

Наталья БАРАНЕЦ, Александра КРАЕВА, Елена ФЕДОСЕЕВА

ИДЕОЛОГИЯ ИННОВАЦИОННОСТИ В ОБЛАСТИ ОТЕЧЕСТВЕННОГО ТЕАТРА

В статье проводится анализ существования отечественной театральной традиции в условиях современных инновационных процессов в контексте поиска основополагающего вектора политических и управленческих решений в данной области. In the article the analysis of domestic theatrical traditions in modern innovative processes is conducted in the context of a search for fundamental vector of political and administrative decisions in this area.

Ключевые слова:

стратегии культурной политики, культурная традиция, отечественный театр; strategies of cultural policy, cultural tradition, national theatre.

БАРАНЕЦ

*Наталья
Григорьевна —
д. филос. н., профессор
кафедры философии
факультета
гуманитарных
наук и социальных
технологий УлГУ
n_baranetz@mail.ru*

КРАЕВА

*Александра
Геннадьевна —
к. филос. н., доцент
кафедры философии
факультета
гуманитарных
наук и социальных
технологий УлГУ
kraevalex@list.ru*

ФЕДОСЕЕВА

*Елена
Юрьевна —
аспирант кафедры
философии
факультета
гуманитарных
наук и социальных
технологий УлГУ
philos@sv.ulsu.ru*

«Неклассические» теории идеологии представляют ее не как систему мыслей, а как систему жизненных отношений. Может ли субъект искусства существовать в социуме неидеологично? Можно ли превратить искусство в «поле», свободное от идеологии? Ответ на первый вопрос — неидеологичного положения субъекта в обществе быть не может, потому что все социальные институты построены в соответствии с определенными материальными, духовными и социальными потребностями субъектов, а их воспроизведение и функционирование обеспечивается системой жизненных (идеологических) отношений. Идеология объединяет индивидуумов на основе воспринятых идей, формулирует и распространяет ценности, могущие стать социальными нормами, дает образ мира, его интерпретацию и подходы к его познанию, прогнозирует и моделирует будущее через идеалы и программы, направленные на их реализацию. Идеология играет важную роль, воздействуя в процессе социализации на когнитивные структуры, задающие интерпретацию общественных явлений. Носителями определенной идеологии могут быть не только классы, но и представители отдельных страт и профессиональных сообществ, которые в современном стратифицированном государстве имеют свои социальные, экономические и политические интересы, формирующие у них потребность в определенной идеологии. Поэтому поле искусства не может быть свободно от идеологии.

Музыкальная сцена, балетный театр и оперный спектакль — достаточно «экзотическая» область для рассмотрения ее как авансцены действия инновационных процессов. Тем не менее театр — это одна из наиболее «чувствительных» к общественно-политической ситуации областей искусства, характеризующаяся чутким реагированием на социальные потрясения и изменения общественно-художественных отношений и, несомненно, нуждающаяся в осмыслении общественно-исторического контекста ее экзистенции. Пожалуй, это единственный вид искусства, «эквивалентный» современности, потому что театральная постановка существует в каждый конкретный, «настоящий» момент времени, в отличие, например, от литературного или музыкального искусства, когда субъект творчества может отрефлексировать современность и положить «в стол» в надежде, что позже его произведение будет прочитано или исполнено.

Идеология в искусстве — сложное явление, и различны виды идеологии, воздействующие на деятельность «человека искусства». Есть внешняя по отношению к театральному сообществу идеоло-

гия, являющаяся частью государственной политики. Она направлена на контроль над всеми общественными институтами, и искусством в том числе, ее возрастающее значение для развития общества определяется стремлением государства к расширению своего контроля, а это и есть идеологизация. Идеологизация в искусстве — это проникновение внешней для сообщества идеологии в искусство, приводящее к нарушению принципов его художественной автономности. Результатом такого вмешательства сегодня становится деформация ценностей, организующих художественную, творческую деятельность. Есть и внутренняя идеология сообщества деятелей искусства, имеющего собственные задачи, цели и систему ценностей, для реализации которых оно борется за ресурсы и предпочтения. В соответствии с этим существование современного отечественного театра характеризуют два основных стратегических направления: это либо его неумная угодливая коммерциализация, нацеленная на эпатаж и привлечение тем самым широкого круга зрителей, либо «добровольный» изоляционизм «изысканной художественной игрушки», понятной лишь «избранным».

Одним из основных ценностных ориентиров жизни творческого сообщества является продуцирование новых, оригинальных и необычных шедевров. То есть, изначально идеологию любого творческого сообщества определяет стремление к новизне — инновационности, что постоянно подталкивает художников к творческим экспериментам, нарушающим традицию, зачастую эпатирующим общественное и экспертное мнение. В современном обществе, в котором последние полвека главным условием прогресса видится инновация и государственная власть декларирует создание идеологии инноваций, сложился внешний запрос на инновацию во всех сферах общественной и культурной жизни. Поэтому можно отметить, что внутренняя идеология творческого сообщества совпала с социальными и властными ожиданиями и породила взрыв новаторских экспериментов.

Значение новых технологий в социально-культурном контексте развития современного отечественного театрального искусства сводится к негативному воздействию на постановочный процесс, что проявля-

ется в снижении профессионализма театрального сообщества, уровня художественного вкуса и духовно-эстетических предпочтений общества в целом, а также «видимости» повышения конкурентоспособности спектаклей в условиях современного художественного рынка, стремящегося удовлетворить потребности массового общества. Речь идет о кардинальной смене ценностных ориентаций нового поколения театральных деятелей, которая выражается в отказе от духовного, содержательного момента, от театра переживания в пользу преобладания на сцене сиюминутного, «подчеркнуто телесного», пластического, визуального языка с доминированием «конструкции» над содержанием, «представления» над переживанием. Однако обращение к истории театральной техники и постановочных технологий показывает, что многие современные сценические эффекты взаимодействуют с теми принципами, которые были известны в прошлом (работы Ю.В. Борева, А.С. Запесоцкого, Я.Б. Иоскевича, А.В. Костиной, К.Э. Разлогова). В современных постановках нередко используется симультанный принцип, характерный для театра средних веков; театральное действие, выражающееся исключительно в демонстрации сценических эффектов, основанных на новых технологиях, было известно еще театру барокко, было связано с небывалым развитием науки, идеями общественного прогресса и не влекло за собой утрату содержательного ряда театральных произведений. Опера, появившаяся в период позднего Ренессанса, стала одним из главных барочных театральных жанров, «молниеносно» реагирующих на идеологические, социально-политические изменения культурной парадигмы (оперные произведения таких великих мастеров, как А. Скарлатти, Г.-Ф. Гендель, К. Монтеверди).

Современные интеграционные процессы, обеспечивающие взаимосвязь науки и искусства и наиболее ярко выраженные в процессе технологизации и прагматизации всех сфер культуры, слабо развитое гражданское общество с низким уровнем самосознания во многом обернулись для искусства художественным регрессом. Отсутствие глубокого идейного фундамента на сцене подменяется обилием формальных технологических конструкций. Подобного рода иннова-

ции ведут, с одной стороны, к подрыву собственной отечественной традиции, к маргинализации национальной театральной школы и искусства в целом, а с другой — к тотальному заполнению сцены эстетикой дилетантизма, а вслед за этим — к «глобалистскому» культурному минимализму и примитивизму. Свидетельством тому являются изменения в характере взаимодействия режиссера и художника в современном постановочном процессе. Согласно типологии Л. Мановича, существуют художники «медиа-арт», не только адаптирующие для творчества медийные технологии, но и использующие коммерческие медиапродукты в качестве исходного материала (сканирование фотографий из газет, редактирование фрагментов телепередач, «извлечение» эпизодов из художественных или телевизионных фильмов). Получив такого рода «ремиксы» (виртуальный аналог техники коллажа и монтажа), они превращают их в «замкнуто-кольцевые» ролики. Помимо фотографии, кино и видео, медиа-арт берет за основу работы, выполненные в традиционной технике: живопись, графику, скульптуру. Кроме того, художники выбирают фрагменты из кинофильмов или телепрограмм, переделывают их в замкнутые ролики, которые могут стать частью произведения в жанре видео-инсталляции. Другой тип — художник-программист, или адепт *software art*. Объектом его отражения становится не реальный мир, а его образ, созданный медийными средствами. Художник-программист «пишет» и «рисует» средствами компьютера, используя готовые образцы и возможности компьютерных программ¹. Таким образом, весьма ощутимые объемы финансирования нового техно-театра, формирующие «рыночный тренд» современного театрального канона, привели к неостребованности режиссера — художественного гения, место которого заняли режиссеры-менеджеры, имеющие навык создания техно-визуальных симулякров, тиражей «культурных благ», потребительскую стоимость которых экономика социально-культурной сферы определяет как способность удовлетворять культурные потребности общества. В итоге в области

современного художественного театра осуществилась подмена инновационного развития искусственным технологическим развитием.

Анализируя мировой художественный рынок, стоит заметить, что наиболее успешной областью театрального искусства является музыкальный театр — оперный и балетный. При этом предпочтение отдается оперным и балетным спектаклям, написанным во второй половине XVIII — XIX вв. Современное искусство, к которому относятся произведения мастеров XX в., принадлежит к художественным явлениям принципиально немассового, элитарного порядка. Сохраняясь как самоценное национальное явление, занимающее свою собственную нишу в художественном бытии настоящего, в западной практике сформировался рынок оперных и балетных «товаров и услуг», изобилующий весьма изобретательными и многочисленными способами их успешной «продажи» с опорой на действие таких маркетинговых механизмов, как реклама, формирование спроса, учет потребностей «покупателей»-слушателей, разнообразные «технологические усовершенствования». Наиболее успешными «маркетинговыми ходами» в реализации оперных и балетных представлений, успешно апробированными в большинстве стран западного мира, являются высокий социальный статус, «престижность» посещения оперных и балетных представлений, организованных на «дорогих» площадках; упор на брендирование известных оперных певцов и деятелей балетного искусства (например, их появление в рекламе). Действительно, *Mozartkugel* — конфеты с изображением В.А. Моцарта — стали таким же идиоматическим символом Австрии, как памятник Й. Штраусу. Проводятся также разнообразные шоу, которые составлены из фрагментов известнейших оперных и балетных произведений при участии знаменитых певцов. Например, в последние десятилетия стали уже традицией «оперные ночи», которые являются презентацией в завершение сезона наиболее ярких номеров репертуара следующего сезона на городских площадях, собирающих десятки тысяч зрителей. Проводятся концертные шоу, где наиболее яркие и известные оперные партии исполняются одновременно музыкантами классической школы и известными эстрадными

¹ Manovich L. The Language of New Media. — Cambridge: The MIT Press, 2002, p. 49.

певцами. Так, совместные выступления М. Кабалье и Ф. Меркюри, Л. Паваротти и Стинга способствовали не только популяризации оперы, но и созданию для поп-музыки «шлейфа одухотворенности». Широко используется современная, подчас скандальная режиссура классических спектаклей как своеобразная «антиреклама» и др.¹

С сожалением стоит отметить, что в российской культурной политике не выработаны сколько-нибудь четкие стратегии управления в анализируемой области, которая по своему определению не может быть «доходной статьей»: распространенное в эпоху глобализации всемерное внедрение новых технологий и инноваций на производстве и в области художественной культуры — процессы, отнюдь не идентичные друг другу. Причинами «упадка» отечественной художественной культуры являются широкие масштабы невежества в области классической национальной художественной культуры на фоне господства шоу-бизнеса. Подход к оценке инноваций как в области культуры в целом, так и в области искусства в частности с непременным учетом широкого ком-

плекса социальных последствий инновационного процесса с необходимостью выводит властные структуры на задачу обеспечения условий (организационных, институциональных, профессиональных, образовательных и кадровых), отличных от тех, которые необходимы при оценке инноваций в рамках только корпоративного менеджмента инноваций. Культурная политика в области театрального искусства — именно тот инструмент властных идеологических стратегий, который не связан с необходимостью стирания культурной традиции, а наоборот, заинтересован в ее тщательном сохранении. Исполняя роль референта между культурным ядром, во многом определяемым идеологией, и динамическими процессами, отечественная театрально-художественная традиция в новых инновационных контекстах должна возрождать интерес к собственной идентичности, помогая российскому обществу сохранять и презентировать культурное своеобразие, что наглядно демонстрирует история русского театра.

Исследование выполнено в рамках Федеральной целевой программы «Научные и научно-педагогические кадры инновационной России» на 2009–2013 гг. ГК №14.В37.21.0516.

¹ Кияновская Л. Опера как рынок: спектакль как маркетинговый ход // Музыкальная академия, 2008, № 4, с. 77.