом деятелей хореографии и отраженной посредством СМИ, можно выделить следующие представления:

а) элитарность хореографического искусства. Проявляется в дистанцировании от общих социальных процессов и массовых хореографических жанров, как от жанров «низких». Несомненно, иногда на страницах специализированных изданий освещаются, например, эстрадно-хореографические произведения, однако этот объем не сопоставим с тем, какое массовые жанры занимают в современной культуре;

б) аполитичность и антирыночность специализированных хореографических СМИ. Эти концепты становятся следствием элитарной самоидентичности и «замкнутости» системы в области «высокой» культуры;

в) «эссенциалистское мышление». Эссенциалистская критика, основанная на поисках истинных критериев ценности и утверждении уникальности чьих-либо практик в искусстве, вне зависимости от исторических и контекстуальных закономерностей. Хореография презентуется как «чистое» искусство, независимое от социальных явлений. Такая оптика визуализирует лишь набор артефактов (концерты, фестивали, юбилей

и т. д.). Получаемая картинка напоминает информационный калейдоскоп разрозненных явлений.

Однако существующая периодичность специализированных изданий – раз в месяц или раз в неделю – предполагает иной тип повествования: не новостной нарратив, а аналитическое, проблемное видение системных процессов. Невиданная ранее пестрота, неоднородность информации, недоступность специализированных хореографических СМИ для простого потребителя, приводит к парадоксальным результатам, заключающимся в стремлении достаточно больших групп населения, несогласных с потоком транслируемых идей, найти способы альтернативного получения информации. Чаще всего в том, что касается сферы репрезентации ценностей культуры, такой способ люди видят в непрофессиональной журналистике, участии в блогах, форумах и т. п. [1]. Все активнее в интернете репрезентируются и хореографические произведения.

Как нам представляется, одной из наиболее эффективных форм репрезентации хореографических произведений, появившейся в последние годы, стали телевизионные танцевальные проекты с элементами реалити-шоу. «Первопроходцем» в этом смысле стал проект «So, you think you can dance?». Достаточно успешны появившееся в России и Украине «Танцуют все» и «Болеро». В подобных проектах наиболее удачно сочетаются различные аспекты репрезентации.

В заключение отметим, что вопросы репрезентации хореографического искусства в СМИ настолько не разработаны и являются столь многогранными, что их дальнейшее изучение должно носить разновекторный характер. Перспективными представляются дальнейшие исследования вопросов репрезентации разновидностей, жанров, стилей хореографического искусства, проблемы репрезентации схожих произведений в различных типах СМИ.

## 📖 Литература

1. Белова, К.А. Жанровая репрезентация интернет-дискурса Беларуси / К.А. Белова // Веснік Магілёўскага дзяржаўнага ўніверсітэта імя А.А. Куляшова. Серыя А. Гуманітарныя навукі. – № 1 (37). – 2011. – С. 85–91.
2. Беньямин, В. Произведение искусства в эпоху его технической воспроизводимости. Избранные эссе / В. Беньямин. – М.: Медиум. Культурный центр имени Гете, 1996. – 240 с.
3. Боров, В.Ю. Культура и массовая коммуникация / В.Ю. Боров, А.В. Коваленко. – М.: Наука, 1986. – 301 с.
4. Кириллова, Н.Б. Медиакультура: от модерна к постмодерну / Н.Б. Кириллова. – М.: Академический проект, 2005. – 448 с.

## **ФОРМИРОВАНИЕ КИНОЭСТЕТИЧЕСКИХ ПРЕДПОЧТЕНИЙ СОВРЕМЕННОЙ УЧАЩЕЙСЯ МОЛОДЕЖИ**

*С.И. Колбышева, Т.А. Лопатик,  
Минск, Республика Беларусь*

Со второй половины XX в. кинематограф занимает лидирующее место в системе экранной культуры, став неотъемлемой частью повседневной жизни людей и значимым фактором социокультурного развития. И если признать экранную культуру в качестве принципиально новой парадигмы социальной коммуникации [1, с. 9], а кинематограф – в качестве ее структурной единицы, то важным моментом в развитии педагогических наук является выделение киноаудитории как социального института. Именно через аудиторию кинематограф реализует свои первичные функции – информационно-познавательную, социальную, художественно-эстетическую, компенсаторно-развлекательную.

Киноаудитория и киноискусство – взаимосвязанные и пропорционально развивающиеся стороны экранной коммуникации [2]. С одной стороны, социально-экономические, коммуникативные и культурные процессы, характерные для современного общества, влияют и, соответственно, меняют зрителя, с другой – именно зритель, являясь «потребителем» кинопродукции, «заказывает» качество и количество кинопродукции. В киноаудитории уже сегодня становятся заметными дифференциация, фрагментация, индивидуализация и персонализация кинопотребления, и кинозритель постепенно из пассивного объекта воздействия превращается в активный субъект, желающий самостоятельно формировать свой киноопыт.

Вместе с тем процесс формирования киноопыта не всегда протекает в благоприятных условиях. Просмотр кинопродукции низкого качества не способствует усвоению зрителями, в первую очередь, всей палитры средств художественной выразительности, во вторую – кодов сложного синтетического вида искусства. Выделенные проблемы особенно заметны в молодежной микросреде. Однако следует обратить внимание не столько на «отсутствие вкуса» учащейся молодежи, сколько на ее неподготовленность и неосведомленность. Отсутствие своевременной высокопрофессиональной информации в области кино предоставляет возмож-