

ВСЕРОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ КИНЕМАТОГРАФИИ
имени С.А. ГЕРАСИМОВА

На правах рукописи

УДК 792.8

ББК 76. 032

Ч 602

ЧИКИРИС Андрей Геннадиевич

Телевизионное вещание.
Формирование зрительского восприятия

Специальность 17.00.03 – Кино-, теле- и другие экранные искусства

Автореферат

диссертации на соискание ученой степени
кандидата искусствоведения

Москва, 2007

Работа выполнена на кафедре кино,- теле- и другие экранные искусства
Гуманитарного института телевидения и радиовещания им. М.А. Литовчина.

Научный руководитель: кандидат искусствоведения,
доцент Дымшиц Н.А.

Официальные оппоненты: доктор искусствоведения,
профессор Разлогов К.Э.

кандидат искусствоведения,
доцент Ключева Л.Б.

Ведущая организация: Всероссийский научно-исследовательский институт
киноискусства (г. Москва).

Защита состоится « ___ » _____ 2007 г. в ___ часов
на заседании Диссертационного совета Д 210.023.01 во Всероссийском
государственном институте кинематографии имени С.А. Герасимова
по адресу: 129226, Москва, ул. Вильгельма Пика, 3, ВГИК.

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке Всероссийского
государственного института кинематографии имени С.А. Герасимова.

Автореферат разослан « ___ » _____ 2007 г.

Ученый секретарь

диссертационного совета

кандидат искусствоведения, доцент

Яковлева Т.В.

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

АКТУАЛЬНОСТЬ ТЕМЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Глобальное наступление цифровых информационных технологий требует пересмотра роли и потенциала телевидения как основного и ведущего источника аудиовизуальных образов мира.

Состояние современной культуры, политики, экономики и образования напрямую корреспондируется с информационной картиной, создаваемой телевидением, несущим ответственность за возникающие глобальные последствия своей деятельности.

Телевидение остается основным потребителем всех имеющихся технологий создания образов реальности, являясь, по существу, источником образов, составляющих в совокупности картину мира.

Чрезвычайно обширный телевизионный инструментарий призван решать задачи воздействия на восприятие телезрителя, на его сознание и психоэмоциональную сферу. Телевидение выступает площадкой для апробации новых форм этого влияния. Отправной точкой в исследовании типов и моделей телевидения в этой работе станет эстетическая составляющая механизмов влияния на восприятие телезрителя как основной элемент манипуляции массовым сознанием.

На фоне многообразных проблем малого экрана целесообразно обратить внимание на одну, казалось бы, частную, проблему. Это утреннее вещание, на которое, по традиции, возлагается ответственность за формирование оптимистической картины мира для обширной телеаудитории, что ставит утреннее вещание в оппозицию всему следующему за ним в течение суток телевещанию.

Актуальным представляется здесь комплексный подход на основе анализа опыта искусства и культуры экрана для обоснования используемых в работе понятий культурной и эстетической зависимости.

Введение в практику и теорию телевидения дополнительного методологического инструментария позволит предложить конструктивный подход в решении эстетических проблем телевидения.

Исследование затронутых в диссертации вопросов, опирающееся на опыт искусствоведения, требует привлечения выводов таких в частности дисциплин, как культурология, философская антропология и социопсихология.

Эстетическая и этическая составляющие на телевидении в большей степени, нежели в классических искусствах, обусловлены и детерминированы законами и механизмами восприятия, сформировавшимися в течение всей истории эволюции образного мышления. Способы и методы художественного влияния, постоянно заимствуемые у кинематографа, расширяя возможности телевидения, регулярно пополняют инструментарий манипулирования сознанием телезрителя. Хотя именно кинематограф в последние десятилетия выявляет рост дегуманизации телевидения (например, рефлексия телевидения в таких «жестких» картинах, как «Видеодром» Дэвида Кроненберга, «Прирожденные убийцы» Оливера Стоуна, «Электрошок» Уэса Крэйвена, «Таксист» Мартина Скорсезе, «Преступный репортаж» Бертрана Тавернье).

Художественное в кинематографе становится в телевидении эстетикой в том смысле, в каком трактует этот процесс Ж.Бодрийяр¹: то есть, когда единичное, уникальное, отмеченное авторством в кино, превращается в тиражированное, обезличенное, стереотипное в телевидении.

А ведь всего полвека назад М.И. Ромм в футурологическом эссе «Поглядим на дорогу» пророчил телевидению «могучее будущее» именно «в области живого репортажа и общения со зрителем». «Я не сомневаюсь, – писал режиссер, – что в ближайшие десятилетия телевизор займет прочное место в

¹ Ж. Бодрийяр: «Подобно тому, как семиологический порядок приходит на смену символическому, категория эстетики заменяет (и уничтожает) категорию красоты. Эстетика, бывшая некогда теорией форм прекрасного, сегодня стала теорией обобщенной совместимости знаков, теорией их внутреннего согласования (означающее/означаемое) и их синтаксиса» (К критике политической экономии знака. – М., Библион, 2004. С. 235).

области духовной культуры человечества»². Провидчество М.И. Ромма оказалось фатальным, ибо телевидение по отношению к современной культуре откровенно тоталитарно.

ОБЪЕКТ И ПРЕДМЕТ ИССЛЕДОВАНИЯ

Объектом исследования в данной работе стала эстетическая зависимость, напрямую соотносимая с индивидуальным стилем, регулирующим отношения автора и его произведения, а также автора и зрителя.

Предметом исследования являются эстетические аспекты экранной коммуникации, аккумулировавшей художественный опыт мировой культуры, и практика современного телеэкрана, в частности, утреннего вещания.

ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ИССЛЕДОВАНИЯ

Агитационные возможности экранных искусств трудно переоценить. «Главная задача кинематографа, – писал А.Луначарский еще в 1919 году, – в его научной и в его художественной отрасли заключается в пропаганде. <...> Кинематограф <...> является, с одной стороны, наглядным вызовом при распространении идей, с другой стороны – путем внесения в него черт изящного, поэтического, патетического и т.д., способен затрагивать чувства и является, таким образом, аппаратом агитации»³.

Цель настоящего исследования состоит в выявлении онтологической связи художественного восприятия и эстетической зависимости. Анализу подвергаются экранные искусства (в частности, игровой кинематограф и информационное вещание современного ТВ) в свете исторической рецепции.

В задачи исследования входит рассмотрение телевизионной зависимости как частного случая эстетической зависимости. Телевизионная зависимость базируется на постоянной потребности публики в новизне, сенсационности

² Ромм Михаил. Беседы о кино. – М., Искусство, 1964. С.244, 245.

³ Луначарский о кино. – М., Искусство, 1965. С. 20.

информации, поданной средствами экранных искусств, и в основе своей опирается на принцип повторения. Это и позволяет манипулировать сознанием телезрителя.

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКАЯ ОСНОВА РАБОТЫ

В основе работы – системно аналитический и исторический подходы. В рассуждениях о сущности кино, в исследовании проблем экранной коммуникации и художественного восприятия автор опирался на труды отечественных и зарубежных ученых: А. Базена, М. Бахтина, А. Бергсона, Ж. Бодрийяра, Л. Выготского, Г. Гачева, Ж. Делёза, Р. Ингардена, З. Кракауэра, А. Леонтьева, Ю. Лотмана, М. Мерло-Понти, Ю. Тынянова, П. Флоренского, С. Эйзенштейна, К.Г. Юнга, Р. Якобсона, Х.-Р. Яусса.

В осмыслении актуальных проблем современного телевидения используются теоретические разработки Ю. Богомолова, А. Вартанова, М. Маклюэна, В. Михалковича, К. Разлогова, Н. Хренова, а также результаты социологических опросов и контент-анализов, проводимых на протяжении последних десятилетий авторитетными институтами и группами.

НАУЧНАЯ РАЗРАБОТАННОСТЬ ПРОБЛЕМЫ

Проблемы коммуникации и восприятия постоянно осмысливаются различными отраслями как отечественной, так и зарубежной науки. Эти проблемы имел в виду С.Эйзенштейн, когда формулировал то, что назвал «Grundproblem», «основная проблема»: при создании образа художник опирается одновременно на высшие ступени человеческого сознания и на первичные формы чувственного мышления, возникшие на заре человечества. «Воздействие произведения искусства, – говорил он, – строится на том, что в нем происходит одновременно двойственный процесс: стремительное прогрессивное вознесение по линии высших идейных ступеней сознания и одновременно же проникновение через строение формы в слои самого

глубинного чувственного мышления. Полярное разведение этих двух линий устремления создает ту замечательную напряженность единства формы и содержания, которая отличает подлинные произведения»⁴.

Огромный вклад в изучение коммуникации принадлежит представителям Тартуской школы и, прежде всего, Ю.Лотману, чье понятие *автокоммуникация* используется в настоящем исследовании.

Различные аспекты указанной проблемы в разное время разрабатывались целым рядом известных представителей отечественной науки, таких как М. Бахтин, Л. Выготский, Г. Гачев, А. Леонтьев, А. Лосев, А. Лурия, А. Пятигорский, П. Флоренский. Этот ряд продолжен в академических исследованиях: Н. Хренова (Социально-психологический аспект взаимодействия искусства и публики. 1981), В. Петренко (Психосемантика сознания. 1988), Ю. Цивьяна (Историческая рецепция кино. Кинематограф в России 1896-1930. 1991), В. Михалковича (Очерк теории телевидения. 1996) и др. Свою лепту в изучение проблем экранной коммуникации внесло недавно выпущенное в свет учебное пособие под редакцией К. Разлогова (Новые аудиовизуальные технологии. 2005).

Проблематика коммуникации и художественного восприятия широко представлена в трудах крупных зарубежных ученых, таких как К.Г. Юнг, А. Бергсон, З. Кракауэр Ж. Бодрийяр, Р. Ингарден, Х.-Р. Яусс, Р. Якобсон, Н. Хомский, М. Мерло-Понти и, наконец, Ж. Делёз, к классическому труду которого «Различие и повторение» апеллирует предлагаемое исследование.

НАУЧНАЯ НОВИЗНА ИССЛЕДОВАНИЯ

В данной работе предпринята попытка обозначить болевые точки сегодняшнего телевидения и наметить пути их преодоления.

⁴ Эйзенштейн Сергей. Выступление на Всесоюзном творческом совещании работников советской кинематографии // Избранные произведения в шести томах. Т.2. – М., Искусство, 1964. С. 120-121.

«Бог телевидения» сегодня – рейтинг. Рейтинг дает рекламу, реклама делает деньги. Что же работает на рейтинг? В первую очередь, насилие и жестокость. Именно тягой публики к негативному объясняется засилье криминальных программ на сегодняшнем ТВ. Возникает порочный круг: спрос делает кассу, касса определяет спрос. Ситуация обострена до предела. Может быть, самый тревожный, но закономерный симптом – отсутствие на нашем телевидении детского вещания: на нем ведь деньги не сделать.

Одним из возможных шагов в преодолении нарастающей этической деформации общества нам видится расширение применения подходов, используемых в программах утреннего телевидения, призванного противостоять негативной тенденции основного массива телепрограмм.

Предложенный в данном исследовании подход к решению актуальных задач ТВ представляется не только новым, но и насущно необходимым. Опираясь на современные теории экранной коммуникации, он учитывает не только содержательную сторону вещания, но и формальную.

Диссертация вводит в научный оборот понятие «культурно-эстетическая зависимость», лишая негативного оттенка термин, пришедший в культурную среду из медицинского дискурса. Мы не в силах «отменить» эстетическую зависимость, лежащую в основании всех способов манипулирования зрителем. Ведь она – будучи частным случаем зависимости, то есть условием всякой жизнедеятельности, является органической составляющей сознания. Однако мы в состоянии сменить вектор предпочтений, заменив одни зависимости другими – в целях формирования и сохранения устойчивой позитивной картины мира.

ПОЛОЖЕНИЯ, ВЫНОСИМЫЕ НА ЗАЩИТУ

На защиту выносятся следующие положения:

Истинность телевизионного сообщения напрямую коррелируется с телевизионной формой подачи этого сообщения в эфир.

Телезависимость есть результат воздействия на восприятие телезрителя на неререфлексируемом довербальном уровне и имеет эстетическую природу.

Устойчивость традиции в художественной культуре является эстетической зависимостью в коммуникации между традицией – художественным кодом – зрителем, а возникновение новации становится возникновением новой зависимости между автором, художественным кодом и зрителем.

Избежать манипуляции невозможно, но можно изменить ее содержание.

ТЕОРЕТИЧЕСКАЯ И ПРАКТИЧЕСКАЯ ЗНАЧИМОСТЬ ИССЛЕДОВАНИЯ

Результаты исследования могут быть применены для выработки принципов государственной культурной политики в отношении телевизионного вещания и использоваться как в практике телевидения, так и в теоретических исследованиях проблем функционирования экранной культуры, а также в вузовских курсах лекций по теории экранных искусств. Сформулированные в диссертации подходы к пониманию восприятия могут быть востребованы при разработке новейших теорий телевидения.

АПРОБАЦИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ

Двадцать лет работы в рекламных компаниях, на радио и на телевидении (в частности художественная разработка и запуск утреннего канала на ТВЦ, информационно-аналитические программы на Первом канале) предоставили автору данного исследования богатый материал, легший в его основу, и позволили на практике убедиться в необходимости постановки и незамедлительного решения вопросов, поднятых в нем.

Материалы данного исследования были использованы в рамках практических занятий со стажерами на телевидении, практикумов и лекций по технологиям PR, а также в цикле мастер-классов в Гуманитарном институте телевидения и радиовещания им. М.А. Литовчина (ГИТР).

Ряд материалов лег в основу докладов на конференциях Государственного института искусствознания и ГИТРа.

СТРУКТУРА ДИССЕРТАЦИИ определяется задачами исследования. Диссертация состоит из введения, четырех глав, заключения и библиографии.

СОДЕРЖАНИЕ И ОСНОВНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ

Во Введении дано обоснование выбора темы, ее актуальности, определены объект и предмет исследования, его методологическая основа, сформулированы цели, задачи, раскрыта научная новизна и практическая значимость работы, изложена ее структура.

Глава I «Эволюция механизмов восприятия от индивидуума к творческой личности»

«Социокультурная роль телевидения в полной мере обнаружила себя в тот период, когда телевизионная аудитория из точечной или экспериментальной превратилась достаточно быстро в массовую, а затем — всеобщую»⁵, — заметил К.Разлогов в середине 90-х, датировав начало этого процесса 50 – 60-ми годами. В течение полувека телевидение наращивало потенциал, ширилось, видоизменяло структуры каналов, все больше втягивая в свою орбиту публику, обрекая ее на телезависимость. В начале 90-х наше телевидение обрело электоральную функцию вследствие способности влиять на общественное мнение (на Западе это произошло раньше), но ориентировалось по-прежнему на «безымянную» массу, на всеобщую аудиторию.

Сегодня исследователи констатируют, что период традиционного телевидения, когда есть несколько доминирующих каналов general entertainment, доживает последние годы. Через несколько лет практически весь мир перейдет на цифровое телевидение. Спутники, кабель резко расширяют и

⁵ Разлогов К. Пришествие телевидения // Искусство кино, 1997, № 2. С.57.

дифференцируют телевизионное пространство. Становится бессмысленно наращивать однотипные каналы.

Ближайшее будущее телевидения связано с так называемыми нишевыми каналами, которые – в отличие от эфирных, ориентированных на абстрактную массу – выстраивают свою политику, исходя из интересов и потребностей группы индивидов. Это более сложная, но более эффективная работа, требующая привлечения специалистов самых разных профилей, способных привязать свою аудиторию к каналу настолько, чтобы она начала жить его интересами, наращивая прибыль владельцев канала. Манипуляция становится вычисленной, ориентированной. Всё это требует немедленного реагирования – во имя сохранения гуманистических ценностей. Необходимо понять, где, на каком этапе процесса восприятия можно вмешаться и скорректировать объективно существующую и неотменимую манипуляцию сознанием телезрителя.

В рамках данной работы рассматривается только феномен художественной реальности с тем, чтобы выявить возможности и инструментарий влияния на внутреннюю реальность *Я, возникающую в коммуникации с произведениями искусства*. В главе исследуются пути и механизмы возникновения индивидуальности на разных стадиях развития восприятийного аппарата.

Принцип индивидуации опирается на концепцию повторения, разработанную Ж.Делёзом в его фундаментальном труде «Различие и повторение», где французский философ исследует повторение как основополагающий принцип формирования сознания.

Именно идея повторения позволяет развернуть ключевое для данного исследования положение о зависимости, приобретающей универсальный характер для всего живого.

В контексте повторения принцип формирования первичных реакций восприятия входит как структурообразующий в формирование *Я* и проявляется

впоследствии в качестве характерологических особенностей личности как особенности ее творческого профиля.

В данной работе концепция *Я* исследуется в опоре на концепцию *Я* Ж. Делёза и рассматривается как система дуальности: *Я* и *Иное*, где *Иное* – это окружающий мир, отраженный в *Я*. Напряжение, возникающее между *Я* и *Иным*, порождает и формирует внутреннюю реальность. Эта реальность может носить как характер искаженного, частичного отражения окружающей *Я* действительности, так и автореферентный виртуальный характер, который у Делёза именуется фантазмами. Реальность, порожденная *Я*, служит полем самоидентификации *Я*, а потому неразрывна с ним, ставя его в положение зависимости от собственного же порождения.

Любой акт первичной перцепции, начиная резонировать в организме, либо гасится, либо возводится в возбуждение, которое входит неререфлексируемым, неотслеживаемым стимулом со всевозможной степенью интенсивности, направленности в бессознательное, то есть оказывается спусковым механизмом индивидуального восприятия.

Весь объем информации в перцептивном поле организуется в некий неререфлексируемый комплекс, осознающийся – после трансформации и трансляции его в сознание – как непреложная данность, при этом осознающийся целиком, без возможности быть разъятым на первичные ощущения в очередности их поступления органам чувств. Этот комплекс уже перцептивный опыт, феномен восприятия, программа построения семиозиса, которой сознание подыскивает имя, не задумываясь ни на мгновение о законности его рождения, то есть, не различая иллюзии внутренней реальности и объективной картины действительности, возможной лишь в результате строгой последовательной рефлексии феномена восприятия. Первым основанием самоидентификации *Я* и выделения им себя из окружающей действительности является неререфлективная внутренняя реальность, находящаяся в непрестанном становлении и в силу этого обладающая творческим потенциалом.

Предложенная схема формообразования индивидуальности оказывается исчерпывающей в понимании творческого почерка и творческого стиля, который складывается, с одной стороны, из неупорядоченных данных, поступающих извне, преобразуясь в ощущения, а с другой – устойчивой системой реакций бессознательного характера, носящих глубоко индивидуальный характер.

Воспроизводя, раз за разом, внутреннюю реальность и воплощая ее в творческом процессе, художник обретает свой неповторимый художественный стиль как только ему присущую манеру изложения, где своеобразие темпа, ритма, логики, ассоциативности, синтаксиса, метафорики, идиоматики образуют в целом творческий почерк. Творческий почерк опознается аудиторией, публикой, зрителями от произведения к произведению. Эффект ожидания и переживание узнавания художественного стиля входит в существо эстетической эмоции.

Основные характеристики творческого почерка опознаются как культурный код и являются связующим звеном в коммуникации автора и зрителя. Эти коды могут располагаться не только в лингвистическом слое (как в лексике: выбор знаков, символов, – так и в синтаксисе: порядок изложения, уровень и характер связей, иерархия знаков), но и в долингвистическом (ритм, тембр, интенсивность, траектория, вектор и пр.).

История искусства располагает бесконечным количеством примеров взаимозависимости художественной культуры и ее носителей по уровню знания и интерпретации культурных кодов, смена которых зачастую носит откровенно стрессовый характер. Эта зависимость от культурных кодов есть не что иное, как стремление к стабильности художественной культуры, чем объясняется устойчивость, традиционность культурных кодов.

Именно на дознаковом, дословесном пути, в сфере невербального, в поле перцептивности, на уровне кодов возможно вмешательство извне с целью задать определенный вектор, направление всему тому, что в последующем оформится как знак, и именно в период становления знака на пути

смыслообразования, как правило, будет иметь успех манипуляция с формой. Как раз на том перцептивном уровне, на той глубине восприятия, где невозможен контроль и рефлексия, но уже возникают культурные коды.

Таким образом, устойчивость традиции в художественной культуре является эстетической зависимостью в коммуникации между традицией – художественным кодом – зрителем, а возникновение новации становится возникновением новой зависимости между автором, художественным кодом и зрителем. И в той, и в другой ситуации художественный код как асемантическая фигура обязательно содержит в себе долингвистический перцептивный слой, который составляет структурообразующий элемент кода. В акте коммуникации именно этот нерелексируемый долингвистический слой обращен к бессознательному зрителя и включается в качестве императивного механизма, обеспечивая характер и интенсивность эстетической зависимости.

Глава II «Онтология механизмов эстетической зависимости»

Интерпретация всегда глубоко индивидуальна, поскольку знак в художественном тексте, входя, как правило, смыслообразующим элементом в художественный символ, шире границ, заданных словарным денотатом.

В фильмическом тексте эта ситуация усложняется движением знака во времени фильма и в пространстве кадра. Это требует от зрителя опознания фильмического знака, вычленения его в движении окружающих знаков и, более того, – его проецирования в последующий кадр, выстраивания фильмической фразы параллельно движению фильма, предугадывания и предчувствия. Подобная интенсификация семиозиса преобразует восприятие фильма в несомненный творческий процесс кинозрителя, в основе которого лежит – со времен первого даггеротипа – укорененный в культуре кино эффект чуда.

Эффект чуда лежит в основании кода кино. Сегодня, спустя сто лет после люмьеровской демонстрации поезда, прибывающего к вокзалу Ла Сиота, эффект чуда наполняет собой кинозалы и сопровождает коммуникацию кинозрителя и экрана, что свидетельствует, прежде всего, о принадлежности кино сфере

иррационального, спутника чистого искусства. Эмоциональное состояние зрителя оказывается результатом программируемого эффекта обратной связи в экранной коммуникации, где коммуникантами выступают не зритель и автор фильма, а зритель и экран, поскольку именно экрану как медиатору зритель адресует свое эмоциональное состояние. Словом, экранная коммуникация предполагает специфическую обратную связь и выступает в качестве прямого и непосредственного диалога между экраном и зрителем.

Таким образом, программируемый эффект обратной связи в экранной коммуникации оказывается программированием не только зрительской реакции, но и кинозависимости.

Эстетическая зависимость представляет собой оборотную сторону автокоммуникации. Автокоммуникацией Лотман называет состояние информации, которая циркулирует внутри *Я*. Если яacobсоновская формула *Адресант – Информация – Адресат* предполагает, что адресант и адресат – это *Я* и *Он*, то информация, идя от индивида к индивиду, перемещается, по Лотману, в пространстве.

Когда же движение информации предполагает идентичность адресанта и адресата, например, *Я* и *Иное*, то изменение информации происходит во времени, возникает эффект автокоммуникации, который влечет за собой изменение *Я*. Продолжив лотмановскую концепцию принципом цикличности, когда информация не выходит за пределы *Я*, мы получаем эффект зависимости. Повторяясь и повторяясь внутри *Я*, информация изменяет *Я* в сторону продолжения начавшегося процесса «заикливания».

Таким образом культурный код закрепляется в сознании, то есть становится кодом именно в силу закреплённости, опираясь на принцип автореферентности. Самореференция *Я* выступает гарантом эстетической зависимости и как всякая зависимость оказывается относительно устойчивой в каждом индивидуальном случае и при разрушении вызывает эффект фрустрации в силу смены одного кода другим.

Истинный смысл влияния искусства на художественное восприятие, заложенный в природе филогенеза и понимаемый как магия пропорций, был раскрыт на протяжении художественной истории человечества и обосновывался с математической точки зрения. Эти открытия в культуре носили названия числа π , музыки сфер (Пифагор), золотого сечения, Божественной пропорции (Леонардо да Винчи, Лука Пачиолли). Конические сечения (эллипс, парабола, гипербола), на которые опирался Лейбниц, то есть коэффициенты числовых последовательностей, не только описывали формирование и структуру всякой органической формы, но и лежали в основе всех отношений макро- и микромира и, следовательно, воспринимались сознанием как естественные, то есть, не требующие специальной подготовки для их восприятия. Подобное влияние закрепляется в культуре и в искусстве как числовая магия и герменевтика искусства.

С конца XIX века происходит десакрализация романтической традиции творческого процесса. В частности возникает концепция промышленной эстетики, реализованной в индустриальном производстве предметов искусства и культуры; происходит отчуждение творческой личности и изыскиваются инструментарии воздействия на массовое восприятие на основании обобщения опыта мирового искусства; возникает культура дизайна.

Дизайн, актуализировав творческие решения, составившие всю грандиозную историю искусства, эксплуатируя художественные приемы, манеры и т.д. с целью извлечения максимального эффекта художественного воздействия на восприятие, перевел методологию творческого поиска в стратегию компиляции и перебора стереотипов. Используя технологии тиражирования и повторения, дизайн получил доступ к влиянию и воздействию на массовое сознание на асемантическом уровне, в поле культурных кодов.

Бодрийяр, анализируя процесс дизайна, обосновывает концепцию производства знаков формированием окружающей предметной среды, где окружение оказывается приоритетным по отношению к человеку, контролируя и определяя его сознание и деятельность. Окружение, таким образом, оказывается

продуктом индустрии знаков, где знаки, заменив вещи, стали товаром, который поставляет дизайн. Концепции дизайна лежат в основании механизмов индустрии знаков и производства зависимости от этих знаков.

В основании всех форм влияния на массовое и индивидуальное сознание по умолчанию присутствует долингвистический аспект, обеспечивающий эффективность инструментам влияния и манипуляции сознанием, основной целью которых является формирование зависимости.

При взгляде на эстетическую зависимость в аспекте коммуникации кино просматривается трехслойная структура, которая представляет собой три ипостаси фильма: фильм как означаемое, фильм как знак и фильм как символ.

Фильм как означаемое непосредственно характеризует коммуникацию как акт сотворчества, где зритель параллельно автору фильма пытается сконструировать в фильмическом движении последующий план, последующий кадр, финал фильмической истории и т.д. Отождествляясь с разворачивающимся диегезисом, кинозритель в потоке означающих, увлекающих его к катарсису, переживает означаемое как событие собственного Я. В границах феноменологии означаемое фильма становится моментом судьбы кинозрителя, фактом его внутренней жизни.

Коммуникация не заканчивается с окончанием сеанса, но продолжается, как и не начинается с началом демонстрации фильма, поскольку реклама кино, киноафиша, любая PR-акция по отношению к фильму, предваряя сеанс, вводит зрителя в некий контекст фильма, равно как и по окончании сеанса фильм продолжает существовать как тема интерпретаций, как знак кинокультуры.

В третьем слое коммуникации фильм выступает в роли символа, где его содержание редуцируется к его имени и в таком качестве входит в культурный контекст как содержание дискурсов, выходящих далеко за пределы кино, вписывая имя фильма в контексты идеологии, политики, экономики, социологии и истории.

Все три слоя коммуникации, формируя кинозависимость, опираются на повторение как базовый элемент асемантического слоя и автокоммуникацию как основу зависимости.

Глава III «Эстетические пространства кино и телевидения в проблематике художественного восприятия»

Вопросы, относящиеся к различению типологии кино и телевидения, выявляя базовую оппозицию кино и телевидения как оппозицию искусства и неискусства, выражены, прежде всего, в оппозиции принципов означивания. Если кино вовлекает кинозрителя в сотворческий процесс, где означивание как зрительская инициатива является самой сутью коммуникации в кино, где кинозритель, коммуницируя с экраном, отождествляется с его диегезисом, то в случае телевидения все происходит принципиально иначе.

Телевидение не только не вовлекает телезрителя в процесс означивания, – оно исключает его из этого процесса, предлагая и навязывая ему собственный телевизионный семиозис. Таким образом, зритель оказывается трансцендентен телевизионному диегезису. Зритель из сотворца в кино становится потребителем новостей и сенсаций в телевидении, где в роли потребителя телепродукции оказывается заложником телевизионного маркетинга, участником индустрии потребления информации и развлечений.

Оппозиция кино и телевидения происходит на фоне нарастающей панэкрании, где количество экранов (ТВ, Интернет, компьютер, видеоигры, игровые автоматы, мобильные телефоны, мониторы спецоборудования, табло и пр.) превышает количество пользователей. Тем самым резко увеличивается зависимость населения от экранной коммуникации, где телевидение пока все же занимает лидирующие позиции. В скором будущем (в ближайшем десятилетии), в связи с нарастанием цифровых технологий, телевидение будет поглощено Интернетом, став очередным Интернет-ресурсом.

Сегодня панэкрания распространяется не только на все виды деятельности, но и на жизнь человека в целом. Создавая свою собственную

телевизионную реальность, телевидение действует по принципу дизайна, используя художественные средства воздействия на восприятие – в лингвистическом перцептивном слое. Тем самым превращает вещание в навязывание поведенческих стереотипов, диктуя образ жизни, формируя массовое сознание, и, внушая иллюзию свободы, предопределяет выбор.

Процесс демократизации в обществе усиливает роль возможности и необходимости института выбора. Тем самым, подогревается интерес к механизмам влияния на тот или иной выбор и к контролю над выбором, где бы он ни реализовывался – в супермаркете или в бюллетене для голосования.

Телевидение не имело бы такой силы, если бы не его способность артифицировать реальность. Причем артифицированный фрагмент действительности, транслируемый на телеэкране, превращается в символ этой действительности. Поток телереальности, поток телевизионных символов симулирует действительность, создает ее симулякры. Термин, введенный Бодрийяром относительно современного бытия, полностью иллюстрируется телевидением – как в границах всемирного телевидения, так и в рамках каждой отдельной передачи.

Основным инструментом симуляции действительности на ТВ служит негативная информация, которая требует меньше энергии для аргументации и вызывает больше доверия, поскольку симулирует «правду», «настоящность», «факт». Негативная информация становится метаязыком истинности телевизионной реальности. Сила и мощь влияния негатива на телевидении заключены в эстетизации негативной информации всеми средствами художественного воздействия.

Так складывается определенная эстетика сегодняшнего телевидения, оказывающая разрушительное действие на психику зрителя и формирующая устойчивую зависимость от атмосферы скандальности, болезненной сенсационности, созерцания катастроф, физиологических подробностей, трупов, останков и пр. В результате телезритель, в погоне за «правдой» будучи вовлечен в водоворот подобной телепродукции, утрачивает способность

сострадать, сопереживать, оказывается в ситуации, когда катастрофа, теракт, война и смерть – только очередное шоу в потоке телевизионной информации. Негативная информация становится метаязыком истинности телевизионной реальности, а усиленная художественными средствами, она обретает характер эстетической реальности и превращается в художественный объект. Учитывая ее огромное влияние на восприятие массовой аудитории, можно утверждать, что происходит манипуляция массовым сознанием в сторону искажения действительности – с очевидным негативным оттенком. Так лишенный опоры на позитивные ценности, легко разрушаемые прививаемым скепсисом, телезритель становится зависимым от телевидения, которое, артифицируя реальность, манипулирует его настроением, психологическим статусом, объемом мировоззрения и направлением мыслей.

Все сказанное об артификации реальности, о симуляции действительности и негативной информации в непосредственной степени относится к вечернему и ночному вещанию и, прежде всего, к информационным выпускам.

Глава IV «Эстетика за пределами художественного как проблематика телезависимости»

Информационное пространство, в частности, телевизионное, не являясь территорией художественного, тем не менее, вынуждено опираться на художественные практики, вобравшие в себя опыт истории искусства, в условиях, где дизайн информационного пространства выполняет сугубо прикладную суггестологическую функцию.

Задача телевизионного дизайна, оперируя художественными средствами, сформировать устойчивую телезависимость.

Восприятие телезрителя, атакованное вечерним и ночным телевидением, оказывается недостижимым для утреннего вещания, в задачу которого входит протекторная психологическая функция, способная гарантировать работоспособность и психологическую адекватность телезрителя весь предстоящий рабочий день. Таким образом, утреннее вещание поставлено перед

необходимостью разблокировать сознание телезрителя в его зависимости от негативной информации, несколько часов обрабатывавшей его психику накануне.

В этой связи необходимо подчеркнуть, что эта оппозиция всему прочему на пространстве телеэфира осложняется исторически сложившейся структурой утреннего вещания, в первую очередь, продиктованной условиями утреннего цейтнота, в рамках которого поступающая информация систематизируется, иерархизируется, жанрово оформляется и, наконец, выводится в эфир.

Особое значение приобретает типология личности, которая репрезентирует телевидение в качестве ведущего утреннего канала как медиатора телевизионной реальности и телезрителя.

Эта типология проводит тонкое различие в дистанции между ведущим и гостем, между лицом, приглашенным в студию, и телезрителем и, наконец, между телезрителем и ведущим, где ведущий утреннего канала, выступая от имени зрителей, эту дистанцию сокращает. Эти дистанции, находясь на асемантическом уровне, бессознательно считываясь телезрителем, создают иллюзию непосредственного общения, способствуя разнообразию и интенсивности коммуникации в телевизионной реальности. Все вышесказанное относится к инициативам утреннего вещания упрочить в утренних ритуалах коммуникации телезрителя и телеэкрана ощущения стабильности и оптимизма.

Эти усилия опираются на традиционные формообразующие элементы телевизионного вещания, занимающие в силу жанровых характеристик телеминиатюры малый объем, однако регулярность появления в эфире расширяет их функции в организации автокоммуникации. Это три повторяющихся элемента – анонс, реклама и заставка. Содержание каждого из них в рамках утреннего вещания обуславливается, с одной стороны, системными ограничениями жанрового характера, а с другой – этическими ограничениями в контексте утреннего семейного просмотра. Несмотря на малый объем времени – от нескольких секунд до минуты – эти жанры обладают колоссальной возможностью влиять на содержание телевизионной программы в

целом и на восприятие телезрителя в частности, придавая общей картине телереальности постоянно праздничный, интригующе-развлекательный характер, где телезритель будто бы обладает огромным спектром выбора, который на деле оказывается его отсутствием.

Относительность и условность свободы выбора телезрителем каких бы то ни было собственных проекций телевизионной реальности, где основной инструмент симуляции – пульт управления, дающий зрителю иллюзию выбора, оборачивается инструментом изощенной тотальной телезависимости.

Утреннее вещание не освобождает от телезависимости, но в его силах в рамках этой зависимости как данности современной культуры изменить вектор телереальности в положительную сторону. Поворот этого вектора всегда находится во власти владеющих инструментарием воздействия на массовое сознание.

В *Заключении* излагается вывод о поляризации утреннего вещания и необходимости изменения традиционных подходов в оценке роли и моделей построения утренних каналов.

Исследуя тему телевизионной зависимости, необходимо признать, что зависимость, будучи условием всякой жизнедеятельности, является органической составляющей сознания; проблема заключается в предпочтении одних зависимостей другим.

Культурная традиция являет собой недоступную рефлексии психологическую зависимость от культурных норм, дистрибуций, иерархий, предписаний, табу, ритуалов и санкций.

Эстетическая зависимость как частный случай культурной зависимости является результатом автореференции на асемантическом уровне.

Эстетическая зависимость передается в качестве культурной эстафеты, в качестве художественной традиции.

Творческая индивидуальность – результат зависимости на перцептивном уровне, носящей императивный характер и предопределяющей все влечения и

тяготения в творческом самовыражении. Творческий стиль – результат воздействия эстетического императива в сознании творца.

Художественный инструментарий влияния на восприятие, апробированный всей историей искусства, эффективен в силу перцептивности своего основания, то есть нерелексируем как для автора, так и для зрителя, поскольку работает на довербальном уровне.

Субъективность реальности – есть основание ее симулятивности. Суть всех временных искусств состоит именно в творческой работе со временем, где время, подобно глине, становится пластичным, подчиняясь законам метра и ритма, создавая особую внутреннюю реальность в соответствии с конкретными культурными кодами, представленными средствами темпоритма, тембра, интенсивности и т.д.

Это означает, что реальность артифицируется в экранной коммуникации на перцептивном, доязыковом уровне, где условием является артификация времени⁶.

Таким образом, артификация реальности – это неотменяемая данность телевидения, его имманентная составляющая, лежащая в основании инструментария манипуляции восприятием, а, значит, глубокого влияния на сознание. Задача утреннего вещания не в преодолении артификации времени, не в избавлении от инструментов влияния и манипуляции, но в использовании потенциала артификации реальности в целях создания позитивных ценностей и оптимистической картины мира.

В этой связи оппозиция утреннего вещания всему остальному телеэфиру раскрывается в задаче утреннего вещания, которая сводится к разрушению зависимости, привитой вечерним и ночным вещанием, когда негатив, насилие, скандал и проч., поданные средствами художественного воздействия, обретают

⁶ Дзига Вертов: «Глаз механический - кино-аппарат <...>, отталкиваясь и притягиваясь движениями, нащупывает в хаосе зрительных событий путь для собственного движения или колебания и экспериментирует, растягивая время, расчлняя движения или, наоборот, вбирая время в себя, проглатывая годы и этим схематизируя недоступные нормальному глазу длительные процессы...» (Киноки. Переворот // Дзига Вертов. Статьи. Дневники. Замыслы. – М., Искусство, 1966. С.56).

статус эстетического, а значит, культурно необходимого. Задача тем более трудно выполнимая, что в силу сложившейся традиции вещания возможность влиять на восприятие зрителя утреннего канала значительно меньше. Нарастающая тенденция к размыванию границ между вещанием утренним и вечерним приобретает угрожающие размеры, поэтому консерватизм в подходе к решению проблем утреннего вещания может пагубно сказаться не только на утреннем вещании, но и на всей культуре в целом.

В условиях перманентных социальных потрясений, глубоких социальных сдвигов, раздробленности индивидуальных картин мира, растущей напряженности, подогреваемой в СМИ, назрела необходимость нового подхода к утреннему вещанию, как к возможному основанию позитивной индивидуальной формы мироощущения, миропонимания и мировоззрения. Эта роль утреннего вещания как потенциально «другого» телевидения представляется сегодня чрезвычайно актуальной. Модель, предложенная утренним вещанием, может стать точкой кристаллизации нового телевидения, способного сформировать устойчивую позитивную картину мира.

Список публикаций по теме исследования

Чикирис А.Г. Сегодняшняя жизнь как телемания. Насилие на ТВ. Мысли по поводу // Научный альманах «Наука телевидения», выпуск 1. – М., Гуманитарный институт телевидения и радиовещания им. М.А. Литовчина, 2004; 0,6 п. л.

Чикирис А.Г. Двойной стандарт. Шизофрения российского ТВ // Научный альманах «Наука телевидения», выпуск 2. – М., Гуманитарный институт телевидения и радиовещания им. М.А. Литовчина, 2005; 0,5 п. л.

Чикирис А.Г. Зрелище конфликта или конфликт как зрелище // Научный альманах «Наука телевидения», выпуск 3. – М., Гуманитарный институт телевидения и радиовещания им. М.А. Литовчина, 2006; 0,5 п. л.

Чикирис А.Г. Эстетическая зависимость в опыте киноискусства // Знание. Понимание. Умение. [Научный журнал Московского гуманитарного университета]. 2007, № 1; 0,5 п. л.