



Природа ТВ как источник особенностей документального телефильма

К.А. Шергова

кандидат искусствоведения

В статье раскрывается влияние некоторых черт телевидения на жанры документального кино. Особенности ТВ как наиболее массового медиа налагают на телефильм требования, типичные для всего телевизионного контента. Особое внимание уделяется специфике восприятия телеразказа, рассматриваемой в историческом аспекте.

УДК 7.097

АННОТАЦИЯ

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА

массмедиа, документальное кино, непосредственность, программирование, телеформат

Самая очевидная внешняя предпосылка различий между кинофильмом и телефильмом состоит в условиях восприятия, просмотра. Чтобы увидеть кинофильм, зритель идет в кинотеатр, где (в большинстве случаев) в обществе других людей, почти неподвижно сидя в тишине и темноте, внимает зрелищу. Эта коллективность, добровольное подчинение установленным правилам (не шуметь, выключать мобильные телефоны и т.д.) невольно вызывает ассоциации с каким-то религиозным действием.

Просмотр телефильма происходит принципиально иначе: «один на один» или в небольшой группе (при семейном просмотре). Этот процесс характеризуется гораздо большей доверительностью, можно даже сказать, – интимностью. Просмотр телефильма не заставляет зрителя выходить из повседневной среды и круга занятий: можно смотреть/«слушать» телевизор, занимаясь обыденными делами. На нынешнем этапе изображение как таковое имеет хоть и главенствующее, но меньшее значение по сравнению с кинофильмом: даже если возникает необходимость отвести глаза от экрана, суть происходящего можно уловить из комментария.

Именно эта, уже необратимая, «встроенность» ТВ в повседневную жизнь аудитории, как кажется, и лежит в основе законов восприятия телефильма. Кинематографическая реальность находится как бы за экраном, в его глубине. Психологически она четко отделена «четвертой стеной» – плоскостью экрана. Телевизионное изображение, наоборот, «открыто». Зритель как бы находится в одной физической реальности с изображаемым.

В отличие от кинематографического просмотра, который можно определить как «наблюдение», телевизионный просмотр воспринимается как «контакт». В нередких случаях для одиноких людей телевидение играет роль собеседника.

Специфика условий просмотра, когда телезритель оказывается «один на один» с экранным действием, порождает «эффект присутствия», о котором неоднократно говорил в книге «Телевидение и мы» знаменитый исследователь телевидения В. С. Саппак еще в 1960-е годы. Пресловутый «эффект присутствия» накладывает свои особенности: «психология восприятия телевизионного неигрового зрелища требует от работников ТВ постоянно поддерживать у телезрителя ощущение, будто он находится на месте происшествия и следит за событиями, разворачивающимися на его глазах»¹. Главная характеристика советского телевидения до 1960-х годов – «сиюминутность» или «симультанность». Телевидение было как средство одномоментного и непосредственного контакта. Ощущение себя свидетелем событий, происходящих перед камерой, питало энтузиазм зрителей. «Преимущество, которое качественно отличало нас от кино – сиюминутность. Ведь все, что мы делали – это была прямая трансляция... Сам факт приводил в изумление. Это же было видно на расстоянии, это шло по эфиру!.. Изображение лица на огромном расстоянии – это было чудо», – свидетельствует один из первых режиссеров советского телевидения А. Степанов. В том, что самоценность прямой трансляции намного превосходит возможности кино, в те годы мало кто сомневался. Уверенность достигала такой степени, что в учебном пособии для будущих тележурналистов говорилось: «Зритель телевидения имеет дело не с прошлым, а с настоящим, и, следовательно, его чувства носят совсем иной характер – это яркое переживание, одновременное с происходящими событиями, а не с их записью. Телевидение никогда не утратит (...) эффекта присутствия»².

В середине 1960-х годов авторы документальных телефильмов, дорожающие специфической доверительностью прямой трансляции, хотели сохранить телеэстетику, изобретая концепции телефильма, которые бы заставили зрителя думать, что он смотрит «живое» изображение, или хотя бы позволили телефильму визуально не выбиваться из потока телеинформации, имитируя «реальное время», позволить зрителям ощущать себя именно теле-, а не кинозрителями. Среди таких двух главных концепций – концепция И. Беляева об «активной небрежности». В самом деле, раз в прямой передаче нас привлекает неотобранность происходящего перед камерой, что

¹ Белянинов С. А. Документальный видеофильм: Этап становления. М.: Искусство, 1982. С. 43.

² Юровский А. Я., Борецкий Р. А. Основы телевизионной журналистики. – М.: 1966. С. 99.

мешает нам создать эту неотобранность искусственно? «Меня радует «неорганизованный» кадр, в котором на первом плане мы, допустим, видим полголовы, меня радует дрожание, переброска камеры, переброска оптики... Я иногда специально создаю этот «брак», чтобы у зрителя возникало впечатление подлинного репортажа»³... «Телефильм тем совершеннее по форме, чем он ближе к живому телезрелищу». Коль скоро непрерывная протяженность происходящего рождает у зрителя иллюзию «наблюдения жизни без посредника», отчего бы не создать киносредствами иллюзию этой иллюзии? Целостность изображаемого события может быть сохранена и посредством кинофиксации, а непредугаданные накладки и огрехи предупредить заранее.

Вторая концепция принадлежит С. Зеликину. Признавая, что киносъемка не обязательно исключает «эффект переживания события в момент его свершения», Зеликин отказывается трактовать этот феномен как «жизнь без посредника». Наоборот, он сторонник персонификации и непосредственного диалога автора со зрителем. Существует, по его мнению, «сиюминутность того, что происходит на экране и сиюминутность рождения авторской позиции по отношению к тому, что происходит»⁴. Таким образом, сиюминутность для зрителя создается в силу того, что он чувствует себя соучастником авторских размышлений. «Сиюминутность достоверности нельзя создать «смазанным затылком», «дрожанием камеры». «Самоустрашение» посредника – оператора, режиссера и комментатора – противопоставляется активности их к происходящему. Не без посредника, а именно «вместе с посредником». (...) В телевизионном документальном фильме должен быть своеобразный лирический герой, который существовал бы за каждым кадром»⁵.

При всем различии подходов оба режиссера сходятся в том, что следует как можно меньше вторгаться в сам ход происходящего и соблюдать целостность изображаемого события. «Речь идет о непрепарированной действительности, о реальности, не подвергшейся чересчур разрушительному воздействию кино-монтажа. Если во время прямой трансляции эта целостность соблюдается, то при создании телефильма такое отношение к действительности понимается скорее как творческое задание»⁶.

По иронии судьбы именно в 1966 году советское телевидение вступило в эпоху видеозаписи, а через пять лет едва ли не полностью перешло с прямой трансляции на видеозапись. Вдохновлявшие В. С. Саппака «симультианность», «сиюминутность», «непосредственность» ушли в прошлое.

³ Беляев И.К. Быть или не быть? // Советская культура, 18. 11. 1958

⁴ С. Зеликин. Документальный телефильм и эффект присутствия // Искусство кино. – 1966 – № 10. С. 72.

⁵ Там же. С. 55.

⁶ Там же. С. 56.

«Самое массовое из искусств»

Однако даже с переходом на видеозапись стало очевидно, что телевидение имеет собственные, отличные от кино характеристики пространства и времени. Часто в числе основных факторов, определяющих современную телевизионную эстетику, называют массовость телевидения. Телевидение давно прочно стоит в ряду средств массовой коммуникации. Подразумевает ли это «серую массу зрителей»?

Действительно, сегодня в России телевидение – самое широко распространенное средство массовой информации. Согласно исследованию ВЦИОМ, проведенному 31.01.2009, в целом телевизор смотрят 94% от общего числа опрошенных, причем эта пропорция более-менее равномерно соблюдается на территории всей страны, с наименьшим показателем в Москве и Санкт-Петербурге (где входит в силу новый тип медиа – интернет) и наибольшим в Сибирском федеральном округе. Безусловно, это свидетельствует о наличии у телевидения широчайшей аудитории. Но стоит обратить внимание и на сопутствующие исследования: например, насколько внимательно смотрят телевизор (52% от общего числа опрошенных смотрят телевизор внимательно, для 40% он служит визуально-звуковым фоном). В 2006 году в рамках подобного исследования респондентам из числа тех, кто смотрит телевизор, задавался еще один вопрос: «Сколько времени в день лично Вы обычно проводите перед телевизором?», на который 15% опрошенных ответили – «менее часа», 42% – «1-2 часа».

Из этого несложно сделать вывод о том, что пресловутая массовость телевидения хоть и является значимой характеристикой, но в отдельности, вопреки высказываниям руководства телеканалов, оказывает не столь большое влияние на содержание и форму производимой ими продукции. Интересно в массовости телевидения другое: феномен общности, коллективность просмотра и его «вездесущность», способность телевизионного сигнала проникнуть в любую точку пространства в зоне действия передатчика, непрерывная доставка общественной информации прямо на дом. Поэтому более справедливо было бы называть интересующую нас характеристику телевидения не массовостью, а – глобальностью. Потенциальная возможность телевидения объединять людей вне зависимости от социальных и географических различий, наличие такой возможности и перспективы вызывает мысль о том, что в какой-то отдельно взятый момент столь огромная аудитория может одновременно и независимо друг от друга смотреть одну и ту же программу. И это завораживает.

⁷ М. Маклюэн.
Галактика
Гутенберга. – Киев:
Ника-Центр, 2003.
С. 48.

Концепция «глобальности телевидения» стала основным тезисом канадского культуролога и социолога М. Маклюэна. Сложилась она, судя по его трудам, в 1951 году, после осуществления в США первого общенационального выпуска новостей. С этого момента весь мир, по Маклюэну, стал похож на «глобальную деревню», где каждый житель узнает все сплетни и слухи этой деревни, в которой ничего нельзя скрыть, и все ответственные за все⁷. Иначе говоря, массовость и глобальность телевидения подразумевают, по мнению Маклюэна, возможность верификации практически любой информации. Всегда существует вероятность, что фильм будут смотреть люди, которые не хуже знакомы с событиями и персонажами и могут указать на несоответствие фактов. Хотя в действительности такие случаи и происходят редко – либо ввиду отсутствия «обратной связи» между авторами фильма и аудиторией, либо по причине лени.

Впрочем, телевидение все равно неумышленно или умышленно искажает суть транслируемых сообщений. Комментируя Маклюэна, французский теоретик Ж. Мерме указывает 10 пунктов, которые, как бы телевидение не стремилось к объективному изложению событий, могут стать прямой или косвенной причиной того или иного искажения фактов:

1) события, освещаемые на ТВ, подбираются не по их реальной значимости, а по интересу, который они могут вызвать у публики;

2) простые, доступные пониманию сюжеты получают преимущество перед сложной, требующей осмысления информацией;

3) ТВ редко отражает события адекватно действительности, т.к. эти события специально инсценируются, чтобы сделать их более привлекательными и яркими, при этом некоторые, необходимые для понимания, аспекты информации опускаются, а связь между событиями, как правило, отсутствует;

4) ТВ быстро мобилизует и концентрирует внимание на каком-либо событии, что приводит к гипертрофированию данного события в сознании аудитории;

5) ТВ быстро теряет интерес к отдельно взятому событию, создавая порой ощущение, что его вообще не было;

6) значение некоторых органов информации неадекватно объему аудитории, поскольку ведущие телекомпании как лидеры мнений заставляют реагировать и ориентироваться на них другие телекомпании;

7) профессионалы, работающие на ТВ, не представляют все слои населения, как правило, они имеют более высокое обра-

зование, более высокие доходы, проживают в больших городах, имеют возможность путешествовать;

8) наибольшее внимание уделяется редкому, сенсационному, негативному материалу;

9) для объяснения событий на ТВ приглашаются эксперты, мнение которых часто не отражает мнения большинства;

10) ТВ придает реальности модифицированный, гипертрофированный, деморфированный имидж⁸.

Несмотря на то, что эти 10 пунктов были сформулированы в 1987 году на примере французского телевидения, очевидна их справедливость применительно к образу ТВ в современной России.

Не стоит также забывать, что глобализации телевидения на Западе, а затем и на постсоветском пространстве способствовал еще один важный фактор – рыночная экономика. В 1952 году доходы от рекламы на ТВ превосходили доходы от рекламы на радио, и создавать телерекламу стало особо модно и эффективно, с точки зрения коммерческой выгоды, неслучайно многие американские социологи назвали 1952 год началом «эры телевидения». Телереклама – наиболее яркий пример создания сюрреального (иллюзорного) мира при помощи телевидения. Именно она послужила толчком превращения ТВ в фабрику мифов: мифологизация и симуляция реальности в телесюжетах теперь стали неотъемлемыми составляющими телевещания, а созданные им мифы вторгаются в реальный мир и серьезно влияют на мировоззрение как отдельного человека, так и целого общества.

Другие важнейшие характеристики телепросмотра, вытекающие из массовости и глобальности ТВ вкупе с его родовыми особенностями, были сформулированы Д. Томпсоном в его труде «Идеология и современная культура. Критическая социальная теория в эру массовой коммуникации». Это расширение доступности – телеиллюзия, выраженная в ощущении телезрителями возможности преодолеть время (показ на ТВ сюжетов, снятых много лет назад, иллюстрирующих важнейшие события) и пространство («горячие репортажи» из любых точек мира); и контекст присутствия – телезритель ощущает свою причастность к событиям, происходящим в мире, вследствие иллюзии одновременного его нахождения в привычной повседневной обстановке и в реальном времени в студии, где снимаются программы, или в любых других телесюжетах (репортажах, очерках, интервью или даже в художественных фильмах)⁹. Практически о том же говорит В. С. Саптак, описывая телевизионный «эффект присутствия», который в итоге оказывается следствием встроенности телевидения в повседневную жизнь¹⁰.

⁸ Mermet J. *Democratie: Comment les media transforment la democratie*. P.: Grasset, 1987. P. 16.

⁹ Д. Томпсон *Идеология и современная культура. Критическая социальная теория в эру массовой коммуникации*. М., 1992. С. 9 – 15

¹⁰ В. С. Саптак «Телевидение и мы».

¹¹ Олег Вольнов:
«Мы, к сожалению, работаем на массовую аудиторию и вынуждены считаться с этим. И когда мы придумываем себе какой-то элитарный проект, мы все-таки понимаем, что мы – общепотребительный канал. И должны соответствовать массе аудитории»: Историческая документалистика: развлечение или познание. Интервью с Л. Парфеновым // Программа «Телехранитель» / Радиостанция «Эхо Москвы» 29.05.2005 URL <http://www.echo.msk.ru/programs/tv/38905/>

Так или иначе, глобализм ТВ, то есть распространение информации на огромные территории и вовлечение в сферу телекоммуникативных актов самых разных людей, породил особую духовную культуру, которая превратила всех телезрителей в некую общность – глобальную телеаудиторию со схожими ценностями, запросами и установками сознания. Возник также смутный образ глобального «массового зрителя», диктующего и определенную практику телевидения, основанную на преувеличении роли стереотипов массового сознания. Хотелось бы все же заметить, что, безусловно, общепотребительность телевидения заставляет порой отказываться от сложных, интеллектуально емких, как это ныне принято называть, элитарных¹¹ проектов, однако не все так однозначно.

Принято считать, что подобное мнение спровоцировано западной философской мыслью в лице Х. Ортеги-и-Гассета, К. Ясперса, других видных представителей культуры, оказавших кардинальное влияние на мировоззренческую парадигму всей второй половины XX века, ибо они, дав негативную характеристику всему «массовому», тем самым способствовали формированию представления о «массовой культуре» как суррогате «высокой» культуры.

Тем не менее, «массовая аудитория», если рассматривать ее в отдельности, отнюдь не является однородной и более того – не является лишь телеаудиторией. Эту общность составляет множество людей, для которых телевидение часто неотъемлемая, но все же лишь одна из составляющих повседневной жизни. Иначе говоря, в квартире зрителя происходит столкновение и взаимное влияние «телевизионной» и «обыденной»¹² картин мира.

¹² Под «обыденной картиной мира» следует понимать ту сферу представлений, которая связана с бытом и обыденным сознанием. – Прим. авт.

Созданное время

«Симультанность» телевидения стала стремительно уходить в прошлое с появлением видеозаписи. К 1966 году английское, а к 1971 году и телевидение СССР почти полностью отказались от прямой трансляции в пользу видеозаписи. Категория времени на телевидении приобрела иное значение. В первую очередь это коснулось принятых норм хронометража. Программирование сетки вещания требует четких временных стандартов для разных программ: 26, 39, 44 или 52 минуты. Зачастую жертвуя ценными кадрами, при создании телефильма режиссерам приходится учитывать эти строгие требования.

Кроме того, жесткие временные рамки касаются не только размера самого телефильма или передачи, но и сроков выполнения, что нередко сказывается на качестве: часто просто нет времени для переосмысления темы, замысла, материала, и

«творческое озарение» приходит уже после эфира. В кино процесс создания документального фильма располагает, как правило, куда большим временем.

В своем привычном значении время играет немаловажную роль в телевизионном пространстве: стоит обратиться к программе передач, каждый элемент которой обозначен конкретным временем выхода в эфир. «В телепоказе на любой фильм, и кино-, и теле-, влияет, прежде всего, контекст программы, тогда как в условиях кинопоказа фильм все же равен самому себе. Такова неизбежная плата за эфирный прокат. Здесь фильм может и выиграть, и проиграть даже вне зависимости от собственных достоинств и недостатков. Успех может решить просто удачное место в сетке вещания, телевизионное же «неудобье», наоборот, может пригасить его»¹³, – пишет Л. Джулай.

Именно вышеупомянутый «контекст», неумолимое влияние элементов программы друг на друга, требование их уместности, логической и гармоничной последовательности одновременно с «родовой памятью» о «прямой трансляции» постепенно приводит к представлению о телевидении как о непрерывном потоке, но уже не потоке актуальных событий, а абстрактной «информации».

Представление о «потоке» как специфике телевещания заняло центральное место в теории телевидения Р. Уильямса, разработанной им в 1970-е годы: «Произошел значительный сдвиг от понятия последовательности как программирования к понятию последовательности как потока. Тем не менее, это трудно заметить, поскольку старое понятие программирования – темпоральной последовательности, в которой действуют пропорция и равновесие, – все еще активно и в какой-то мере реально. Но сейчас ясно (...) что то, что нам предлагают, – это уже не программа, состоящая из дискретных единиц с определенными вставками, но спланированный поток, в котором подлинная серия – это не опубликованная серия рубрик программы, но последовательность, трансформированная включением другой последовательности, которые вместе и составляют реальный поток современного вещания»¹⁴. Отметим, что эти слова написаны Уильямсом за несколько лет до изобретения пульта дистанционного управления телевизором, которое позволило зрителю, не сходя с места, переключать телеканалы (в своей крайней форме, форме мании, явление постоянного переключения каналов было названо «зеппингом»).

И теперь, важно подчеркнуть, каждый зритель в процессе переключения каналов создает свой индивидуальный телевизионный «поток», разрушающий жанровые и другие ограни-

¹³ Джулай Л. Н. Был взрыв. Мог быть взлет // После взрыва: Документальное кино 90-х. – М.: Андреевский флаг, 1995. С. 11.

¹⁴ Williams R. Television. Technology and Cultural Form. Hannover; L., 1992 // Цит. по Шапинская Е. Н. Телевидение в современной культуре и обществе: технология и культурная форма // Массовая культура. М.: Альфа-М, 2004 С. 230

чители. В то время как «поток», создаваемый коллективом отдельного канала, и, в частности, коллективом авторов фильма, демонстрируемого на канале, – лишь реакция на эту неизбежную особенность восприятия телепродукции зрителями. Для того чтобы «не смешиваться», выделиться из общего «потока», каналам приходится прибегать к унификации своей продукции. Теперь недостаточно логотипа, сообщающего зрителю, «где» он находится, – каждая передача приводится в соответствие с политикой, концепцией, поддерживаемой идеологией, «форматом» телеканала.

Под дискретными единицами, ранее являвшимися составными программы, которые и сейчас составляют информационный «поток», Уильямс понимает законченные произведения – фильм или программу. Следует помнить, что произведение считается состоявшимся лишь при наличии его свидетелей – зрителей. В этой связи не только перед руководством канала, но и перед автором ставится задача удержать зрителя от переключений. Иначе говоря, перед редакцией и автором фильма, создаваемого по заказу телеканала, стоит задача в первые минуты показа «присмулировать» зрителя: «зацепить» его ярким кадром, знакомым персонажем, интригующей, но понятной ассоциативной цепочкой, точно подобранным словосочетанием в закадровом комментарии. Часто этот «крючок» привлечения зрительского внимания может заключаться в заимствовании приемов совершенно постороннего жанра, зарекомендовавшего себя успешным.

Таким образом, внутри калейдоскопического «потока» информации значимость жанровых различий в целом понижается – признаки жанра менее важны по сравнению с признаками принадлежности к телеканалу, соответствия «формату».

ЛИТЕРАТУРА:

1. Беляев И.К. Быть или не быть? // Советская культура, 18.11.58.
2. Белянинов С. А. Документальный видеофильм: Этап становления. – М.: Искусство, 1982.
3. Джулай Л. Н. Был взрыв. Мог быть взлет // После взрыва: Документальное кино 90-х. – М.: Андреевский флаг, 1995.
4. С. Зеликин. Документальный телефильм и эффект присутствия // Искусство кино, 1966 - № 10.
5. М. Маклюэн, «Галактика Гутенберга», Киев: Ника-Центр, 2003.
6. Д. Томпсон Идеология и современная культура. Критическая социальная теория в эру массовой коммуникации. – М.: Инфра-М, 1992.
7. В.С. Саптак «Телевидение и мы: четыре беседы». – М.: Аспект-пресс, – 2007.
8. Программа «Телехранитель» / Радиостанция «Эхо Москвы». – М.: 25.09.2005, 11.03.2007.
9. Шапинская Е.Н. Телевидение в современной культуре и обществе: технология и культурная форма // Массовая культура. – М.: Альфа-М, 2004.
10. Mermet J. Democratie: Comment les media transforment la democratie. P.: Grasset, 1987.