



Телевизионная цивилизация и образ реальности

Н.И. Утилова

доктор искусствоведения, профессор

В статье рассматриваются современные тенденции телевидения в эпоху глобализации. Приход цифровых технологий изменяет не только сам процесс создания телевизионной разножанровой продукции, но и влияет на всю аудиовизуальную культуру и степень доверия к отраженной действительности.

АННОТАЦИЯ УДК 37.01

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА

аудиовизуальная культура, интернет-телевидение, мультимедийные технологии, гипертексты, глобальные процессы, деконструкция реальности

Цифровая цивилизация

Сама среда интернета стала средой формирования новых парадигм общества, где сегодня активно развивается интернет-телевидение — качественно новый культурный и цивилизационный феномен — «для всех и для каждого», где оперативность размещения информации превышает оперативность всех СМИ, а возможность архивации видеопродукции позволяет пользователю обращаться к нему в любое время и неоднократно. Именно здесь появилась возможность размещать авторские работы, которые чаще всего отражают современный образ действительности за счет смещения стилей и форматов, отличающиеся, в первую очередь, использованием мультимедийных технологий, что придает им зрелищность.

Сегодня для вчерашнего активного телезрителя интернет стал привычной средой обитания. По мнению тех, кто уже не мыслит себя без ежедневного выхода в глобальные сети, интернет дает больше свободы для самостоятельного поиска информации, возможность расширения границ своего самостоятельного выбора. А для многих из них скорость получения необходимой информации становится очень привлекательной и необходимой, как и возможность обмена этой информацией.

Одновременно с этим, интернет позволяет расширить круг общения, связываться с собеседником за очень короткий срок и видеть его непосредственно во время разговора.

Наравне с этим, гипертексты, многомерность информационных потоков и многоточечность оценок происходящего создают предпосылки для активного пересмотра интерпретации исторических процессов, отношения к социально-политическим

реформам, событиям, происходящим в мире. Это приводит к изменению многих понятий, в том числе понятия «человек мира», и его связи с самобытными культурами на фоне новой медиакультуры, которая возникает с всеобщей глобализацией.

При этом блогеры получили возможность опосредованно влиять на ход определенных событий — участвовать в дискуссиях, комментировать, высказывать свою точку зрения, ощущать свое соучастие в глобальном процессе. Отсюда появляется новое чувство: активности, возможности быть услышанным и в то же время остаться инкогнито. Рождает ли это ощущение вседозволенности? Да, конечно. Появляется ли стремление быть услышанным? Да, конечно. Все это меняет принципы взаимоотношений между людьми, в какой-то степени повышает самооценку в обществе.

Изменение среды обитания информационного общества породило еще одно совершенно новое направление в искусстве — цифровое искусство (новые виды живописи, компьютерная графика, видеofilмы, цифровая фотография, трейлеры), что приводит к осмыслению направлений эстетики цифрового искусства. Все это говорит о том, что сегодня появляется новая цивилизация новой реальности — цифровая цивилизация. Она также расширяет границы процесса глобализации и самоопределения в этом процессе.

Отражения образа реальности

Процесс глобализации культурной и социально-политической жизни привел к синкретизму как к тенденции, формирующей единую планетарную картину мира, где телевизионный экран стал отражением этого явления благодаря синтезу СМИ и художественного вещания. Именно поэтому сегодня так остро стоит вопрос отражения образа реальности и этически-нравственных границ приближения к передаче действительности с приходом телевидения высокой четкости.

За последнее время концепции отражения мира стали подвижными. Это проявляется в поисках приемов мумифицирования реальности в рамках самой реальности, в стремлении найти формы реального телевидения, в создании всевозможных перформансов, инсталляций, деконструкций реальности, ее симуляции, в смешении линейной структуры повествования и клипового построения сюжетов.

Особенно ярко эти тенденции проявляются на телевизионном экране: отображая и воссоздавая события, конструируя и деконструируя модель этих событий, телевидение тем самым создает образ события, «вторую» реальность, где на первый план



В. Соловьев —
передачи «К барьеру»
и «Поединок»

выступает как внешний, так и внутренний комментарий, несмотря на все заявления со стороны телевизионных деятелей о «беспристрастности» и объективности показа. Это привело к тому, что экранная аудиовизуальная культура, обладая зрелищностью, быстрым реагированием на все социально-политические и культурные изменения, происходящие в мире, стала ведущей в цифровом поле. Она за короткий срок вытеснила письменную культуру как доминирующую, тем самым изменила восприятие

действительности, объединив культурное пространство в единую среду обитания различных слоев современного общества.

Благодаря этому появляется новое восприятие действительности: информационные потоки медиaprостранства становятся частью единства жизненного пространства, «здесь и сейчас» приобретают доминирующее значение как потока сквозного течения времени, а визуализация происходящего «в картинках» усиливает чувство сближения двух пространств — реального и отраженного как целого, где человек помещен в центр воронки событий — своих и чужих.

Наиболее ярко синтетическая сущность медиа проявилась на телевидении, объединив в единое целое самобытную культуру различных сообществ, стирая границы культурных традиций и смещая привычные представления об отражении реальности в экранных искусствах. Этот процесс во многом повлиял на смену многих парадигм, изменилась и парадигма массового искусства как наиболее доступного и привлекательного для достаточно большой аудитории, так как она базируется на общих стереотипах, на доступности и унификации языка.

Цифровая среда более агрессивная, так как она наиболее ярко отражает происходящее «здесь и сейчас». И это происходит не только благодаря повышению качества передаваемого звука и изображения, скорости передачи информации, а скорее из-за ее возможности создать наиболее «зрелищную» картину происходящего, тем самым уплотнив восприятие течения времени и создавая возможность одномоментного «перемещения» зрителя из одного пространства в другое.

Отсюда возникает новое понимание «мига» как мгновения и вечности одновременно. Ибо цифровая техника и технология создания информационных потоков разных уровней передачи содержания (от факта к образу, от внешнего к внутреннему, от

способов, присущих письменной культуре, к аудиовизуальным приемам и т.д.) произвела революцию в осознании человеком себя и окружающих его в этом мире.

Именно отсюда возникает стремление рассматривать многие явления жизни и культуры как «непрерывно развивающейся структуры» глобального процесса.

Методы прямого и косвенного воздействия на человека

С расширением новых средств СМК произошла резкая смена воздействия на мировосприятие человека. СМК взяли на себя особую роль в этом процессе. СМК используют все технические и художественные средства, начиная от методов прямого воздействия до подсознательного стимулирования нового мировосприятия, где отраженный мир воссоздается с помощью стереотипов, мифов, упрощенных структур построения информации и художественных образов. Это наиболее заметно на телевизионном экране, который активно стал перемещаться на новую территорию — интернет-вещание. Оно уже стало так же популярно, как и несколько лет назад само телевидение.

Несмотря на то, что за последнее десятилетие происходит активный «отказ» от телеэкрана в его привычном понимании (экран телевизора) многими пользователями интернета, в России телевидение, став частью глобальной системы СМК и экранной культуры одновременно, остается одним из самых влиятельных средств массовой информации. Телевидение продолжает активно формировать мировосприятие и мировоззрение зрителей. Однако оно опирается на иные принципы: зрелищность и развлекательность стали на один уровень с информативностью.

Именно экранная культура создает новые условия восприятия действительности и множественности ее проекции в информационном поле, которое структурирует медиaprостранство и определяет лидирующее отношение к сквозному течению времени как «здесь и сейчас». И, несмотря на то, что зритель одновременно верит и не верит правдивости средств массовой информации, его желание получить первым новости остается магическим приоритетом телевизионного экрана.

Для зрителя экранная реальность остается в рамках «реальности». Хотя любая экранная реальность является субъективной — ее формирует съемочная группа. От ее позиции, авторского видения события, от отбора комментариев, сказанных в кадре и в закадровом тексте, от последовательности и отбора вопросов интервью, в конечном результате от монтажа и от контекста времени выхода материала в эфир зависит представление зрителя о «вто-

рой реальности». Ведь зритель одновременно ждет от экрана объективного отражения событий, но в то же время его привлекают зрелищность экрана, сенсационность и возможность развлечься. И здесь стала заметно проявляться тенденция карнавализации телевизионного поля, что приводит к распространению массовой культуры на новом уровне ее понимания и отношения к ее продукции.

Термины «массовая культура» и «массовое искусство» на протяжении XX века носили негативный характер. Сегодня они являются неотъемлемой частью современной культуры, порой даже доминируя над классическим (фундаментальным) искусством, ибо главным их распространителем и в какой-то степени пропагандистом стали СМИ и, в частности, телевидение.

Эффект наркотического воздействия ТВ

Унификация телевидения проявляется на всех уровнях, начиная от содержательности, завершая приемами. Каналы показывают в основном одну и ту же информацию, применяют одни и те же приемы построения сюжетов. Их наполнение, формальные признаки, как например, занимательность, острая сюжетная линия и т.д., — все, что приносит коммерческий успех, использование одних и тех же речевых конструкций, монтажных переходов, — являются неотъемлемой и обязательной составной телепрограммы. По одним и тем же калькам созданы многие телевизионные передачи, сериалы, ситкомы, где их персонажи и актеры постепенно «срастаются» в зрительском восприятии в единое целое.

Все это приводит к тому, что зритель изо дня в день «проживает» и «сопереживает» одним и тем же героям, «включает их в свою семью», а иногда и желает занять их место. Именно поэтому такой бум вокруг звезд экрана и шоу-бизнеса. Поэтому так привлекают зрителей ток-шоу, которые, в частности, ведут А. Малахов, К. Собчак, И. Ургант, О. Пушкина и др. Зритель порой сам не замечает, как присваивает часть гламурной жизни, осуждая, жаждет ее и в то же время «упивается» скандалами, в которых замешаны кумиры. Он, зритель, в этот момент становится одновременно и судьей, и экспертом, и защитником этой жизни. Может быть, именно поэтому Золушки с такой радостью приходят на передачи «Модный приговор», «Снимите это не-

В. Познер — авторская передача «Познер»





В. Познер —
авторская передача
«Познер»

медленно», «Красота требует», «Давай поженимся» и тому подобное.

Телевидение сегодня превратилось в некое «поле чудес» — информация «без информации», проблемы чаще всего сводятся к криминалу или чрезвычайным происшествиям, обманутые дольщики «вопиют в пустыне», а молодежь исключительно пользуется интернетом...

В общем: «шоу продолжается», что бы ни происходило. «Яркая картинка», быстрая смена кадров и воздействие разноуровневого звука усиливают ощущение эмоционального подъема на какое-то время, втягивают в происходящее на экране, заставляют чувственно переживать событие, прогнозируя дальнейшее, но, если ожидания не оправдываются, зрительский интерес угасает, и начинаются поиски более сильного воздействия.

«Эффект» наркотического воздействия телевидения зависит во многом от соотношения элементов объективного показа и условности экранного

образа одновременно, что связано непосредственно с использованием формообразующих элементов. Именно это раскрывает смыслы происходящего, расставляя определенные акценты, выделяя так называемые «опорные» точки. Эти «опорные» или «знаковые» точки являются формообразующими смысловыми элементами.

Воздействуя чаще всего на эмоциональное восприятие зрителя, на его интерес к происходящему, телевидение опирается на видеоряд (что и отличает его от других СМК) как на предъявление факта, усиливая это воздействие монтажным построением. Хотя и позиционируется, что «картинка вторична, а слово — доминанта телевизионной журналистики». И с этим, на первый взгляд, нельзя не согласиться.

Однако по законам восприятия, зритель воспринимает событие на уровне невербальной информации гораздо активнее, как бы говоря: «я это видел собственными глазами», так как «эффект присутствия» также является ведущей чертой современного телевидения. Многие зрители считают, что предъявленный им видеоряд подтверждает подлинность события, факт его существования. От череды и частоты смены кадров возникает «вторая реальность», похожая и непохожая одновременно на действительность.

Отсюда следует, что аудиовизуальный синтез — сильное воздействующее начало ТВ, основан на многоуровневом мон-



В. Познер —
авторская передача
«Познер» с
К. Шахназаровым

таже, единстве композиционно-смыслового построения аудио- и видеопостроения. При этом многоуровневый монтаж становится одним из ведущих средств воздействия и формирования смыслов. Именно мифотворчество телевидения начинается с мгновения начала монтажа.

Конечно, нельзя упрощать проблему воздействия, ограничиваясь только магией монтажа и техническими достижениями современного телевидения. Они в руках журналистов, режиссеров, режиссеров монтажа, звукорежиссеров и других творческих и технических работников телевидения. Существует такой феномен как харизма личности, от нравственности, таланта (или способностей) и профессионализма которой зависит конечный результат, — получит ли зритель истинное представление о происходящем или хорошо завуалированную ложь, а иногда и просто заблуждение автора, который свято верит, что открывает людям истину.

Однако за последнее время десятилетиями воспитанная бесконечная вера в телевизионное могущество постепенно исчезает, несмотря на многоканальность и возможность выбрать ту или иную программу или передачу: в подсознании зрителя все прочнее укореняется ощущение, что ему навязывают информацию.

Телевизионная продукция

Ряд передач 1990-х годов, рожденных перестройкой, ток-шоу, теледебаты, клипы, развлекательные программы «нового» поколения — реалити-шоу («Окна», «Дом», а затем «Дом-2»), телеигры западного образца постепенно стали доминировать на телеэкране наравне с телесериалами и демонстрацией фильмов. Постепенно мифотворчество и отражение реальности на телеэкране начинают дополнять друг друга, тем самым образуя экранную реальность, частью которой становятся интертексты, активно влияющие на массовое сознание. Ежедневно погружая людей в виртуальную среду, телевидение предлагает зрителям мифологическую, телевизионную реальность как образ действительности, тем самым создавая новую аудиовизуальную картину мира и формируя одновременно новый тип личности.

В эпоху аудиовизуальной культуры человек становится еще более внушаемым и ведомым, так как на него влияют стереотипы, составная часть сериалов, ситкомов, тематических дискуссий,

ток-шоу. Именно на них базируются устойчивые схемы восприятия и взаимодействия в социуме, что позволяет в сжатые сроки экранного времени воспринять ситуации, о которых идет речь в передаче, и определить отношение к показываемому, так как здесь срабатывают стереотипы поведения и оценки окружающего мира.

Хорошо или плохо опираться на социально-политические стереотипы при создании телепередач? На этот вопрос однозначного ответа не существует, ибо есть стереотипы, которые позволяют человеку правильно принимать решение согласно установленным правилам существования в данном социуме, опирающиеся на стандартизированный коллективный опыт и общепринятые стандарты этического поведения в обществе.

А есть стереотипы, которые превратились в штампы: они не только программируют человека, но и лишают его права выбора и отстаивания своей точки зрения. И здесь особую роль начинают играть не только авторы передачи, но и ведущие, к мнению которых прислушиваются зрители. Именно они «дают» установку для эмоционального восприятия в процессе общения, что и порождает интерес к ток-шоу, к дискуссиям. Однако при этом нельзя забывать и о роли визуального ряда, так как изобразительно-монтажный ряд в этот момент «управляет» чувственным восприятием и оценками происходящего на экране. Здесь в качестве примера можно привести ток-шоу Владимира Соловьева.

Интересна эволюция этого ток-шоу, которое изначально было на канале «НТВ» и называлось «К барьеру». В общепринятом понимании «к барьеру» вызываются для того, чтобы отстоять свою честь или защитить честь другого человека (или мнение). И это поступок. Нравственное начало, уверенность в своем поведении и оценке ситуации возвышают в лице окружающих человека, вызывающего на дуэль другого.

Этот стереотип сложился благодаря истории и классической литературе, так как вызывающие на дуэль, как правило, были люди благородные, а секунданты — люди, которые следуют неписаным законам этой процедуры, где, если примирение невозможно, а извинения не последовали, четко следуют правилам и честно ведут себя по отношению к обоим дуэлянтам.

Именно эти стереотипы и возникали во время накала страстей на ток-шоу «К барьеру». На этой передаче сложился и имидж Владимира Соловьева как человека честного, объективного, однако при этом четко сохраняющего свои позиции вне зависимости от авторитетов приглашенных и их точек зрения.

Сегодня ток-шоу Владимира Соловьева идет на канале «Россия 1» под новым названием — «Поединок». И здесь срабатывает



А. Малахов —
авторская передача
«Пусть говорят»

несколько другой смысл. На «поединок» вызываются равные среди равных: чья точка зрения будет более убедительной, кто сумеет доказать правоту своих высказываний, чье поведение будет вызывать большие симпатии, какие комментарии окажут большее влияние — решать зрителям. Как и в прошлом проекте «К барьеру», особая роль принадлежит ведущему и автору программы — Владимиру Соловьеву.

Однако определенные стереотипы, найденные в предыдущей программе «К барьеру», сохранены (композиционное расположение приглашенных, роль В. Соловьева как модератора и его манера комментировать), что позволяет в «новом» зрелище увидеть знакомые черты — автору обращаться к аудитории как к «своей», как бы объединив территории свободного высказывания разных точек зрения. Как показала практика, в том числе и на выше приведенном примере авторских программ В. Соловьева, стереотипы, по мнению У. Липпмана, бывают однозначными или которые делят мир на «знакомое» и «незнакомое». «Знакомое» становится синонимом «хорошо», а «незнакомое» — синонимом «плохо», что и является определяющим при создании массовой телевизионной продукции, как и имиджа. Эти компоненты, как считают многие исследователи (выше названный У. Липпман, Т. Томпсон и другие), являются одними из главных.

Именно на таком сопоставлении-противопоставлении часто строится драматургия ток-шоу. И это право выбора, на чью сторону зритель встанет, чей рейтинг в конце передачи будет выше, кто из ведущих сумеет не только заставить зрителя слушать, но и слышать, где наработанные штампы ведения программы будут незаметны зрителю и превратятся в стиль. Хорошо или плохо употреблять стереотипы? В чем их сила и слабость, привлекательность и отторжение? На этот вопрос ответить однозначно нельзя.

Например, телевизионные новости тоже содержат стереотипы как содержательного характера, так и структуры построения. Их роль заключается не столько в информировании публики, сколько в формировании внутри сознания человека необходимого представления о мире. Подбор новостей, их интерпретация и подача навязывают незаметно для зрителя иное отношение к происходящему, дают оценку, не оставляя возможности самостоятельно принимать решение. Естественно,

что новости сами по себе становятся эффективным средством манипуляции умами, методом как политического, так и экономического влияния.

Так, существуют определенные требования к форме информационных сюжетов (определенная длина планов, использование ПНР в пределах перевода взгляда человека с объекта на объект — не более 30 — 45 градусов, запрет на применение наездов и отъездов и другие), по определенным калькам строятся и ток-шоу, многие развлекательные программы и телеигры. Особенно это касается развлекательного телевидения, где наиболее ярко проявляются черты массового искусства.

Главным трендом развлекательных программ стали программы, в которых провокации, «неудобные» вопросы, шокирующие подробности являются главным средством привлечения внимания к злободневным проблемам. На экранах телевизоров сегодня появились программы в жанре shoutfest — «крик & беспредел», где скандалы, неустроенность, социальная несправедливость, неадекватность поведения становятся центром обсуждения и даже осуждения, особенно если это касается какой-то известной, узнаваемой личности.

Одной из таких программ является ток-шоу «Пусть говорят». Создавая атмосферу этого шоу, привлекая к нему внимание зрелищностью, агрессивностью, авторы и, в частности, ее ведущий Андрей Малахов, прежде всего, поднимают наиболее злободневные вопросы, волнующие зрителей.

С каждым днем все более оттачиваются приемы воздействия на зрителя: непрерывное поступление информационного потока, короткие монтажные фразы видеосюжетов, агрессивность клипового монтажа, многочисленные повторы создают напряжение и прерывают ход логического восприятия происходящего на экране.

При этом зритель следит за сменой настроения аудитории, приглашенной в студию, за ответами героев и неожиданным появлением

кого-то из ближнего окружения персонажей передачи или других лиц, которые играют какую-то роль в судьбе этих людей. Они должны опровергнуть или подтвердить сказанное до их появления в студии. Их реакция, как и реакция на них, поведение присутствующих часто спровоцированы: они должны быть, по сюжету самой передачи, непредсказуемы. Все это подчеркивает сиюминутность происходящего, неотретированность, спонтанность.

А. Малахов —
«Пусть говорят»



Постепенно мифотворчество и отражение реальности на телевизионном экране начинают дополнять друг друга, тем самым образуя экранную реальность, частью которой становятся интертексты, активно влияющие на массовое сознание. Массовое искусство стало не только доминантным, но объединяющим многие традиционные культуры и субкультуры, что повлекло за собой формирование у «экранного» поколения определенных представлений о месте индивида в современном мире и отношении к праву свободы выбора.

Агрессивность современного языка телевидения, множественность одновременно обсуждаемых проблем, калейдоскоп телевизионных приемов заставляют зрителя воспринимать показываемое как данность, где многие события становятся неожиданно глобальными, а те, что волнуют зрителя, незначительными, преходящими. Отсюда в большинстве передач доминирует переход от логических рассуждений и доказательств к эмоционально-информативному воздействию посредством не только речевой агрессии, но и приемов визуализации, основанных на цифровых технологиях.

Такое смещение акцентов позволяет массовой культуре стать доминантной, заполнить жизненное пространство иными идеалами, вытеснить те, что были присущи письменной культуре предыдущих столетий. Развлечение ставится наравне с информированностью, медийные лица превращаются в шоуменов, а частная жизнь становится достоянием миллионов зрителей.

А. Малахов —
«Пусть говорят»



Особенность роли ведущего программы

Еще одной особенностью современного телевидения стала тенденция ввода так называемого телевизионного формата, который определяет контент канала, жанровую последовательность экранных произведений и информационных блоков в сетке вещания, продолжительность показа того или иного сюжета, информационного блока или другой телевизионной продукции. В погоне за рейтингами многие каналы манипулируют стремлением зрителя получить одновременно и информацию, и развлечение, привлекая его внимание медийными лицами и искусно созданными реалити-шоу, где событие приобретает новые черты благодаря комментариям и умело расставленным ключевым кадрам. Постепенно человек теряет способность вникать в суть события, ибо он не в

состоянии проанализировать поток информации за столь короткое экранное время, опираясь на свой культурно-социальный опыт.

Отсюда возникает потребность в комментариях, в интерпретации, в расстановке приоритетов, которые предлагаются, а иногда и просто навязываются с экрана телевизора. Именно поэтому так возрастает роль журналистов, аналитиков, ведущих, чьи суждения и мнения являются определяющими и «присваиваются» зрителем как «свои». Доверие к таким ведущим, как В. Соловьев, В. Познер, А. Гордон, порой начинает превалировать над доверием к «нюсмейкерам», ибо они выстраивают свое заключительное слово как ключевое, как итоговое. Однако именно потому, что эти ведущие выступают в еженедельных авторских программах, где поднимаются острые социально-политические проблемы, культурно-нравственные, волнующие большинство зрителей и являющиеся наиболее значимыми для современного контекста, к их мнению и суждению прислушиваются. Они не только узнаваемы, но интересны как личности наравне с приглашенными. Выстраивая драматургию ток-шоу, они заставляют зрителя сосредоточиваться не на внешнем, а на внутренних связях, позволяя зрителю, как и участникам ток-шоу, раскрыть глубинные проблемы современности, откровенно разобраться в позициях, отстаивать свою точку зрения.

Как мы видим, современная цивилизация экранного пространства многолика, но, тем не менее, в мозаике телевизионного отражения реальности активней всего выступает авторское начало и формат канала, будь то ток-шоу или аналитическая программа. И так как образ действительности всегда носит элементы субъективности, даже в новостных сюжетах, как и зрительские предпочтения, то ответ на главный вопрос зависит от того, будет ли телевидение развиваться в рамках многоканальности или оно сместится в интернет-телевидение. ■

ЛИТЕРАТУРА:

1. Бергер П., Лукман Т. *Социальное конструирование реальности*. — М.: Медиум, 1995. — 323 с.
2. Бодрийяр Ж. *К критике политической экономики знака*. — М.: Академический проект, 2007. — 335 с.
3. *Глобализация: синергетический подход*. //Сб. под ред. В. Егорова. — М.: РАГС, 2002. — 437 с.
4. Кирилова Н. *Медиакультура: теория, история, практика*. — М.: Академический проект, 2008. — 494 с.