

ОСОБЕННОСТИ СУБЪЕКТОВ ХУДОЖЕСТВЕННОЙ КИНОКОММУНИКАЦИИ

Позднякова О. А., Резникова К. В.

ФГАОУ ВПО Сибирский федеральный университет, Красноярск, Россия (660041, г. Красноярск, пр. Свободный, 79), e-mail: polesya43@gmail.com, axu-ta@mail.ru

В статье рассматривается художественная коммуникация между произведением киноискусства и зрителем. Произведение искусства описывается как активный субъект, результат коммуникации автора и художественного материала, то есть совокупность знаков, которые затем могут быть расшифрованы и осмыслены. Зритель – тоже активный субъект, способный раскрыть в целостности средства выразительности, функции и знаковую структуру произведения. Зритель актуализирует в себе потребность быть идеальным зрителем. Каждый элемент произведения адресуется зрителю, который его обнаруживает и заполняет собственным смыслом. Данная статья описывает коммуникативные статусы произведения киноискусства и зрителя (адресант и адресат, речевые партнеры, соавторы художественного текста), свойства, которые изменяются во время художественного диалога.

Ключевые слова: художественная коммуникация, произведение киноискусства, зритель, субъект коммуникации.

FEATURES OF SUBJECTS OF ART CINEMA-COMMUNICATION

Pozdniakova O. A., Reznikova K. V.

Siberian Federal University, Krasnoyarsk, Russia (660041, Krasnoyarsk, street Svobodny, 79), e-mail: polesya43@gmail.com, axu-ta@mail.ru

The article deals with the problem of art communication between a viewer and a cinema art-work. The article proves that cinema art-work is an active subject and the result of communication between the author and art material. The art-work is a summation of signs, which the viewer can decipher and comprehend. The viewer is also an active subject, who is able to understand cinema art-work as a whole, to understand its function and film structures. The viewer wants to reveal himself as an ideal viewer. Each element of the cinema art-work is a sign addressing its meaning to the viewer who discovers it and fills it with his own personal sense. This article describes communicative status of cinema art-work and viewer: addresser and addressee, speaking partners, coauthors of an art-text. They change during art communication.

Keywords: art-communication, cinema art-work, viewer, subject of communication.

Введение

Киноискусство может выступать в качестве коммуникации, оно порождает и транслирует образы культуры, отражающие реальность согласно правилам условности, сообщение, наделенное определенным смыслом, который формируется за счет сочетания фонетических звуков, надписей, шумов, музыки и движущихся изображений. Кинематограф является источником опыта для человека, в нем содержатся социальные образы действительности, ценности, отражается культура. Через произведения искусства человек способен постичь высшую духовность, понять культуру (сегодня проводится множество исследований в гуманитарных науках, посвященных изучению идентификации человека с помощью искусства [1, 2, 3, 4, 5, 6, 7]). Актуальность исследования художественной коммуникации обусловлена тем, что в современном мире остро встает необходимость изучения культуuroобразующих текстов, формирования интерпретативных стратегий читателя. Кино сегодня становится главным транслятором актуальных для общества тем,

мотивов, сюжетов, соединяя в себе особенности других типов искусств. Человек знакомится с реальностью, окружающим миром, узнает о морали, ценностях, различных аспектах жизни с помощью культуры, в том числе через репрезентацию их в кино. Современная художественная культура обладает огромными коммуникативными возможностями, но сегодня по-прежнему существуют проблемы в художественном общении, не до конца изучены роли языковых систем в искусстве и принципы, по которым строится коммуникация зрителя и произведения искусства.

Цель исследования – изучение особенностей субъектов кинокоммуникации: произведения киноискусства и зрителя.

Результаты исследования

Художественная коммуникация осуществляется между субъектами – произведением киноискусства и зрителем. Субъект (от латинского *subjectus* – находящийся у основания) – лежащий в основе; носитель сознания, познания и преобразования. Понимание субъекта в современной науке связывается с наделением его рядом качеств: 1) способность быть активным; 2) способность быть самостоятельным; 3) способность осуществлять специфическую деятельность. Коммуникация подразумевает взаимодействие субъектов, передачу информации между ними с помощью принятой знаковой системы. Существует несколько подходов к пониманию субъектов художественной коммуникации.

1. Художественная коммуникация осуществляется между автором и зрителем (В. Е. Семенов, С. Х. Раппопорт, А. Базен, Ю. М. Лотман, М. М. Бахтин). На этапе создания автор закладывает в произведение свои чувства, мысли, идеи, и коммуникация может считаться случившейся, если зрителю удастся расшифровать авторский посыл.
2. Художественная коммуникация подразумевает связь зрителя с эпохой создания произведения искусства (Э. Панофски). Согласно этой концепции, произведение искусства отражает не индивидуальность художника, который его создал, а ментальность эпохи, которую можно понять через анализ исторического контекста.
3. Произведение искусства – посредник в автокоммуникации (Ю. М. Лотман, Л. С. Выготский). Произведение искусства воспринимается как средство для контакта человека с самим собой. Зритель рефлексировывает над своим внутренним миром, получает удовольствие.

В описанных подходах произведению искусства отводится пассивная роль, произведение выступает как средство, толчок для коммуникации. Самой распространенной точкой зрения является рассмотрение коммуникации между автором и зрителем, которая не учитывает, что автор – это сложная система взаимодействия создателя (всех создателей) и материала. Зрителю также отводится пассивная роль, он должен только расшифровать то,

что сказал автор, не добавляя собственной интерпретации. Поэтому встает необходимость выделить еще один взгляд на художественную коммуникацию – это коммуникация произведения искусства и зрителя, где и произведение искусства, и зритель являются активными началами. Произведение искусства понимается как эталон поведения человека, как нечто, способное задать образец; а зритель как субъект, который раскрывает идеалы, имеющиеся внутри произведения.

Произведение искусства и зритель, вступая в диалог, изменяют свои статусы на протяжении коммуникации.

1. На первом этапе коммуникации **произведение** выступает **адресантом**, а **зритель** – **адресатом**, художественная коммуникация осуществляется, пока происходит непосредственное взаимодействие с произведением искусства (т.е. пока длится фильм). Произведение киноискусства представляет собой сообщение, набор информации, определенных знаков и символов и предлагает форму, по которой должна строиться коммуникация.

Понятие «идеальный зритель» связано с понятием «нададресата» (введенное М. М. Бахтиным): «Всякое высказывание всегда имеет адресата, ответное понимание которого автор речевого произведения ищет и предвосхищает», но кроме этого существует еще один адресат, «абсолютно справедливое ответное понимание которого предполагается». Произведение создается не только для каждого конкретного зрителя, сидящего в зале, но предполагается некий идеальный зритель, выраженный в зависимости от времени или идеологии (как бог, абсолют, человеческая совесть, народ, наука). Любое произведение открыто для интерпретационных усилий зрителя, хотя эти усилия задаются структурной системой произведения. У идеального зрителя предполагается определенная компетенция, понимание контекста, в котором происходит коммуникация.

Произведение киноискусства – результат взаимодействия автора и художественного материала [9]. Оценить степень участия того или иного члена съемочной группы в создании произведения киноискусства невозможно. В двадцатом веке под автором произведения киноискусства стали понимать «коллективного функционально дифференцированного автора» (М. Б. Ворошилова), который при помощи киноязыка формирует сообщение, затем воспроизводящееся на экране. Автором произведения киноискусства является коллективный автор, обобщенный до съемочной группы. Голос произведения отрывается от источника (от того, что принято называть «автором», автор является внешним по отношению к произведению), в произведении говорит художественный язык как таковой; невозможно, например, обнаружить источник закадрового голоса в произведении киноискусства – это

говорит персонаж (актер), сценарист (автор текста) или режиссер. Поскольку авторство синтетично, один аспект нельзя вычленить как главенствующий, поэтому главным действующим лицом диалога со зрителем становится само произведение.

Художественный материал – это различные средства, с помощью которых и посредством которых создается произведение. Это преобразование реальности с помощью кинематографических средств: 1) материально-технических, например: камера, пленка, кадр, сюжет, оборудование, реквизит, свет, площадка, актеры; 2) логических – задание определенных ориентиров: логики сюжетной линии, логики композиции, логики выразительных средств.

На этом этапе происходит восприятие и декодирование зрителем знаков, так называемых «объективных значений», заложенных в произведение киноискусства на этапе первичной коммуникации автора и художественного материала. Вокруг знаков формируются представления, то есть образ из впечатлений, которые зависят от каждой конкретной ситуации восприятия знака (вокруг одного знака может быть сформировано множество различных представлений). С изменением ситуации коммуникации, восприятие одного и того же произведения киноискусства в разное время может привести к образованию разных представлений. Во время диалога на первом этапе зритель еще не воспринимает произведение как целостность, останавливаясь лишь на отдельных частях произведения: цветах (различные аспекты психологии восприятия, контрасты, перемена фильтров), освещении (зависимость настроения зрителя от фактуры отдельных персонажей), звуке (влияние на эмоции), ракурсе (включающий зрительский глаз в структуру повествования), движении камеры, кадре (рассредоточение значений по произведению), монтаже (он задает темп восприятия), плане (определяет пространство между зрителем и происходящим), спецэффектах (они погружают зрителя в происходящее и делают произведение более реальным).

Зритель, как правило, заинтересован в просмотре произведения киноискусства, он является активным субъектом, который готов воспринимать то, что видит. Обращение к произведению искусства – попытка поиска истины: произведение репрезентирует эталонные схемы действия [10]. Коммуникация начинается с восприятия материальных качеств, особенностей пленки и особенностей выражения на пленке различных значений. Восприятие происходит бессознательно, обстановка для коммуникации (темный зал, интимность, неподвижность зрителя, отсутствие отвлекающих факторов) создают условия для успешной партиципации. Продуктами такого взаимодействия становятся эмоции, впечатления, ощущения зрителя. Из множества различных художественных приемов, использованных в

произведении киноискусства, в сознании зрителя начинают складываться общие закономерности.

2. На втором этапе коммуникации **произведение киноискусства и зритель** меняют свои статусы – они становятся **речевыми партнерами**. На этом этапе диалога происходит осознание значений знаков. Зритель стремится раскрыть в себе потенциал идеального зрителя, то есть пройти (понять) некую схему, которая была заложена в произведении искусства. При этом особое значение приобретают новые реакции человека на происходящее в произведении, особенности решения конкретных вопросов зрителя, возникающих у него по ходу действия фильма. На этом этапе зритель из разрозненных художественных приемов выстраивает цепочки значений: сюжет, актерская игра и декорации позволяют зрителю отождествлять себя с происходящим, включать зрителя в произведение, особенности композиции сцепляют в зрителе реальное, воображаемое и символическое. Зритель дублирует взгляд камеры, дублирует в сознании происходящее с героями. Процесс включения зрителя в произведение осуществляется техническими средствами, например, фокусировка на конкретном плане или герое. Композиция должна выражать объективное содержание предмета, она вовлекает зрителя в действие. При этом все элементы произведения подчиняются замыслу, который может быть сформулирован как идея произведения или цель его создания. Внутренняя природа произведения перестраивается в зависимости от реакции зрителя. Каждому знаку, заложенному в произведении, соответствует определенное значение, которое присваивает ему зритель. Если на первом этапе зритель устанавливает значение отдельных частей произведения искусства (понять значение цвета, ракурса, движений камеры), то на втором этапе художественной коммуникации зритель с помощью сознания складывает целостную картину значений.

На втором этапе происходит «сшивание» зрителя и произведения искусства за счет технической или стилистической составляющей, например с помощью крупных планов, кроме того, за счет смыслового участия, то есть слежением за судьбами героев, зритель тоже становится структурным элементом произведения. После того, как зритель поочередно расшифровал значение всех знаков, заложенных в фильме, он пытается составить собственное мнение о произведении искусства.

3. На третьем этапе коммуникации **произведение искусства и зритель** являются **соавторами художественного текста** (об этом пишут, в том числе, М. В. Тарасова, В. И. Жуковский). Зритель, потерявший свою самостоятельность (уже не существующий в пределах коммуникации как отдельный субъект, а существующий как взаимодействие), и произведение искусства осуществляют появление нового качества диалога. То есть

происходит не прочтение заложенных значений, а раскрытие личностных смыслов зрителя, которые он вкладывает сам в произведение. Зритель не воспроизводит содержание произведения зеркально, итог коммуникации не повторяет ни произведение, ни зрителя [8]. Зритель, погружаясь в визуальную природу произведения, становится активным познающим субъектом и воссоздает в своем сознании произведение заново, уже со своей интерпретацией. Появляется новое восприятие произведения: оно раскрывается как целостность, когда и материальная суть (ракурсы, движения камеры, монтаж, свет и другое) воспринимается в единстве со значениями. Понимание значения порождает возникновение смысла произведения киноискусства. Актуализируется тяга зрителя к раскрытию этих смыслов, зритель собирает отдельные значения и понимает общую идею фильма. При этом произведение искусства не является законченным, оно постоянно высвобождает новый смысл – новая коммуникация произведения искусства с другим зрителем порождает другой смысл.

В процессе понимания смысла произведения киноискусства зритель переходит цепочку от знака и индекса, который содержится в произведении искусства, к определенному содержанию собственного сознания, образам, которые знакомы и провоцируются. Кроме этого, зритель сопоставляет этот образ с другим образом (таким же по типу) для того, чтобы систематизировать изображения. Эти образы могут сопоставляться с образами в другой период времени (в том же или в другом произведении). Рефлексия зрителя как итог коммуникации приводит к созданию нового образа, совместно рожденной интерпретации. Зритель воспринимает нечто, превосходящее логику фильма, за пределами репрезентации.

Заключение. Художественная коммуникация осуществляется между произведением киноискусства и зрителем. Оба этих субъекта занимают активную позицию и вступают в коммуникацию на равных: произведение киноискусства содержит знаки, которые можно расшифровать, зритель, пытаясь актуализировать в себе идеального зрителя, хочет эти знаки интерпретировать. Произведение киноискусства и зритель изменяют свои коммуникативные статусы на протяжении диалога. На первом этапе произведение киноискусства – адресант, предлагающий объективные значения, раскрывающиеся с помощью средств выразительности: цвета, света, звука, ракурса, монтажа, движений камеры, планов, спецэффектов. Зритель декодирует знаки, бессознательно воспринимая то, что было заложено на этапе первичной коммуникации (между автором и художественным материалом). На втором этапе произведение и зритель становятся речевыми партнерами – с помощью сознания зрителя расшифровывается внутренняя природа произведения (сюжет,

декорации, актерская игра, композиция), знаки наполняются зрителем индивидуальными значениями. На третьем этапе коммуникации произведение киноискусства и зритель становятся соавторами художественного текста, происходит раскрытие личностных смыслов, появляется символическое значение произведения киноискусства. Текст фильма сложен из множества различных слоев: погружаясь в визуальную природу произведения искусства, человек становится активным познающим зрителем и воспринимает произведение в новом качестве, воссоздает его в себе заново. В итоге формируется собственная интерпретация, понимание идеи произведения.

Список литературы

1. Викторук Е. Н., Черняева А. С. Горизонты понимания в методологии социально-гуманитарного познания // Журнал Сибирского федерального университета. Серия «Гуманитарные науки». – 2010. – Т. 3. – № 5. – С. 776-784.
2. Кудашов В. И. Иррациональность сознания информационной эпохи // Вестник Российского философского общества. – 2001. – № 3. – С.95-98.
3. Лобакова Н. М. Специфика и методология гендерной теории в прикладных культурных исследованиях // Журнал Сибирского федерального университета. Серия «Гуманитарные науки». – 2009. – Т. 9. – № 4. – С. 580-586.
4. Лузан В. С. Культурная политика как предмет прикладной культурологии // Журнал Сибирского федерального университета. Серия «Гуманитарные науки». – 2009. – Т. 2. – № 3. – С. 323–335.
5. Неволько Н. Н. Визуализация этнической темы в живописных и графических произведениях искусства хакасских мастеров // Журнал Сибирского федерального университета. Серия «Гуманитарные науки». – 2011. – Т. 4. – № 8. – С. 1109-1126.
6. Семенова А. А. Понятие «концепт» как основа современной культурологии // Журнал Сибирского федерального университета. Серия «Гуманитарные науки». – 2009. – Т. 2. – № 2. – С. 234-246.
7. Koptzeva N. P., Reznikova K. V. Selection of Methodological Principles for Actual Research on Culture // Journal of Siberian Federal University. Humanities & Social Sciences 8. – 2009. – Vol. 2. – № 4. – P. 491-506.
8. Koptseva N. P., Zhukovskiy V. I. The Artistic Image as a Process and Result of Game Relations between a Work of Visual Art as an Object and its Spectator // Journal of Siberian Federal University. Humanities & Social Sciences. – 2008. – Vol. 1. – № 2. – P. 226-244

9. Koptzeva N. P. The Creation Problem in Fundamental Ontology of Martin Heidegger and Modern Theory of Fine Arts // Journal of Siberian Federal University. Humanities & Social Sciences 4. – 2008. – № 3. – P. 338-346.
10. Zhukovsky V. I., Pivovarov D. V. Istina-Truth and Pravda-Truth: Alienating and Assimilating Knowledge // Journal of Siberian Federal University. Humanities & Social Sciences. – 2013. – Vol. 6. – № 3. – P. 334-344.

Рецензенты:

Викторук Е.Н., д.филос.н., профессор, зав. кафедрой философии и социологии Красноярского государственного педагогического университета им. В. П. Астафьева, г.Красноярск.

Кудашов В.И., д.филос.н., профессор, зав. кафедрой философии Гуманитарного института Сибирского федерального университета, г. Красноярск.