

Оглавление

Введение	5
Глава 1. Экранная интерпретация реальности как процесс и специфические особенности телевизионной реальности	10
1.1. Экранизация как способ интерпретации реальности кинематографом и телевидением.....	10
1.2. Выразительные средства экрана и авторская интерпретация реальности на телевидении.....	23
1.3. Специфика пространства и времени телереальности	38
1.4. Телереальность и культура постмодернизма.....	45
Глава 2. Особенности современной индустрии телевидения и интерпретация реальности.....	58
2.1. Гибридизация жанров и форматов на телевидении как игра с реальностью	58
2.2. Влияние программности и серийности на формирование телереальности.....	86
2.3. «Социальная маска» телеведущего в контексте телереальности	96
2.4. Телевизионная аудитория: от потребления к коммуникации	110
Глава 3. Влияние социокультурных и идеологических факторов на интерпретацию реальности	128
3.1. Телеэкранный реальность 1990–2000-х годов как следствие социокультурной травмы	128
3.2. Телевизионная документальная драма как способ репрезентации прошлого	141
3.3. Гламуризация и трешизация настоящего на телевидении 2000-х годов	151
3.4. Инфотейнмент как средство создания новой идеологии	167
Глава 4. Опозиция «мы — они» в телеэкранной реальности	185
4.1. Классификация современных телепрограмм с точки зрения специфики коммуникации «мы — они»	185

4.2. «Свои — чужие» и «высшие — низшие» в экранной реальности теленовостей	193
4.3. «Другие» в экранной реальности публицистических телепрограмм	204
4.4. Игровые и геймеризационные телепрограммы как форма контакта «я — другой»	211
Заключение	229

Введение

Телевидение как объект исследования с самого начала своего существования ставит перед учеными ряд сложных вопросов, в частности, касающихся специфики природы, художественного потенциала и места в системе средств массовой коммуникации. На каждом новом этапе своего развития оно заставляет менять ракурс исследования, искать новые подходы и методологии. Одним из главных давно является вопрос о степени достоверности того, что видит зритель на телевизионном экране. Размышления на эту тему, начатые еще теоретиками кино Д. Вертовым, Э. Шуб, С. Дробашенко, Л. Рошалем, продолжают до настоящего времени Л. Джулай, Л. Мальковой, Г. Прожико и другими. С этого же начал изучение телевидения С. Эйзенштейн, написавший о «живой жизни в чуде телевидения». Вслед за ними о «феномене достоверности» телевидения говорили Э. Багиров, В. Вильчек и др., о его особых отношениях с реальностью — А. Вартанов, В. Михалкович и др.

Чем разнообразнее становились технические возможности телевидения и шире палитра телевизионных форм, тем острее становилась полемика. Потенциальные возможности телевидения оказались столь многообразны, что на первоначальном этапе вполне целесообразно было вести отдельные исследования в рамках разных научных дисциплин. Так, киноведы спорили, является ли телевидение искусством и не тождественно ли оно своему предшественнику — кинематографу, какова специфика его языка и условности и т.д. Филологи исследовали телевизионную журналистику как вид литературного творчества, социологи и психологи — особенности восприятия телевизионных зрелищ аудиторией, их воздействие на общество в целом.

Однако с течением времени стало очевидным, что телевидение сформировалось как индустрия, которую надо изучать еще и с точки зрения условий производства, а не только законов искусства. Сама природа телевидения требовала междисциплинарного подхода к исследованиям. Однако осознание этой необходимости совпало с неблагоприятным для науки периодом в политике и экономике страны. После развала СССР телевидение попыталось выйти из-под контроля государства, превратившись в полноценный бизнес. Несмотря на то что это удалось ему лишь отчасти,

новые условия производства в большинстве случаев не позволяли журналистам, режиссерам, операторам, художникам создавать штучный продукт творческой деятельности, как это было на заре телевидения. От них требовались программы, сделанные по шаблонам, которые гарантируют при минимуме финансовых вложений высокий рейтинг (что важно для рекламодателей).

Новые условия жизни в стране и работы на телевидении поставили исследования телевидения на службу бизнесу. Рейтинговые исследования, проводимые социологами, помогали телевизионным продюсерам успешно зарабатывать деньги, но мало способствовали развитию науки о телевидении. Исследования же телевидения как явления культуры, его роли в формировании общественного сознания в постсоветской России были немногочисленны¹ и предпринимались в основном силами социологов, без участия журналистов и искусствоведов. Более того, в нашей стране пока не разработана теоретическая база, на основании которой осуществимы совместные исследования. На сегодняшний день проведению совместных исследований мешают как недостаток финансирования, так и различия в понятийном аппарате представителей разных специальностей, различия в методологических подходах, привычка рассматривать телевидение само по себе, а не в социокультурном контексте.

В отличие от России на Западе², в частности в США, подобные исследования предпринимались достаточно давно³ и количе-

¹ Например: Мониторинговое социологическое исследование «Телевидение глазами зрителей» // Аналитический центр «Видео Интернешнл» / исслед. И.А. Полуэхтова, 2000–2009; исследование «Факторы популярности телевизионных форматов»: серия фокус-групп по восприятию телевизионных передач и сериалов целевой аудиторией // Департамент исследований телеканала «Россия» / рук. исслед. К.А. Богословская, 2000–2004; Социологическое исследование «Обыденные телекритики» // Фонд «Образованные медиа», Фонд «Общественное мнение» / рук. исслед. А.Г. Качкаева, И.А. Климов, 2007; исследование «Контент-анализ телевизионного эфира федеральных российских каналов» // Фонд «Образованные медиа», ГФК-Русь / рук. исслед. А.Г. Качкаева, С.Г. Давыдов, 2007.

² Землянова Л.М. Гуманитарная миссия современной глобализирующейся коммуникативистики. М., 2010.

³ Например, еще в 1970-е годы в Анненбергской школе коммуникаций при Университете Пенсильвании под руководством профессора Дж. Гербнера была проведена серия уникальных исследований под общим названием «Культурные индикаторы». (Школа создана в 1959 г. и существует до сих пор, продолжая исследования.)

ство их велико. Однако не все полученные там результаты возможно перенести на отечественную почву без корректировок, ведь и российская телевизионная индустрия развивается по особому пути, поскольку не смогла полностью порвать с государственной системой финансирования и контроля, и культура России в целом: ее традиционные ценности, ожидания и предпочтения отечественных зрителей иные, чем у зрителей Европы или США.

Предпринятое нами исследование — шаг на пути к модернизации отечественной традиции изучения телевидения. С одной стороны, оно систематизирует знания о телевидении как о средстве массовой коммуникации (СМК), способном функционировать одновременно и как средство массовой информации и пропаганды, и как самостоятельный вид экранного искусства. С другой стороны, в своем исследовании мы предлагаем рассматривать телевидение как специфический инструмент интерпретации реальности, которая осуществляется под воздействием ряда факторов как эстетических, так и индустриальных, социокультурных, идеологических. Подробному изучению этих факторов и их воздействию на процесс интерпретации посвящена значительная часть нашей работы. Однако этим она не исчерпывается. Не менее актуальным, на наш взгляд, является поиск ответа на вопрос, какой же предстает интерпретированная реальность на экранах наших телевизоров. В отечественной науке нет пока общепринятого термина, обозначающего результат процесса интерпретации. На Западе для его обозначения чаще всего используют понятие медиареальности, но оно значительно шире рассматриваемого нами феномена. Мы в данной работе в качестве технического будем использовать термин «телевизионная реальность». Исследовать этот феномен на примере российского телевидения возможно только при помощи комплексного коммуникационного подхода с привлечением методологического инструментария разных научных дисциплин. Результаты этого исследования позволят объяснить сложные процессы взаимовлияния общества и телевидения, эмпирической и медиареальности. Сегодня, когда новые технологические возможности ставят под сомнение само существование телевидения в привычной для нас форме как потока информации и образов, когда изменяется и технология телепроизводства и психология телесмотрения, подобные междисциплинарные исследования просто необходимы.

Данное исследование не ставит своей целью дать исчерпывающее представление о телевизионной реальности. Наша задача — наметить пути исследования, сделать первые шаги в разработке методологии, которая позволила бы выявить механизмы ее влияния на общество, функциональные и дисфункциональные последствия этого влияния. На наш взгляд, ключевым при этом должен стать избранный нами культурологический подход к исследованию, позволяющий рассматривать взаимовлияние телевидения и общества в контексте исторических процессов и инициированных ими изменений в культуре и системе ценностей. Культурологический подход должен стать новой парадигмой исследования, позволяющей синтезировать в себе идеи и методы традиционных подходов: филологического, искусствоведческого, социологического, психологического, индустриального и др.

Объектом исследования для нас стала специфика телевидения, определяющая процесс интерпретации реальности как отдельными телепередачами, так и всей совокупностью программ телеканалов.

Предмет исследования — интерпретация реальности средствами телевидения, обусловленная как природными свойствами, в частности экранностью, так и индустриальными факторами, меняющимися на разных этапах развития телевидения, а также социокультурной и идеологической ситуацией в обществе.

Эмпирической базой исследования стали программы различных направлений вещания трех федеральных телеканалов («Первого канала», «России-1» и НТВ) сезона 2010–2011 гг. Однако, проследившая историческую динамику и современные тенденции интерпретации реальности средствами телевидения, мы анализируем наиболее яркие телепрограммы советского и постсоветского телевидения, так что эмпирической базой является телевизионный контент практически на всем протяжении существования — с конца 1950-х годов (выборочно) по 2000-е годы (преимущественно). По мере необходимости привлекались примеры из мировой практики телевещания. Конкретный перечень программ, проектов, передач, циклов и иных форм организации эфирного контента, ставших объектами научного изучения, в целях сохранения компактности объема диссертационного текста выделен в специальное приложение.

Главной целью исследования является выявление специфики интерпретации реальности на современном телевидении и механизмов ее воздействия на социокультурную ситуацию в обществе.

В качестве основной гипотезы исследования выступает предположение о том, что специфическая интерпретация реальности телевидением обусловлена не только экранностью, благодаря которой телевидение оказывается в ряду экранных искусств, но и постоянно меняющейся телевизионной технологией, условиями производства телевизионного контента, местом телевидения в современной системе средств массовых коммуникаций, а также правительственной идеологией и общественным сознанием, господствующим в тот или иной исторический период.

Методология и методика исследования базируется на принципах междисциплинарного подхода. В качестве основных мы используем методы искусствоведческого анализа и методы социологии (в частности, контент-анализа). В рамках культурологического подхода это позволяет нам рассматривать значимость журналистско-медийного дискурса для развития культуры современного общества. Принцип историзма, положенный в основу методологии исследования, и концепция преемственности культурного развития дали нам возможность продемонстрировать, что телевидение в ходе своего развития претерпевало значимые технологические и функциональные изменения, оказывавшие непосредственное влияние на интерпретацию реальности. Это, в свою очередь, обусловило изменение места телевидения в системе средств массовой коммуникации и его роли в социокультурном развитии общества.

Научная новизна и концептуальная значимость исследования заключаются в принципиально новом для отечественной научной традиции культурологическом подходе к анализу феномена телевидения. Этот подход позволяет синтезировать знания о телевидении, полученные в результате монодисциплинарных исследований, и выйти на уровень осмысления воздействия телевидения (в том числе и в мультимедийной среде) на социокультурные процессы современности.

ЭКРАННАЯ ИНТЕРПРЕТАЦИЯ РЕАЛЬНОСТИ КАК ПРОЦЕСС И СПЕЦИФИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ТЕЛЕВИЗИОННОЙ РЕАЛЬНОСТИ

1.1. Экранизация как способ интерпретации реальности кинематографом и телевидением

Предмет исследования, избранный нами, мы после долгих размышлений обозначили как «экранная интерпретация реальности». Воспринимая этот термин как технический, мы все же полагаем, что он более удачен для преследуемых нами целей, в частности, выявления специфики этой интерпретации на современном телевидении и механизмов ее воздействия на социокультурную ситуацию в обществе. Уже более ста лет со времен появления фотографии и кино исследователей интересует вопрос: что привнесли технические средства во взаимоотношения реальности и искусства. Традиционное искусство, отражая мир в художественных образах, не претендовало на то, чтобы «его образы принимались за реальность»¹. Разные виды искусства в разные эпохи могли с большей или меньшей степенью сходства имитировать реальность, но не более того. Впрочем, условность в искусстве ценилась не менее высоко, чем жизнеподобие.

Коренным образом ситуация изменилась на рубеже XIX–XX вв., когда технические средства фиксации реальности (фотография, граммофонная запись, радио и кино) создали у человечества иллюзию того, что оно может подчинить себе пространство и время. В.И. Михалкович, исследуя феномен телевидения, отмечает, что историческое значение телевидения в том, что «оно преобразило взаимоотношения человека с реальностью»². Точнее было бы сказать: научно-техническая революция преобразила отношения человека с реальностью, а проникновение телевидения в каждый дом, т.е. в повседневную жизнь людей, стало значимым этапом в этом процессе. Фотография «остановила мгновение», кино создало иллюзию обратимости движения времени, позволив

¹ Боров Ю. Эстетика. М., 1975. С. 205–206.

² Михалкович В.И. Очерки теории телевидения. М., 1996. С. 10.

ушедшим мгновениям повториться, а людям — пережить их вновь. Если повторение было иллюзорным, то переживание, которое оно вызывало, оказывалось вполне реальным, а иногда и более острым. (Вряд ли участники празднований, посвященных 300-летию династии Романовых, испытывали те же чувства, что и современные зрители, уже знающие, что через несколько лет вся семья последнего русского царя погибнет от рук революционеров.)

Вслед за кинематографом радио тоже внесло свою лепту в преобразование отношений человека с действительностью. Оно, работая в прямом эфире, покоряло пространство, создавая у слушателей ощущение нахождения в двух точках пространства одновременно: и у радиоприемника, и там, где происходят события (в радиостудии, концертном зале и т.п.). Кроме того, радио давало обманчивое чувство единства со всеми, кто находится сейчас у приемников. Телевидение на экспериментальном этапе подхватило эстафету радиовещания, усилив иллюзию присутствия за счет добавления к звуку изображения.

Казалось бы, никаких сомнений в том, что телевидение дает возможность наблюдения за реальностью, не могло быть. Однако С. Эйзенштейн, как известно, проблема интерпретации действительности телевизионным зрелищем начинает интересоваться еще в 1946 г. Его знаменитая фраза: «И вот перед нами как реальность стоит живая жизнь в чуде телевидения...»³ — надолго закрепила за телевидением славу достоверного (теоретики говорили о «феномене достоверности» телевидения), непосредственного и симультанного (что дает установку на «эффект присутствия») средства массовой информации и коммуникации⁴. О продолжении приведенного выше высказывания вспоминали реже. Оно не слишком укладывалось в рамки соцреалистического взгляда на телевидение. Ведь режиссер говорит дальше о художественной интерпретации событий, предлагаемой киномагом телевидения, «который, быстрый, как бросок глаза или вспышка мысли, будет, жонглируя размерами объективов и точками кинокамер, прямо и непосредственно посылать миллионам слушателей и зрителей свою художественную интерпретацию событий (курсив мой. — А. Н.) в неповторимый момент самого свершения его, в момент первой и

³ Эйзенштейн С.М. Избр. произвед.: в 6 т. Т. 2. М., 1964. С. 30.

⁴ Телевизионная журналистика. Учебник. 5-е изд. М., 2005. С. 29.

бесконечно волнующей встречи с ним»⁵. Конечно, в те годы речь могла идти только о симультанном телевидении, так как техника позволяла работать лишь в прямом эфире. Более того, событие в момент его совершения телевидение могло посылать зрителям только в том случае, когда это событие происходило в телестудии.

Научные достижения стали для искусства великим соблазном, который оно не смогло преодолеть. Плоды этого мы в полной мере начинаем пожинать только сейчас, когда креативные технологии позволяют человечеству реализовать на практике высшую из ныне известных форм эскапизма — уход в компьютерную реальность, называемую виртуальной реальностью⁶. Однако между этими двумя периодами было столетие, итоги которого во многих отношениях остались неподведенными. И если взаимоотношения реальности и кинематографа занимались и продолжают заниматься режиссеры и искусствоведы — от Д. Вертова и С. Эйзенштейна, С. Дробашенко, Л. Рошаля и др. до Л. Джулай, Л. Мальковой, Г. Прожико — то вопрос о взаимоотношениях реальности и телевидения так и остался во многом открытым. Ведь если кинематограф со временем почувствовал себя полноценным искусством и перестал воспринимать себя как способ фиксации реальности, то телевидение полноценным искусством так и не стало, а значит, на создание художественной реальности претендовать не могло. Несмотря на то что некоторые исследователи включали его в ряд зрелищных искусств⁷, оно так и не почувствовало себя своим в мире искусства. Исключение составляли лишь телевизионный театр и телевизионное кино, постановочное и документальное, которые и дали исследователям основание видеть в телевидении новое искусство.

Остальные направления теле вещания сосредоточились на информационно-коммуникативной функции. Однако экранность, присущая телевидению в той же мере, что и кинематографу, общность системы выразительных средств — все это не позволяло поверить в то, что телевидение только лишь фиксирует фрагменты реальности, не подвергая ее никакому переосмыслению.

⁵ *Эйзенштейн С.М.* Указ. соч. С. 30.

⁶ *Иванов Д.В.* Виртуализация общества. Версия 2.0. СПб., 2002.

⁷ *Каган М.С.* Морфология искусства. Л.: Искусство, 1972; *Сокольская А.Л.* Поэтика ТВ: пути и поиски. М.: Искусство, 1981.

Историю взаимоотношений реальности и медиа в XX в. можно условно разделить на три этапа: фиксация фактов реальности (не важно, фиксировалось произведение искусства или чрезвычайное происшествие), адаптация их к требованиям СМК и перекцентирование, превращающее факты в знаки.

Первый этап — фиксация фактов на носителе (фотография, грампластинка, кинолента и т.д.) — приводит к увеличению информированности зрителя. Наиболее очевиден этот процесс на примере фиксации произведений искусства. В результате фиксации зритель, который приходил и приходит в музей или концертный зал для общения с произведением искусства, оказывается к нему уже подготовленным (информированным). Непосредственное чувственное общение с произведением искусства подменяется подтверждением или опровержением знания о нем. Наиболее яркий пример — репродукции картин великих мастеров в массовых изданиях. Черно-белое изображение картин И. Левитана в школьных учебниках, черно-белое телевизионное изображение полотен из Лувра давно стали фактом бытового общения человека и художественного произведения. Они подкрепляют полученные знания визуальными штампами. Появление цветной печати и цветного телевидения не изменили ситуацию в корне. Из общения художника и зрителя через произведение искусства на протяжении XX в. уходила тайна, которая так много определяет в индивидуальном восприятии одним человеком творчества другого человека. Это был первый результат вмешательства СМК в жизнь искусства и культуры. Что касается повседневной жизни, то в результате повышения информированности людей, активировался процесс профанизации некогда сакральных сфер, доступных лишь немногим (например, частной жизни элиты или политической сферы). Разумеется, это не было инициировано телевидением. Уже на рубеже XIX—XX вв. процесс массовизации, затронувший, в частности, прессу, способствовал разрушению прежде достаточно стабильной социальной иерархии. Но телевидение, привлекавшее зрителей имитацией «подглядывания» за жизнью, подстегивало эти процессы, заставляя создателей программ стремиться сначала к выходу за пределы студии с помощью ПТС, затем к использованию методов привычной и скрытой камеры.

Очень скоро стало очевидным, что простая фиксация фактов реальности уже не удовлетворяет зрителей. Попадающее на телевизионный экран необходимо приспособлять к техническим

возможностям средств массовой коммуникации. Особенно болезненно это было воспринято сферой искусства. Первые же передачи театральных спектаклей по радио, а позже по телевидению требовали разорвать плоть спектакля, чтобы его можно было воспринимать на слух или смотреть на маленьком экране. Результат с точки зрения чистоты художественного воздействия получался тоже достаточно сомнительный. На этом (втором) этапе воздействия СМК на произведения искусства человек постепенно лишался возможности воспринимать их непосредственно. Ведь когда картина возникает на телеэкране (даже в самом технически качественном изображении), то между работой художника и восприятием зрителя оказывается целая цепочка восприятий этого произведения другими людьми. Оператор по-своему ставил свет и держал камеру, определяя наиболее выгодный, с его точки зрения, ракурс. Режиссер монтажа по-своему определял длительность показа, т.е. время сосредоточения внимания на той или иной детали картины. Тот же режиссер вместе со звукооформителем, опираясь на свое восприятие и свои ассоциации, подбирал музыкальное сопровождение или, что еще больше отвлекает, словесные комментарии. Наконец, редактор и продюсер определяли время показа, опять-таки исходя из своего личного впечатления от картины. В результате зритель перед картиной в музее опирается на собственные чувства, на собственное эстетическое восприятие, а зритель той же картины при ее телевизионном показе зависит от восприятия названных нами нескольких человек. Таким образом, он неизбежно получает произведение искусства в отредактированном виде, и эта редакция зависит от субъективных факторов восприятия каждого из тех людей, кто принимал участие в организации показа.

На более поздних этапах осознание необходимости адаптации фактов реальности к требованиям телевидения привело к тому, что важные события — съезды политических партий, манифестации, Олимпийские игры — стали организовывать с учетом требований телевидения. Более того, последнее время террористические акты тоже продумываются с учетом их эффективности с точки зрения телевизионного зрелища. Все это позволило Г. Дебору назвать общество второй половины XX в. «обществом спектакля»⁸, а П. Бурдьё говорить о том, что не показанное по телевидению можно считать не бывшим⁹.

⁸ Дебор Г. Общество спектакля. М., 1999.

⁹ Бурдьё П. О телевидении и журналистике. М., 2002.

Третий этап воздействия — прямое вмешательство СМК в культуру. Не имея возможности стать полноценным искусством, СМК используют компоненты культуры, доводя их до примитива. Происходит отказ от творческого постижения мира, произведения искусства и факты действительности превращаются в символы, знаки. И тогда становится возможным использовать репродукцию «Монны Лизы» в рекламе сигарет, а фонограмму хорала в рекламе ресторана. Процесс вмешательства идет по всем направлениям, по всем видам искусств. Традиционные искусства подчиняются новым законам восприятия, которые диктуются массмедиа. Происходит неизбежная перемена ритмов, появляются символы, которые способны заменить собой отражение жизни в любом из традиционных видов искусств. Рождается знаковая система общения художника и его зрителя, слушателя. Все больше и больше переакцентируется сущее на пути к аудитории. Переход к условности в манере общения человека-творца в восприятии человека-потребителя не всегда ведет к упрощению, но всегда ведет к знаку. Этот знак несет колоссальный информационный смысл. При этом «нюансы» — чувственное восприятие художника, детали его наблюдений, своеобразие духовной переработки жизненных наблюдений в плоть произведения искусства — оказываются менее значительными. В условиях индивидуализированного общества СМК стимулируют многогранность, многосложность индивидуализируемых восприятий. Обыкновенный товарный знак (эмблема фирмы Mercedes) в восприятии человека может рождать сложнейший круг социальных и бытовых ассоциаций. На этом построена вся современная реклама. Однако для того чтобы общество научилось распознавать символ-знак (пластический, звуковой и т.д.), оно должно было пройти через плотнейшее воздействие на восприятие каждого человека средств массовой коммуникации, в частности телевидения. В круг этих символов-знаков входят, разумеется, не только произведения искусства, но и все артефакты культуры, науки, которым повезло (или «повезло» в переносном смысле) стать известными благодаря медиа, как это случилось, например, с нанотехнологиями.

Из совокупности этих знаков и складывается реальность массмедиа, о которой писал Н. Луман: «Все, что мы знаем о нашем обществе и даже о мире, в котором живем, мы узнаем через массмедиа. Это относится не только к знанию общества и исто-

рии, но и к знанию природы. Мы узнаём о стратосфере так же, как Платон узнавал об Атлантиде: “люди говорят то-то и то-то”... <...> знания, полученные нами из масс-медиа, словно сами собой складываются в замкнутый каркас, элементы которого укрепляют друг друга»¹⁰.

Несмотря на фрагментарность предлагаемых телевидением знаний о реальности, на протяжении второй половины XX в. различные ученые то и дело сообщали о том, что телевидение это «зрелище мира», говорили о нем как о «форме обрядового самосознания современности»¹¹, искусстве, «в котором общество осознает себя не в вымысле, не в сценической модели реальности, а в части самой реальности, части самого себя, но части, по-особому организованной, втянутой в сферу творчества, типизированной»¹². В цитируемой нами статье В. Вильчек обозначил несколько свойств телевизионного зрелища: «неотделенность зрелища от реальности», «превращение самой реальности в язык, форму самосознания обществ» и «принцип соучастия зрителя»¹³, который позволяет считать телевидение своего рода интеллектуальным обрядом, искусством «непосредственного (совместно с автором) эстетического восприятия и осмысления безусловной реальности»¹⁴.

Часть этих свойств телевидения определяется его причастностью к СМИ, которые, по мнению Е. Прохорова, создают «панораму текущей жизни общества», «образ современности в связи с ее прошлым и “намеком” на будущее»¹⁵. Сила воздействия телевизионного сообщения на зрителя обусловлена тем, что оно, как ни какое другое СМИ, создает иллюзию видения своими глазами, тогда как на самом деле, телевизионное сообщение по пути от источника к получателю проходит серию трансформационных стадий. По мнению С. Холла¹⁶, еще на этапе кодирования «в соответствии с идеологическими целями и преследуя их, <коммуни-

¹⁰ Луман Н. Реальность массмедиа. М., 2005. С. 9.

¹¹ Вильчек В. Самое-самое... // Советское радио и телевидение. 1968. № 8. С. 9–12.

¹² Там же. С. 12.

¹³ Там же.

¹⁴ Там же.

¹⁵ Прохоров Е.П. Введение в теорию журналистики. Учебник для студентов вузов. М.: Аспект-пресс, 2009. С. 8.

¹⁶ Hall S. Encoding, Decoding in the Television Discourse. Culture, Media, Language. L.: Hutchinson, 1980.

каторы> манипулируют языком видеоряда так, что сообщениям придается предпочтительный смысл»¹⁷.

Дж. Фиске и вовсе полагает, что «телевидение не представляет (или повторно представляет) фрагмент реальности, а скорее производит или конструирует его. Реальность не существует в объективности эмпиризма, реальность является продуктом дискурса. Телевизионная камера или микрофон не фиксируют реальность, а кодируют ее. Кодирование придает реальности смысл, который является идеологическим. Представляемое является идеологией, а не реальностью»¹⁸.

Дж. Фиске выделяет несколько уровней кодирования информации¹⁹. Первый уровень — уровень реальности: показываемое событие уже закодировано социальными кодами в обстановке, внешности, поведении, речи, макияже, одежде, жестах героев; второй уровень — уровень репрезентации: закодированная социальными кодами реальность дальше кодируется техническими телевизионными кодами, которые включают свет, движение камеры, монтаж, музыку, звук, подбор актеров, диалог); третий уровень — уровень идеологии. Идеологические коды содержатся в самом драматическом конфликте: это те или иные национальные, классовые, гендерные отношения, консюмеризм, индивидуализм, активная жизненная позиция.

Соглашаясь с выводами Дж. Фиске, мы в данной работе тоже будем рассматривать ряд этапов кодирования реальности, но несколько сузим задачу, не затрагивая отдельно первый уровень, который Фиске называет «социальным кодированием». Свое внимание мы сосредоточим на том, что он называет техническими телевизионными кодами (обусловленными природой экрана, спецификой телевидения и изменяющимися технологиями, запросами телевизионной индустрии) и на идеологических кодах, содержащихся в драматическом конфликте.

Для начала нам необходимо дать определения тех понятий, которыми мы пользуемся для описания избранного нами пред-

¹⁷ Цит. по: МакКуэйл Д., Виндал С. Модель кодирования/декодирования. [Электронный ресурс]. <<http://psyberlink.flogiston.ru/internet/bits/hall.htm>>

¹⁸ Фиске Дж. Постмодернизм и телевидение // Федеральный образовательный портал. Социология. <<http://ecsocman.edu.ru/db/sect/124/2951.html>>

¹⁹ Fiske J. Television Culture. N.Y., 1987. Reprinted, 2006. P. 84–107.

мета исследования. Первое и самое объемное из них — понятие реальности. Словарь Д.Н. Ушакова определяет реальность как «объективно существующее явление, действительность, факт»²⁰. Словарь Т.Ф. Ефремовой как «явления, предметы и факты объективной действительности»²¹. Философские словари²² различают объективную реальность (материю) и субъективную реальность (сознание). Объективная реальность — это действительность, «актуальное наличное бытие, реализующее определенные исторические возможности»²³.

Не вдаваясь в многовековую полемику вокруг этих понятий, начатую еще античными философами (Декартом, Платоном, Аристотелем и продолжающуюся до сих пор), скажем, что в контексте данного исследования нам ближе позиция тех современных философов, которые делают акцент на социальном конструировании реальности. На наш взгляд, при посредничестве экрана объективная и субъективная реальности во многом уравниваются, так как становятся лишь отражением самих себя, причем отражением чаще всего откорректированным. В данном случае мы согласны с процитированным выше утверждением Дж. Фиска о том, что реальность применительно к исследованию телевидения является продуктом дискурса, в том значении, которое вкладывает в него М. Фуко, понимая под дискурсией «сложную совокупность языковых практик, участвующих в формировании представлений о том объекте, который они подразумевают»²⁴.

Для нас важно классическое определение реальности, представленное в толковых словарях, так как в нем реальность определяется через понятие факта, крайне важное для телевидения как средства массовой информации. Информационная функция телевидения, оставалась одной из ведущих на протяжении второй половины XX в., она определяла систему профессиональных приоритетов журналистов. Факт традиционно считается основой журналистского произведения, но лишь немногие заостряют внимание на сложной природе факта. Главная проблема кроется в соотношении факта и объективной реальности, в отождествлении

²⁰ Ушаков Д.Н. Большой толковый словарь русского языка. М., 2009.

²¹ Ефремова Т.Ф. Новый словарь русского языка. Толково-словообразовательный: в 2 т. Т. 2. М., 2001.

²² Философский энциклопедический словарь. 2-е изд. М., 1989. С. 548.

²³ Там же. С. 151.

²⁴ Новейший философский словарь. Постмодернизм. Минск, 2007. С. 148.

факта и события. Л.А. Поелуева²⁵ объясняет существующее противоречие через теорию отражения, используемую в психологии, в свете которой отражение оригинала не является самим оригиналом. Журналист редко останавливается на этапе фиксации факта. Чаще всего в процессе своей работы он интерпретирует факт, встраивает его в контекст предшествующих, интерпретируя в соответствии с собственным мировоззрением и профессиональными задачами. В результате на телевизионном экране зритель видит эфирное событие, в основе которого может быть ряд фактов, произошедших в реальной жизни, но интерпретированных средствами телевидения (и техническими, и человеческими).

Понятие интерпретации (в переводе с латинского — истолкование, объяснение, разъяснение), которое для нашей работы оказывается одним из важнейших, используется в юриспруденции, математике, логике, философии. В историко-гуманитарных науках интерпретация — истолкование текстов, направленное на понимание их смыслового содержания. При этом понятие интерпретации используется как применительно к истолкованию древних текстов (герменевтика), так и расшифровке современных текстов как системы знаков (структурно-семиотический подход). Если герменевтика в интерпретации ориентируется на фигуру Автора, а структурализм — на собственно Текст, то постмодернизм — на Читателя²⁶. В нашей работе мы прежде всего будем говорить об экранной интерпретации, которая отчасти происходит по модели герменевтической (т.е. журналисты, операторы, режиссеры пытаются истолковать реальность с точки зрения своего мировоззрения), а отчасти — по модели структуралистской (технические средства перекодируют реальность, превращая ее в текст). Интерпретация же этого текста аудиторией происходит чаще всего без учета авторского начала, часто без понимания текста, только лишь с точки зрения Читателя-Зрителя, не посвященного в тонкости телевизионного производства, не разделяющего эфирное событие, которое он видит на экране, на имеющее в свой основе факт реальной жизни или созданное специально для телевидения.

Для научного взгляда чрезвычайно важно, что телевизионные зрелища можно классифицировать с точки зрения того,

²⁵ Поелуева Л.А. Средства массовой информации в культуре переходного периода. Саранск, 2004.

²⁶ Новейший философский словарь... С. 181–182.

какую реальность они отражают. Французский исследователь Франсуа Жост²⁷ в качестве критерия структуризации эфирного контента предлагает оценивать наличие в эфирном событии трех «сфер», каждая из которых находится в вершине воображаемого треугольника: «сферы реального» (реальные люди в реальных обстоятельствах), «сферы фиктивного» (вымышленные персонажи в вымышленных обстоятельствах) и «сферы игрового» (реальные люди в вымышленных, искусственно созданных обстоятельствах). В зависимости от баланса реальности, фиктивности и игры каждая программа занимает свое место в треугольной системе координат.

Это, однако же, не означает, что процесс интерпретации реальности затрагивает только «сферу реального». То, что происходит с вымышленными персонажами в студии, где снимается телесериал, то, что происходит с реальными людьми, находящимися на игровой площадке телевизионного шоу, подвергается экранной интерпретации наравне с реальными людьми в реальных обстоятельствах. Некоторое отличие заключается лишь в том, что сферы фиктивного и игрового оказываются более подготовленными к необходимости экранной интерпретации.

Главным интерпретатором в данном случае выступают камера и экран. Первая стремится заменить человеческий глаз (что понимал уже Д. Вертов, называя свой фильм «Киноглазом»), отбирающий из реальности то, на чем следует сфокусировать внимание, второй — отчасти наследует живописи, как и фотография, о чем неоднократно писали киноведы. В частности, Андре Базен подчеркивал отличающуюся от живописи особую достоверность фотографии, а вслед за ней и кино: «Тщательно выполненный рисунок может сообщить нам больше сведений о предмете, но он никогда не будет обладать иррациональной силой фотографии, которая принуждает нас верить в ее реальность»²⁸. З. Кракауэр настаивал на том, что «фильмы выполняют свое подлинное назначение тогда, когда они запечатлевают и раскрывают физическую реальность»²⁹.

Отечественные киноведы тоже уделяли документальному кино и документу в кино большое внимание. Существенный

²⁷ Jost F. L' Introduction à l'analyse de la television. P., 2004.

²⁸ Базен А. Что такое кино? М., 1972. С. 45.

²⁹ Кракауэр З. Природа фильма. Реабилитация физической реальности. М., 1974. С. 9.

вклад в осмысление интересующих нас вопросов внесли С. Дробашенко в книгах «Феномен достоверности»³⁰ и «Пространство экранного документа»³¹, Л. Рошаль в книге «Мир и игра»³² и многие другие. К этой теме возвращаются в своих важнейших работах В.И. Михалкович³³ и Г.С. Прожико³⁴. Для обозначения соотношения действительности и ее экранного отражения Г. Прожико использует несколько понятий: «экранный образ мира», «динамическая картина экранной модели мира», «виртуальная реальность». В целом соглашаясь с выдвигаемыми автором положениями, мы тем не менее не можем принять ни один из предложенных терминов. Первый, на наш взгляд, излишне публицистичен. Если же воспринимать его с научной точки зрения, то анализировать этот образ надо как художественный с искусствоведческих и эстетических позиций. Однако в ходе нашего исследования мы доказываем, что такой подход к феномену телевидения оказывается недостаточным, не исчерпывает его специфику. Термин «виртуальная реальность» был популярен в начале 2000-х годов, его использовали и применительно к телевидению. Однако сегодня, когда видеоигры получили повсеместное распространение, а компьютерная графика стала очень высокого качества, термин «виртуальная реальность» следует оставить только за ней, как делают К. Разлогов и др.³⁵ Понятие «динамической картины экранной модели мира», вводимое Г. Прожико, ближе всего подводит нас к постижению исследуемого феномена. Тем более что Н.Л. Горюнова говорит о динамике экрана как основе экранной образности³⁶. Однако понятие «модели мира» для телевидения тоже не точно, так как телевидение мир не моделирует. Если режиссер кинофильма стремится к созданию целостной художественной картины мира, проявляющейся в художественном образе, то говорить о создании художественного образа на телевидении можно лишь применительно к

³⁰ Дробашенко С. Феномен достоверности. Очерки теории документального фильма. М., 1972.

³¹ Он же. Пространство экранного документа. М., 1986.

³² Рошаль Л.М. Мир и игра. М., 1973.

³³ Михалкович В.И. Указ. соч.

³⁴ Прожико Г.С. Концепция реальности в экранном документе: Дисс. ... докт. искусствоведения. М., 2004.

³⁵ Разлогов К.Э. Искусство экрана: от синематографа до Интернета. М., 2010; Новые аудиовизуальные технологии: учебное пособие / отв. ред. К.Э. Разлогов. М., 2005.

³⁶ Горюнова Н.Л. Художественно-выразительные средства экрана. М., 2000.

Конец ознакомительного фрагмента.
Приобрести книгу можно
в интернет-магазине
«Электронный универс»
e-Univers.ru