

поводу рождения малыша мужчины и женщины приглашались отдельно. Татарский просветитель и историк Каюм Насыри так описывает этот обряд: «Когда все приглашенные оказываются в сборе, ребенка на подушке подносят к мулле. Он спрашивает родителей, как назвать дитя. Мулла кладет ребенка ногами в сторону Каабы и читает молитву, затем... три раза произносит: «Пусть твое драгоценное имя будет такое-то». Каждому из гостей подносят мед с маслом. Угощаясь приглашенный кладет на поднос деньги, сколько может».

Литература:

1. Воробьев Н. Татары среднего Поволжья и Приуралья. М., 1967.
2. Хакин Р. История татар и их традиции, М., 1999.

ВИЗУАЛЬНАЯ АНТРОПОЛОГИЯ КАК «ДИАЛОГ КУЛЬТУР» НА РЕГИОНАЛЬНОМ TV

*А.Е. Кретинин, аспирант кафедры связей
с общественностью, факультет культуры и искусства
Научный руководитель – А.В. Качкин. к. фил. н., доцент
Ульяновский государственный университет*

В российской визуальной антропологии, по мнению О.Б. Христофоровой, выделяются три основных направления. Во-первых, это видеоматериалы, создаваемые специалистами в той или иной области гуманитаристики для исследовательских целей; во-вторых, это документальные фильмы, снятые профессиональными кинематографистами, которые в своем творчестве широко используют методику визуальной антропологии, и третье течение – телевизионные фильмы и телепередачи, созданные на базе региональных и национальных телестудий [Христофорова, 2000. с. 84.]. Наиболее сложным, проблематичным и в тоже время необходимым, является именно взаимодействие визуальной антропологии, как транслятора исследуемой культуры и телевидения. Проблематичность такой интеграции обусловлена прогрессом электронных экранных средств, резким повышением роли визуальной информации в жизни общества, участием в сфере СМИ производителей визуальной информации, не являющихся специалистами в области экранных искусств или гуманитарных наук, а также, недостаточным или искаженным освещением «малоизвестных сторон культуры» (это не только архаичные и малочисленные культуры, но и возрастные, маргинальные, гендерные и т.д.). [Александров 2003, 12 с.] Необходимость интеграции исходит от запросов самого общества, которое становится все более «открытым» для иных культур и социальных групп, т.е. для осуществления «диалога культур»: городской и сельской, провинциальной и столичной.

Попытаемся дать обоснование телевизионной программы для региональной телекомпании г.Ульяновска, основанной на принципах, выработанных в рамках визуальной антропологии.

Исходя из сложившейся специфики телевидения, жанр такой програм-

мы можно отнести к *infotainment* – концепции создания телепередач, объединяющей информационные и развлекательные технологии. В этом жанре работают ВВС, Discovery, National Geographic и другие телекомпании. Здесь важен новый подход к информации: меньше широко репрезентированной и «официальной» информации, больше социальных тем, культурных явлений и отдельных личностей. Отличительной особенностью такого подхода в сравнении с жанром социальной публицистики является отказ от сиюминутной социальной полемики и расстановки определяющих общественное мнение акцентов. Для подобного рода телевизионной программы важно преобладание интереса, с одной стороны, к многообразной и своеобразной культуре повседневности провинции и ментальностей ее жителей, а другой стороны – к традиционным этническим культурам, исторически сложившимся на территории Ульяновской области. Другими словами проблематика передачи должна концентрироваться на социально-антропологическом аспекте окружающей нас современной действительности. Здесь срабатывает присущая телевидению множественная идентификация, которая позволяет зрителю отождествлять себя с происходящим на экране по различным основаниям. Поскольку специфика телевидения как средства коммуникации в последнее время, заключается во все большей интерактивности, а ситуация просмотра телепередачи, чаще всего представляет семейное времяпрепровождение, носит объединяющий характер, по разным показателям (возрастной, гендерный, социальный и т.д.), «а затем «дисперсируется» по различным группам (при обсуждении в группе ровесников, на работе и т.д.)».[Шапинска, 2006, с. 103.] Именно такой вид телевизионной продукции, которая преодолевает границы жанра социальной публицистики, наиболее интересен зрителю и востребован другими телеканалами по всему миру.

Авторам необходимо исходить из двух важных предпосылок, 1) что это своеобразный взгляд изнутри на жизнь провинциального города и деревни, это своего рода биодокументальное кино, которое имеет возможность реализоваться только на региональной телестудии силой собственных сотрудников, которые являются носителями этой культуры. Здесь мы можем говорить об актуальности материала, созданного в таких условиях, не только в разрезе нужд телевидения, но и в исторической перспективе, что значительно расширяет сферу его применения: от научных и образовательных целей, до выхода на столичный и, возможно мировой рынок информации. 2) При работе с видеоматериалом необходимо прибегать к определенным ограничениям, вытекающих из принципа целостности и объективности, предполагающих максимальное сохранение пространственно-временных характеристик.

В современном информационном обществе резко возрос интерес к традиционным формам культуры, которые сохранились в наиболее целостной форме и ярко проявляют себя в провинциальной культуре. Это присущие только конкретной области особенности обрядов, ритуалов, народных праздников и связанные с ними люди: сельские священники, ритуальные специалисты, знахари. В провинциальной сельской культуре встречаются неординарные явления жизни: поклонение святым местам, и местотчтимым святым, возникновение «чуда», легенды и предания, в которые вовлечен весь социум.

Основная идея программы, связующая нить – это жизненность. Все герои – реальные люди, а не актеры: реальные социальные общности, семьи. Авторам программы необходимо просто следить за ними и рассказывать зри-

телю их истории. Это такое познавательное реалити-шоу. Это тот случай, когда правда удивляет сильнее, чем вымысел.

Такие передачи предполагают сотрудничество журналистов, режиссеров с учеными, занимающимися проблемами человека и общества, в первую очередь, с социологами, этнологами, фольклористами, политологами, историками, психологами, лингвистами и др., поскольку они могут дать профессиональную оценку происходящему на экране. Научные академичные трактовки привычных для зрителя явлений социальной деятельности, в которую они вовлечены, позволяют взглянуть на повседневную жизнь в другом ракурсе, что вызовет интерес к своей культуре и повысит рейтинг передачи.

Таким образом, участие наряду со специалистами-телевизионщиками визуального антрополога в создании такого рода научно-популярных программ, позволит получить не только неоченимый архивный исследовательский материал для многих направлений мировой гуманитарной науки, соответствующий большинству атрибутов, выработанных визуальной антропологией (таких, например, как техническая и научная компетентность), но и качественную конкурентоспособную телевизионную продукцию, лишенную изжитых на центральных телевизионных каналах штампов, свободную от региональных и национальных идеологий. Такой синтез науки, художественного творчества и техники позволяет осуществить принципиально новый подход в современной гуманитарной науке, заключающийся в выходе за границы традиционного научного познания. Это дает возможность экранному языку визуальной антропологии освободиться от рамок логического научного мышления и открыть новые пути к познанию социокультурной картины мира.

Литература:

1. Александров Е.В. Опыт рассмотрения теоретических и методологических проблем визуальной антропологии. М., «Пенатъ», 2003, 97с.
2. Христофорова О.Б. Поиск общего языка (идеологический подтекст визуальной антропологии в современной России). Салехард 2000. Сборник статей. М.: ТЕИС, 2000. с. 84-99.
3. Шапинска Е.Н. Культурные коды и семиотика текстов телевидения. Сборник статей Электронная культура и экранное творчество. Под ред. К.Э. Разлогов. М.: РИК, 2006, с. 101-111.