

Традиционните средства
за комуникация и манталитетът през времето
доц.д-р Александър Ангелов

„Висшист желае запознанство с
бивша проститутка. тел.....”

(обявление във в. ”Шоу”,
бр. 17 ,25.IV – 1.V.2007 г.)

Защо няма достойна телевизия за Владимир Михайлов и за мен? *

Използвам съзнателно и сериозно популярната реклама с Иван от „Сблъсък”, която си е направо „две в едно” – работи, както за определена мобилна мрежа, така и направо за автомобилите „Мини-купър”.

Професорът (т.е. Владимир Михайлов) заряза навремето престижното театрознание, за да се посвети на електронните медии. Аз, съответно, направих същото с литературата. Но тогава тези жертви ги направихме , както в шахмата – фигура за качество! Но не от сметка, а от гол ентузиазъм, от научен и естетически интерес. По онова време комерсиалността не се виждаше и на хоризонта. Нашето си беше чист идеализъм.

И... оказа се, че така бе сторил и самият Маршал Мак`луън, преди да сме знаели за него. От преподавател по литература се беше превърнал направо в медиен гуру. Освен световният английски език, за него работеше и собствената му гениалност.

Това бяха времената на Берелсон, Ласуел, на моя посетнен учител от Филадельфия проф. Джордж Гербнер и мнозина още теоретици и мислители от Северна Америка.

Така беше и в бившия СССР, където се откриха Багиров, Кацев и мнозина още други. Във Великобритания работеше д-р Белсън, а в Полша – д-р Кумор.

*Михайлов, Владимир., „Записки по телевизията” (несполучливият културен модел). София, изд. ”Изток-Запад”, 2006

През 60-те, 70-те и 80-те години на XX век течеше дискусия за ролята на телевизията и радиото в най-широка гама: от влиянието им върху децата до естетическото въздействие на млади и стари.

Електронните медии от онова време (днес вече традиционни, класически) и най-паче телевизията, бяха терен за прогресивни трескави очаквания и в сферата на качеството. Бяха поле за социо-културни футуристични разсъждения и прогнози, в които естетическото присъстваше без да се е разтоварило от стойност: класически натрупана от опита на традиционните изкуства.

Затова беше и естествено да се защитават дисертации за телевизия в сферата на изкуствознанието. Днес по-естествени са икономически, статистически, социологически или само исторически ракурси.

Пак с проф. Михайлов бяхме от първите и гаче ли сред последните изкуствоведи, без да сме тесни специалисти по кино, сред медийните специалисти. Този уклон си имаше своята прелест, но беше и сред най-обречените.

Днес сме в ролята на онзи висшист от мотото на настоящите бележки.

В младостта си ние обичахме телевизията, вярвахме ѝ, без значение проститутка ли беше, щеше ли да става или точно кога щеше да се превърне в бивша, ако има такива. Бяхме убедени в постъпателното, равноускорително движение на телевизията към съвършенство.

В старите, блудкави романтични съчинения за принцове и слугини, които днес са преобразувани и битуват в сапунените сериали, посоката е все една и съща – от прегрешение към святост.

Ще спра да ангажирам със себе си проф. Михайлов, защото вероятно има и нюанси на различие. Но за себе си мога уверено да кажа, че бях истински поразен в младостта си от еднопосочната, линейна представа. Това бе убеждение, че човек и човечество се движат, от която и да е точка (може и от абсолютен минус!) към безкраен плюс, че и оттатък... Знаел съм, че и най-съвършени цивилизации, империи и народи са си изминавали циклите, изчезвали са и са се изпарявали яко дим И въпреки това

Вапцаровата вяра съм я имал за здраво бронирана в гърдите. Вярата, че „животът ще бъде по-хубав от песен, по-хубав от пролетен ден”; или Гео Милевия финал на поемата „Септември”:
„Човешкият живот / ще бъде един безконечен възход - нагоре./
Нагоре!/,

Тези заклинания, които обрамчват един сомнамбулен фанатизъм, сигурно са ми повлияли достатъчно, за да строя и за телевизията бъдеще в естетическата сфера, което не само не се състоя, но и междуременно се срути и нелошо построеното до едно време.

В основата на увереността, че както човека, така и обществото са организми и структури, които в движение подлежат на всеобщо поправление и развитие има, разбира се, и нещо дълбоко градивно, положително. И реализмът и крайният скепсис са също полезни, но и те си искат пределната доза. Така че, ако съм имал лични заблуди, от които днес мога да се разделя със самоирония, то това не означава да търся изопачаването на картината само заради субективни, мои лични фактори.

Обективността изисква да се подчертае, че не само тоталитарните чедата, ограничените и изолирани от свободния свят, строяха текстове на вяра в естетическите възможности на настъпващата тогава с големи крачки телевизия. Това си беше дефект, но не той определяше единствено нещата .

Самата телевизия отсам и оттатък желязната завеса в практиката си общуваше с разнообразен бой манталитети. Тя беше „прозорец към света” за еснафа, за необразования, полуобразования, но и за образования.

Тя водеше диалог с много и широки социални прослойки, подготвяше и сервираше духовна храна с различни менюта за различни групи, вкусове и предпочитания. Преди да се превърне в традиционна или класическа медия, телевизията мислеше себе освен като информационен, но и като културен институт. И тази ѝ същност се подчертаваше най-вече в съчиненията на западните автори, доколкото получавахме достъп до тях.

Американските автори, впрочем, бяха сред първите и най-крайните в критичността си, които забиха камбаната на тревогата за изяждащата съдържанието комерсиалност.

„Телевизията! Бизнесът зад кутията” – това заглавие на прочутата книга на Лес Браун от 1971 г. зазвуча като прокоба за края на онази телевизия, която ме прелъсти преди близо 40 години.

В онази телевизия, която стимулираше заниманията ни с нея, всеки понеделник вечер имаше „телевизионен театър”. Но това не беше български патент, още повече, че нашата телевизия и тогава и сега не е толкова откривател, а повече и главно заема или копира готови, вносни образци. Това не пречеше телевизионното театрално изкуство у нас да се развие и да стигне до редица шедьоври, сред които и днес и се помни „Човекът от Ла Манча” на наскоро починалия Гриша Островски. Ала това беше и времето на разкошни постановки и в САЩ и в Англия, и в Полша и във Франция. Американската телевизионна постановка „Дванадесет разгневени мъже” бе и днес е класически образец. Шекспировите пиеси по Би Си Си, предшествани от великолепни студии на шекспироведи; филмите на РАИ за Леонардо и Микеланджело.

Сериите за изобразително изкуство на Кенет Кларк също остават в паметта заради високите си качества. Това беше и образователна телевизия заедно с всичко останало.

Ето какво казва проф. Цочо Бояджиев в едно интервю за в. „Монитор” от 08.05.2007 г.: „И по наше време имаше тъпанари, но тогава тъпанарите не бяха мяра, а сега тъпанарите са мярата. Някога нормата беше образованият човек. Уви, в работата си директно се сблъсквам с регрес у младите, най-вече по отношение на общата им култура. Мисля, че по страшното от самото невежество е отсъствието на срам от невежеството. Това е вече дълбок личностен дефект.”

И у нас професорите Атанас Натев, Любомир Тенев и др. имаха свои „телевизионни” катедри. Общата и специализирана култура бяха сред преследваните цели на телевизията, независимо дали беше държавна (както бе главно в тоталитарните страни), обществена или откровено комерсиална. Това бе времето, когато телевизията държеше неотрязана пъпната си връв с традиционните изкуства, с образованието и културата, каквито ги знаем отпреди появата ѝ.

Та кой ще отрече, че първата проява на телевизията в САЩ е концерт на Ню-Йоркската филхармония през 20-те години на ХХ в., дирижирана от Артуро Тосканини – гений на палката, осъществил легатото между ХІХ и ХХ векове. Тази символика би трябвало да означава нещо.

Краят на 80-те години бележи края на този златен период на телевизията. Той съвпада с прекарването ми в САЩ при проф. Гербнер като Фулбрайтов стипендиант (1987-1988 г.) Аз, с изкуствоведските си интереси и подход бях вече анахроничен в очите на Гербнер. Той ми каза: „Занимавайте се с каквото си искате, г-н Ангелов, но имайте предвид, че телевизията в САЩ е преди всичко бизнес, бизнес и още веднъж бизнес.”

Това бе и времето, когато се явиха и наложиха кабелните и специализираните канали. Изгря и се утвърди CNN, спортните, музикалните.

Телевизионните станции с универсален характер тип ЦУМ се комерсиализираха окончателно. Театърът бе ликвидиран безвъзвратно от сериалите. Получиха се рецепти за формати. Американската телевизия създаде калъпи. Те като ракови клетки плъпнаха с метастазите си по целия свят.

По същото време бях близък с английския и американски продуцент Джо Бойд, който пласира за първи път на Запад наши народни певци, който откри за света Ибряма. Покрай Джо се заговори и за „Мистерията на българските гласове”. (А Джо Бойд бе световно име, особено със състава „Пинк Флойд”). Днес за такива като Иво Папазов и Брегович се знае като за майстори на балканския джаз, ала техните високи постижения са всъщност върховете на един стил „поп-фолк”, който в масов вариант заля не само ресторантите.

Той определи манталитет, който усредни вкусовете. Всъщност въпросът за вкуса в глобалния съвет, като че ли изгуби смисъла си. Вкусът към вкус изчезна!

Програмата за класическа музика „Mezzo” е единствената ниша за сериозния меломан. Познавам хора, които държат телевизора си само на този канал. Знам също, че са нищожен процент и никоя социология не ги хваща.

Има, слава богу, канал „History”, където художествено-документални произведения, особено тези, които са произведени в Англия галят осиротялата ми естетически душица.

Всичко се сепарира по интереси: спортисти, джазисти, класици, дискаверисти, новинари, филмаджии и тути кванти... Кутийки, кутийки и... платени канали за по-вкусна и по-скъпа „храна”. Чалгаджийте са масовите, многото. Християни по-малко, но многото - за Христина. *

Теорията ми за способността на телевизията да твори „обща култура” настоява днес за корекция. И вече надали е валидна.

Пак се връщам към интервюто на проф. Ц.Бояджиев: „Виждаме базисна липса на любопитство, нежелание за себеизграждане.” Телевизията е една от виновниците за този манталитет и хал.

Какво ли се чудя на себе си, взрян в наивността си като в пъпа си. Та поменатия от мен Лес Браун бе писал още преди 30-тина години: „Телевизията все повече се стреми към това да осигури на зрителя реклами, т.е. публика за рекламите и все по-малко се интересува от делото на комуникацията сама по себе си.”

Кой знае? Ако пък не беше това развитие, не е сигурно дали щяха да открият в друга слънчева система планета, където може би има живот като нашия, а може би и по-добра телевизия.