

**СУЧАСНЕ УКРАЇНСЬКЕ МИСТЕЦТВО У СПРИЙНЯТТІ
ОЛЕГА ВЕРГЕЛІСА
(НА МАТЕРІАЛІ ПУБЛІКАЦІЙ У ГАЗЕТІ «ДЗЕРКАЛО
ТИЖНЯ»
ЗА 2010-2011 РР.)**

Олег Вергеліс – завідувач відділом культури у газеті «Дзеркало тижня», відомий український критик. Його можна назвати провідним автором з питань сучасного мистецтва у цьому виданні. Його публікації відрізняються яскравістю виконання, високою компетентністю, гостротою, а іноді і жорсткістю характеристик щодо деяких вітчизняних культурних діячів.

Одним із провідних завдань мистецької журналістики є оцінка естетичних об'єктів, що створюються різними авторами, а оцінка, за О. Тертичним передбачає співвіднесення реального об'єкта із ідеальним уявленням журналіста про те, яким має бути твір [5; 25]. Таким чином, кожен критик презентує аудиторії свою власну ідеальну модель спектаклю, виконання тієї або іншої партії в опері, режисерської чи операторської роботи. У сфері ж наук про соціальні комунікації важливим є встановлення того, якими є ці ідеальні моделі, наскільки адекватно у них відображені ті або інші явища мистецтва. Або ж як говорить Д. Мак-Квейл, актуальним є визначення того «чи відображає медійний контент реальність, а якщо так, то яку або чию реальність» [4; 303]. Журналіст, що займається мистецькою проблематикою, часом першим знайомиться із певним твором, відповідно, читач, який не має безпосереднього контакту із текстом, вимушений формувати своє перше враження із допомогою журналіста, а потім сприймати твір, зважаючи на це перше враження.

У своєму дослідженні «Психологія масових комунікацій» Р. Харріс говорить: «Завдяки телебаченню та іншим ЗМІ ми дізнаємося про набагато більшу кількість людей, яких би кожен із нас міг би зустріти за своє життя. ЗМІ не тільки знайомлять нас із цими людьми, але іноді є єдиним джерелом нашої інформації про них» [6; 157]. Його дослідження показує, що тих випадках, коли ЗМІ стають єдиним джерелом інформації про певний об'єкт, то інформація, отримана про нього, зазвичай сприймається реципієнтом як істина, оскільки реципієнт не може порівняти отримані дані із власним досвідом. Якщо інформація подається ЗМІ

необ'єктивно, то аудиторія викривлено сприймає представників тих або інших соціальних груп.

У сфері ж мистецької журналістики ситуація специфічна: якщо провести моніторинг таких провідних інтернет інформаційних агентств як «Корреспондент.net», «Українська правда» та ін., то повідомлень зі сфери культури набагато менше, ніж повідомлень про політику, економіку, спорт. Це призводить до того, що читач отримує не об'єктивну інформацію про події та явища зі сфери культури – через інформаційні жанри, а суб'єктивну – через художньо-публіцистичні жанри. Відповідно існує постійна потреба спостереження за тим, яким у сприйнятті тих або інших провідних критиків постає сучасне мистецтво.

Для того, щоб визначити, як Олег Вергеліс відображає у своїх матеріалах сучасне українське мистецтво, ми використовували метод контент-аналізу, обравши такі категорії: «митець», «твір», «публіка». За Ю. Борєвим саме із цих категорій складається художньо-творчий процес, відповідно критик має впливати на ці категорії, модифікуючи їх відповідно до потреб доби [1; 338]. Одиницями аналізу стали позитивні характеристики, які журналіст давав відповідно митцям, творам, реципієнтам. Таким чином, хто або що у мистецтві є для О. Вергеліса ідеалом.

Щодо митців, то віднаходимо раціональні (ті, які можуть бути обґрунтовані) та емоційні (ті, які не можуть бути обґрунтовані) характеристики. Приміром, наявність таланту, вміння актора вживатися в роль – це оцінки, зроблені на основі аналізу його роботи. Проте у публіцистиці О. Вергеліса часто зустрічаються емоційні оцінки, наприклад «дивовижний» або «найкращий». Тут неможливо вирахувати, чому оцінка саме така, бо вона не є раціональною. Це вже є сфера цінностей, смаку самого журналіста.

Отже, раціональних характеристик, що ґрунтуються на оцінці професійних якостей митця усього 655. Серед них обдарованість – 119 згадувань (наявність таланту (40 згадувань) або ж навіть геніальність (59 згадувань)), визнання – 114 згадувань (популярність (79 згадувань) та авторитетність у сфері культури (35 згадувань)). Хоча зустрічаються у публіцистиці О. Вергеліса митці, яких він оцінює позитивно, проте вони при цьому забуті (51 згадування). І, звичайно, велику роль відіграють професіоналізм або майстерність (391 згадування).

Емоційних характеристик ми віднаходимо усього 119: 50 –

«дивовижний, чудовий» та 69 «хороший, найкращий, неперевершений тощо».

Хороший твір для О. Вергеліса це передовсім такий текст, що має адекватний зміст, вдалу композицію тощо – 148 згадувань, є популярним або ж визнаним фахівцями – 35 згадувань. Тобто раціональних характеристик маємо 183. Емоційних характеристик, наприклад «добротний», «видихається на одному подиху» тощо – 59.

Глядач за О. Вергелісом має бути компетентним – 53 згадування, поміж них «поціновувач», «вдумливий реципієнт» - 30 згадувань, потерпає від засилля масової культури – 8 згадувань, оригінально сприймає текст – 3 згадування. Також О. Вергеліс зазначає, що компетентних поціновувачів серед глядачів мало – 15 згадувань. Емоційних згадувань «щирий», «адекватний» – 21. Також серед емоційних згадувань віднаходимо досить цікаву реакцію самого Вергеліса на твори, наприклад, масової культури або на «діяння» її творців. Наприклад він говорить, що хоче наслати на них порчу або ж відкрито пише, що ненавидить їх. Такі характеристики ми зараховували до емоційних.

Отже, в результаті проведеного контент-аналізу маємо таку картину: ідеал сучасного українського митця для Олега Вергеліса – це перш за все професіонал (51%), який водночас має обдарування (12%) та визнання (15%). При цьому фактор емоційного впливу теж вагомий – 15% майже на одному рівні із фактором популярності та навіть більший за фактор обдарованості.

Хороший твір – це перш за все глибокий зміст, вдала композиція (61%), визнання професійним середовищем та публікою (14%). Однак і тут емоційні характеристики відіграють вагому роль – 24%.

Ідеальний реципієнт – людина компетентна (72%), проте вона водночас повинна довіряти і емоціям (28%).

Порівнявши отримані дані, доходимо висновків про те, що О. Вергеліс як представник якісної журналістики презентує масовій аудиторії таку картину сучасного українського мистецтва, де мірилом є професіоналізм (у створенні/виконанні тексту, змістові та композиційні характеристики у самому тексті та у сприйманні). Таким чином, аматорська творчість та непідготована рецепція з цієї картини виключаються.

Також у своїх оцінках читач публіцистики О. Вергеліса має

покладатися і на те враження, яке щодо митця сформувалося у публіки та професійного середовища. Однак і позиція самого критика має вагу у цій картині. Звернімо увагу, що у категорії «митець» визнання професійним середовищем та публікою та вподобання самого критика мають майже однакову кількість балів, а у категорії «твір» вподобання критика на 10% мають більшу вагу. За таких умов пересічному читачу доволі важко покладатися на своє власне враження щодо твору, оскільки йому пропонується постійно оглядатися на авторитетних людей у сфері мистецтва.

Отже, ідеальна модель твору, митця та реципієнта, закладена у публіцистиці О. Вергеліса спонукає читача з одного боку до аналізу проблеми майстерності, проте з іншого, у текстах пропонується власна, близька критикові система координат, в якій вагому роль відіграє фактор визнання. І якщо переконатися у майстерності або ж у її відсутності читач може самостійно, аналізуючи аргументи, що їх наводить автор, то систему авторитетів критика йому доведеться просто перейняти. Відповідно, фактор спільності інтересів, поглядів висувається на перший план.

Список використаних джерел:

1. Боров Ю. *Эстетика*. – М.: Высш. шк., 2002. – 511 с.
2. *Дзеркало тижня*. – 2009. – №№1-52.
3. *Дзеркало тижня*. – 2010. – №№1-52.
4. Мак-Квейл Д. *Теорія масової комунікації*. – Львів: Літопис, 2010. – 538 с.
5. Тертычный А. *Жанры периодической печати*. – М.: Аспект-пресс, 2000. – 312 с.
6. Харрис Р. *Психология массовых коммуникаций*. – Санкт-Петербург: «Издательский дом НЕВА», 2002. – 278 с.