

А.А.Новикова

ТЕЛЕВИЗИОННАЯ РЕАЛЬНОСТЬ

Экранная интерпретация
действительности



ВЫСШАЯ ШКОЛА ЭКОНОМИКИ
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

ВЫСШАЯ ШКОЛА ЭКОНОМИКИ
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

А.А.Новикова

ТЕЛЕВИЗИОННАЯ РЕАЛЬНОСТЬ

Экранная интерпретация
действительности



Издательский дом Высшей школы экономики
Москва 2013

УДК 791.233
ББК 85.38
Н73

Рецензент:

ведущий научный сотрудник Государственного института
искусствознания, кандидат искусствоведения *Е.В. Сальникова*

Новикова, А. А. Телевизионная реальность: экранная интер-
Н73 претация действительности [Текст] / А. А. Новикова ; Нац. исслед.
ун-т «Высшая школа экономики». — М.: Изд. дом Высшей школы
экономики, 2013. — 236, [4] с. — 600 экз. — ISBN 978-5-7598-1037-7
(в обл.).

В книге рассмотрен процесс интерпретации реальности телевидением, осуществляющийся под воздействием ряда факторов: эстетических, индустриальных, социокультурных, идеологических. Это первое в России фундаментальное исследование, рассматривающее телевидение как инструмент интерпретации реальности, а результат этой интерпретации — телевизионную реальность — как социокультурный феномен, определяющий для значительного числа зрителей их представления о мире.

УДК 791.233
ББК 85.38

ISBN 978-5-7598-1037-7

© Новикова А.А., 2013
© Оформление. Издательский дом
Высшей школы экономики, 2013

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. Оппозиция «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, продолжаются 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 шаблону, 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 телезрителей» // 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 позволяют 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, прослеживая 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 Борев 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. Эйзенштейна, как известно, проблема интерпретации действительности телевизионным зрелищем начинает интересовать 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 симулянтного (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 объектов 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. Рошалья 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 телевещания 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 переакцентирование, превращающее факты в знаки.

Первый этап — фиксация фактов на носителе (фотография, граммофонная пластинка, киноплёнка и т.д.) — приводит к увеличению информированности зрителя. Наиболее очевиден этот процесс на примере фиксации произведений искусства. В результате фиксации зритель, который приходил и приходил 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 потребовали 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 произведение 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. Бурдые говорить о том, что не показанное по телевидению можно считать не бывшим⁹.

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

⁹ Бурдые 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 своей 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 синаматографа 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.

телевизионному кино или театру, к некоторым публицистическим программам. Однако современный телевизионный контент не исчерпывается вышеназванными формами программ.

Отбор фрагментов реальности, адаптация их к специфике телевидения с использованием арсенала экранных выразительных средств, объяснение значения этих фрагментов для понимания закономерностей существования общества идет не только в художественных телепрограммах. Телевидение осуществляет процесс интерпретации реальности, который предстает в форме кодирования реальности, как обозначает это Дж. Фиск, или производства знаков, по формулировке В.И. Михалковича³⁷, во всех программах. Телевидение не столько дает целостное представление о реальности, сколько задает систему ценностных ориентаций, находящую свое воплощение в поведении разного рода экранных персонажей, в оценках экспертов и т.п. Являются эти персонажи реальными людьми или результатом работы актера, запечатлены ли на пленке конфликты, происходящие в действительности, или люди на экране разыгрывают сцены, написанные в сценарии, они всегда типизируют сложившуюся систему общественных отношений, предлагая зрителю либо эталоны, требующие подражания, либо ситуации, подвергаемые общественному осуждению.

Эталонность (или антиэталонность) обусловлена особой природой экрана, берущего «в рамочку» тот или иной факт или явление его назидательностью (наставительностью, нравучительностью). Телевидение наряду с пленочным кинематографом, видео, компьютерными играми и Интернетом, включаемое исследователями в ряд экранных искусств³⁸, способно гораздо сильнее влиять на современного человека, ориентированного во многом на визуальное восприятие культуры³⁹.

Под экранной интерпретацией реальности мы понимаем как сам процесс интерпретации, так и ее результат, который мы будем называть «телевизионной реальностью», понимая ее как часть «медиареальности». Исследования последней были начаты еще в начале XX в. У. Липманом, доказывавшим, что средства массовой информации занимаются созданием «псевдоокружающей среды», не совпадающей с эмпирической реальностью⁴⁰, и продолжают

³⁷ Михалкович В.И. Указ. соч. С. 35.

³⁸ Разлогов К.Э. Указ. соч.

³⁹ Хренов Н.А. Зрелища в эпоху восстания масс. М., 2006.

⁴⁰ Липман У. Общественное мнение. М., 2004.

до сих пор. Так В.Д. Мансурова называет совокупность производимых журналистами смыслов «журналистской картиной мира», определяя ее как «образ мира, создаваемый средствами массовой информации в результате коммуникационного взаимодействия»⁴¹. «Являясь специфическим ментальным образованием, возникающим в массовом обыденном сознании, она, — по мнению В.Д. Мансуровой, — представляет собой динамическую, сложно организованную, самоорганизующуюся систему циркуляции социального знания — информации, востребованной обществом»⁴².

Преимущественное внимание современных исследователей (Дж. Ваттимо, М. Кастельса⁴³) отдано новому этапу развития экранной культуры — Интернету, который расширяет наши возможности по отношению к реальности, ставя под вопрос саму идею единственной реальности.

Однако наша задача более узкая. Мы детально анализируем один из наиболее интересных и не теряющих свою специфику сегментов медиареальности — телевизионную реальность, которую мы понимаем как реальность, интерпретированную средствами телевидения. Причем под средствами телевидения мы имеем в виду как выразительные средства телевизионного экрана, авторские приемы отдельных режиссеров и журналистов, так и специфические законы современной телевизионной индустрии, формирование которых обусловлено меняющимися технологиями производства телевизионного контента и находится в зависимости от идеологических установок, господствующих в том или ином обществе.

1.2. Выразительные средства экрана и авторская интерпретация реальности на телевидении

Споры о том, имеет ли телевидение собственный язык или следует говорить о выразительных средствах, единых для большого (кинематограф) или малого (телевидение) экранов, начались

⁴¹ Мансурова В.Д. Журналистская картина мира как фактор социальной детерминации. Барнаул, 2002. С. 217.

⁴² Там же. С. 217.

⁴³ Ваттимо Дж. Прозрачное общество. М., 2002; Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура. М., 2000.

еще в 1960-е годы. С большей или меньшей интенсивностью они продолжались и в 1970-е, и в 1980-е годы XX в.⁴⁴ Теоретики-искусствоведы и практики-режиссеры старались доказать друг другу и всему творческому сообществу, которое в те годы действительно представляло собой единый организм, живой и неравнодушный, свою правоту. Несмотря на плодотворные дискуссии, продолжавшиеся четыре десятилетия, окончательной ясности в этом вопросе достигнуто не было.

Поначалу самым главным свойством телекамеры представлялась способность передавать внутреннее состояние человека, а не только его слова, мимику и жесты, т.е. сосредоточивать внимание зрителя на «жизни человеческого духа»⁴⁵. Товстоногов говорил тогда, что крупный план «по-новому расшифровывает само понятие мизансцены. Простой поворот головы персонажа, показанный крупным планом на телевизионном экране, может превратиться в акт, существенно меняющий смысл всего происходящего. Это не может быть увидено в театре. <...> Мимика, незначительные жесты, протекание мыслей в видимых изменениях лица персонажа — вот истинные мизансцены ТВ. Действенность мысли здесь явно преобладает над внешним действием»⁴⁶.

Затем все большее внимание стали уделять постоянно меняющимся технологическим возможностям телевидения: прямая трансляция, видеозапись и видеомонтаж, спецэффекты, компьютерный монтаж — за менее чем полвека жизни телевидения его сотрудники пережили несколько технологических революций, которые, как казалось, расширяли представления о его природе. Все эти годы телевидение в первую очередь развивалось как визуальное искусство.

Потом наступил общественно-политический кризис, сопровождавшийся периодом «гласности». Острая публицистика, поднимающая животрепещущие проблемы, не нуждалась в том, чтобы привлекать зрителя и говорить с ним на языке художественных

⁴⁴ Муратов А.С. Искусство в мерцающих колбах // Искусство кино. 1964. № 12. С. 46–55; Юровский А.А. Об искусстве телевидения. М., 1965; Сокольская А. Указ. соч.; Сабашникова Е.С. Третье рождение. М., 1982; Михалкович В.И. Изобразительный язык средств массовой коммуникации. М., 1986.

⁴⁵ Сатпак В.С. Телевидение и мы. Четыре беседы. М., 1963.

⁴⁶ Товстоногов Г. Билет в 10-й ряд // Телевидение и радиовещание. 1973. № 9. С. 11.

образов. Телевидение стало интереснее слушать, чем смотреть. Слово главенствовало над изображением.

После превращения телевидения в «большой бизнес», разговоры о его художественном потенциале, по мнению многих, потеряли смысл⁴⁷. Вместо телеспектаклей и литературно-драматических программ на экране воцарились многочисленные игры, сделанные по западным образцам и стандартам (не только содержательно, но и эстетически). Передачи снимались по строгой схеме, просчитанной продюсерами и не допускающей режиссерских «художественных вольностей». Творческие поиски и эксперименты стали уделом авторских программ, не претендующих на высокий рейтинг и предназначенных для показа в позднее время. Одна часть режиссеров при этом ориентировались на традиции и приемы, пришедшие из советского прошлого, другая — на новые для нас западные разработки. Постепенно стало очевидно, что привычный ритм монтажа изменился, так же как и критерии сочетаемости кадров, и противостоять этому невозможно. Казалось, надо забыть прошлое и начать все изобретать заново.

Однако на самом деле ни технологические, ни политические, ни экономические изменения не оказывают принципиального влияния на природу телевидения. Телевидение остается экранным искусством и имеет общие с кинематографом выразительные средства. Сегодня, как и много лет назад, их можно представить как систему, состоящую из двух соподчиненных групп⁴⁸. К первой стабильной группе относятся выразительные средства, определяющие пластику экрана: *кадр, план, ракурс, свет* (природный и полученный при помощи светотехники) и *цвет* (в том числе при черно-белом изображении). К той же первой группе принадлежат выразительные средства, определяющие аудиохарактеристики: *речь, шумы и музыка* (как студийные, так и документальные). Эти выразительные средства обусловлены природой телевидения, их перечень постоянен.

Вторая группа выразительных средств мобильна и находится в зависимости от воли и задач автора (или авторов) передачи: *монтаж, мизансцена (мизанкадр), выразительные способы съемки*

⁴⁷ Богомолов А.Ю. Между мифом и искусством. М., 1999. С. 25–33.

⁴⁸ Мы делаем это вслед за А.А. Шерелем, который, систематизируя выразительные средства радио, также предложил объединить их в две. (Подробнее см.: Шерель А.А. Там, на невидимых подмостках... М., 1993. С. 179.)

(статичная, с движением), необычные ракурсы, спецэффекты, титры, декорации и др. Этот список может увеличиваться по мере совершенствования телевизионной техники.

Представленный перечень выразительных средств телевидения (малого экрана, как его иногда называют), очевидно, ничем не отличается от выразительных средств кино (большого экрана). Различия в языке, на наш взгляд, коренятся не в выразительных средствах, а в приемах их использования. Их можно условно разделить на три большие группы — режиссерско-исполнительские (т.е. касающиеся профессиональных навыков актеров и ведущих), режиссерско-постановочные (определяющие пространство действия) и сценарно-продюсерские примеры (определяющие механизмы воздействия на аудиторию, проявляющиеся в драматургии).

Г.Н. Бровченко рассматривает драматургические средства воплощения авторского замысла наряду с экранными⁴⁹. Однако, на наш взгляд, они должны быть рассмотрены отдельно, во-первых, поскольку сценарий может считаться самостоятельным произведением искусства, а во-вторых, поскольку разработка сценария в современной телевизионной индустрии неразрывно связана с медиабизнесом⁵⁰, интересы которого учитывают в своей работе сценарист и продюсер. Разумеется, драматургические средства оказывают существенное влияние на выбор режиссерско-постановочных приемов⁵¹, но в ряде случаев на современном телевидении телепрограммы не имеют полноценного сценария, довольствуясь модульным сценарием, созданным по шаблону, предлагаемому форматом.

Специфические телевизионные приемы отрабатывались в процессе эволюции всех жанрово-тематических направлений вещания. Основным полигоном для этой работы в течение многих десятилетий были информационные программы, так как в распоряжение редакций этого направления в первую очередь выделялась новая техника. С другой стороны, в подготовке художественных, культурно-просветительских и научных программ (создававшихся, в частности, литературно-драматической редак-

⁴⁹ Бровченко Г.Н. Сценарий неигрового фильма и экранные средства воплощения журналистского замысла. М., 2009.

⁵⁰ Келлисон К. Продюсирование на телевидении. Практический подход. Минск, 2008.

⁵¹ Фрумкин Г.М. Введение в сценарное мастерство. М., 2005.

цией) часто принимали участие знаменитые театральные режиссеры и актеры, имеющие талант и профессиональный опыт. Работая над созданием телеспектаклей, они искали нестандартные подходы к материалу, придумывали художественные приемы.

Работникам прочих редакций часто было не до творческих экспериментов: им было необходимо постоянно заполнять эфир потоком передач, в которых содержательные элементы часто повторялись. Это стимулировало поиск новых приемов и форм экранного отражения схожих по сути и по внешним характеристикам событий реальной жизни. Повторяя путь, пройденный радио, телевидение достаточно быстро вводило находки художественного вещания в арсенал информационных, пропагандистских и просветительских редакций. В связи с этим влияние художественных программ на эволюцию информационных и публицистических передач представляется нам очевидным и постоянным. Вероятно, мы имеем здесь дело с одной из ведущих закономерностей развития отечественных радио и телевидения как видов творческой деятельности.

В задачи нашего исследования не входит подробный сопоставительный анализ выразительных средств кино и телевидения. Этой теме посвящено достаточно много интересных и не устаревших за прошедшие годы работ⁵². Однако одному из средств художественной выразительности, которое имеет большое значение для обоих экранных искусств (кинематографа и телевидения), — монтажу мы уделим особое внимание. Именно его специфика определила еще во второй половине XX в. и существенные расхождения в кино и телевидении, и связь телевидения с эстетикой постмодернизма. Определяющее значение монтажа для культуры в целом, для технических и экранных искусств, в частности, было осмыслено еще в начале XX в. О нем писали С. Эйзенштейн, Л. Кулешов, В. Пудовкин. «Монтаж, — писал В. Пудовкин, — я определяю для себя как всестороннее, осуществляемое всевозможными приемами раскрытие и разъяснение <...> связей между явлениями реальной жизни. Монтаж картины <...> определяет степень его (режиссера. — *А. Н.*) одаренности как художника, позволяющую превратить внутреннюю скрытую связь реальных яв-

⁵² *Михалкович В.И.* Указ. соч.; *Лотман Ю.М.* Семиотика кино и проблемы киноэстетики. Таллин, 1973; *Лотман Ю.М., Цивьян Ю.Г.* Диалог с экраном. Таллин, 1994.

лений в связь как бы обнаженную, ясно видимую. <...> Если режиссер не сумеет, пусть интуитивно, проанализировать явление, которое он хочет снять, не сумеет проникнуть в его глубину, схватить детали и одновременно понять взаимную связь, сливающую их в органическое целое, он не сумеет создать ясного изображения этого явления на экране»⁵³.

И эти размышления так же верны для телевидения, как и для кинематографа. Собственно, В. Пудовкин описывает монтаж как один из важнейших инструментов интерпретации реальности экранными средствами. И то, что для телевидения наиболее полезен немагистральный для кинематографа вид монтажа, подтверждает нашу гипотезу о том, что телевидение иначе интерпретирует реальность, чем кинематограф. Телевидению как средству массовой коммуникации необходимо было органично соединить на экране документальные и художественные видеоматериалы в рамках одной программы. Это привело к активному распространению в телевизионной практике сложного вида монтажа, который правомерно обозначить как коллаж. Это соединение разнообразных компонентов, но не разнофактурных, как обычно обозначается коллаж в искусстве (так как все они сняты на киноили видеопленку), а разных по содержанию.

Прежде чем обосноваться на телевидении, коллаж внес свою лепту в развитие классических искусств. Художники, а за ними и деятели театра еще в начале века успешно использовали этот метод в своем творчестве. Живописцы вводили в свои полотна реальные куски газет, а потом и реальные предметы. Сценический коллаж — введение в представление экранных проекций, документальных материалов, реальных вещей и механизмов — использовали Таиров и Мейерхольд, Брехт, Пискарев, Эйзенштейн и др. Это было характерно как для реализма и натурализма, так и для символизма и абстракционизма. Можно сказать, что смешение сфер реального и художественного было характерной чертой искусства начала XX в.

На телевидении метод коллажа (еще раз уточним: коллажа по содержанию) активно использовался при создании телевизионных литературных постановок и художественно-публицистических программ. Так был сделан телевизионный документальный

⁵³ Пудовкин В. Собр. соч.: в 3 т. Т. 1. М., 1974. С. 169.

фильм «Париж. Почему Маяковский?» (его создатели попытались ответить на вопрос: почему Маяковский как поэт оставался популярным не только в России, но и во Франции 1980-х), снятый в 1981 г. (режиссер В. Лисакевич, автор сценария Г. Зубков, операторы В. Бабаев, В. Степанов). На этом примере ясно видны традиционные приемы использования выразительных средств.

Фильм начинался с документальных кадров праздника газеты французских коммунистов «Юманите». Они являлись рефреном и призваны были проиллюстрировать всенародную любовь французов к русскому поэту. На экране исполнитель вот-вот должен был начать петь свою песню о Маяковском, однако вместо нее за кадром начинала звучать другая песня, а на экране появлялись экспонаты парижской выставки Маяковского «20 лет работы».

Место и время действия легко изменялись. Документальные кадры 1980-х чередовались с фотографиями пятидесятилетней давности. Актер Олег Башилов в кинопросмотровом зале читал стихи поэта и наблюдал, как на экране демонстрировались кадры парижской выставки. Кроме него был и другой ведущий — автор сценария, корреспондент советского телевидения во Франции Г. Зубков. В фильм были включены фрагменты нескольких спектаклей: балетного на музыку Сергея Прокофьева «Зажгите звезды» (хореограф Ролан Пети) о жизни Маяковского, драматического «Плешатый идей Октября» (режиссер Серж Поту) и спектакля «Клоп» Парижского театра сатиры. Для воссоздания пространства и атмосферы эпизода культурной жизни Парижа послевоенных лет использовались и хроникальные съемки, и фрагменты драматических и балетных постановок, и газетные фотографии.

Фильм строился на приеме монтажного сопоставления либо даже противопоставления (контрапункта) изображения и звукового ряда. Кинопросмотровый зал выполнял роль студии, за ее пределы можно было выйти благодаря экрану, на котором появлялись кадры, как бы расширяющие пространство. Богатство выразительных средств, которые можно отнести к группе мобильных, позволяло режиссеру фильму перейти от простой адаптации фактов к образным обобщениям, к созданию новой художественной реальности. Безусловно, в данном случае речь в первую очередь идет об авторской интерпретации реальности, так как на первом плане именно авторская (режиссерская) оценка и

творчества Владимира Маяковского, и исторической ситуации. Ведущие (и корреспондент, и актер) выражают ту же позицию, что и режиссер. В целом такой подход к созданию телевизионной программы близок к кинематографическому (в частности, к документальному монтажному кино), поэтому можно говорить о том, что в данном случае мы имеем дело с художественным осмыслением реальности.

Второй пример, который мы приведем, сделан уже в другую эпоху — в 1998 г. Несмотря на то что телевидение за эти годы коммерциализировалось, в авторских программах сохранились те приемы, которые разрабатывались на советском телевидении. В программе о любви Ивана Бунина к молодой женщине — писательнице, российской эмигрантке Ум-аль-Банин («Парижский журнал», ТВ центр, 25 июня 1998 г.), авторы пытались передать атмосферу 1940-х годов. Для этого были использованы видеоматериалы: французская и русская хроники, фотографии и вырезки из газетных статей, современные съемки Парижа и дома, где жил Бунин, выступление в кадре ведущего, рассказывающего об истории любви; аудиоматериалы — озвученные актерами письма Бунина и бакинской красавицы о судьбах России, русской эмиграции и литературы, озвученные фрагменты воспоминаний, высказывания советских журналистов, освещавших приезд в Париж К. Симонова, звукозапись речи Симонова о задачах русских писателей, точная и русская музыка, мелодии французских шлягеров послевоенных лет, голос Бунина, читающего собственные стихи. Прием монтажного сопоставления либо противопоставления (контрапункта) изображения и звукового ряда снова был определяющим (например, на экране Монмартр, Эйфелева башня и негр, продающий сувениры, а за кадром звучит русская песня «Ой ты, степь широкая...» или стихи Бунина). И все же смысловым центром программы являлась фигура постоянного ведущего — писателя и переводчика Бориса Носика. Каждая передача построена так, что зритель как бы смотрит на реальность, воссоздаваемую на экране, его глазами. Коллажный монтаж этому никак не препятствует, напротив, позволяет более свободно интерпретировать реальность.

Интересно, что с 2008 г. программа «Парижский журнал», перебравшаяся с ТВЦ на канал «Культура» и много лет выходявшая без существенных изменений, осталась без автора-ведущего.

Отказ от авторского взгляда на реальность аргументировался ее продюсером Т.А. Александровой следующим образом: «Мы решили отказаться от ведущего, стали привлекать больше архивных материалов, приглашать больше участников. Если раньше в основе передачи лежали какие-то истории, то теперь на первый план выходит личность героя передачи»⁵⁴.

Отказ от авторского взгляда Бориса Носика не привел к полному исчезновению какого бы то ни было авторского взгляда создателей передачи на реальность. Функции автора просто перераспределились между режиссером, продюсером и т.д. Однако такой подход предполагает большую полифоничность и возможную противоречивость интерпретаций. У зрителя создается ощущение большей объективности программы, возможности не выслушивать мнение одного человека, а, сопоставив мнения разных людей, составить свое. Безусловно, это во многом иллюзорная свобода, так как режиссерский монтаж программирует восприятие зрителей, и все же современный зритель ждет от телевидения уменьшения назидательности.

Это, впрочем, не означает, что все современные телевизионные передачи отказываются от автора-ведущего. Напротив, фигура журналиста-ведущего чрезвычайно важна как для специальных репортажей, так и для журналистских расследований. Так, в специальных репортажах А. Лошака журналист стремится к безоценочной позиции автора, оставляющей некоторую свободу для зрительской интерпретации реальности. В качестве иллюстрации мы проанализируем сделанный корреспондентом А. Лошаком выпуск программы «Профессия — репортер», вышедший в эфир 9 декабря 2006 г. под названием «Реальные пацаны».

Специальный репортаж (на сайте обозначен как фильм) «Реальные пацаны» посвящен истории становления и развития движения гопников в России. В самом начале фильма А. Лошак формулирует задачу рассказа о неформальных молодежных объединениях: «Мы хотим рассказать, к чему это приводит». Авторы анонсируют свою работу следующим текстом: «Не говори “гоп”, пока не нарвался на них. Гопники. Современные босяки или псы городских окраин? Улицы подбитых фонарей и тайны знамени-

⁵⁴ Парижский журнал // Официальный сайт канала «Культура». История на телеканале «Культура». Передачи. <<http://www.tvkultura.ru/page.html?cid=926>>

того движения люберов. Как Люберцы закалили молодежных вожаков? И кем стал знаменитый доктор Любер? “Реальные пацаны” — фильм Андрея Лошака»⁵⁵.

Рассказ о первых послереволюционных годах, когда в Петрограде было открыто первое в стране общежитие для приезжих рабочих, или «городское общежитие пролетариата» (сокращенно ГОП), сделан с помощью коллажа хроники, фотографий и современных съемок города. По версии Лошака, именно это общежитие дало название молодежным группировкам, первоначально состоявшим из несознательных детей приезжих рабочих, которые прославились на весь Петроград своими хулиганскими выходками.

После справочного коллажа происходит резкий временной скачок, и зрителю предлагается вспомнить события середины 1980-х, когда программа «Взгляд» прославила на всю страну казанских гопников. Потом автор вспоминает гопников люберецких, которые предпочитали называть себя «пацанами», они имели свою идеологию, стратегию развития движения, своих лидеров, свою музыкальную культуру (группа «Любэ»). И здесь зритель тоже не свободен в восприятии реальности, он видит ее интерпретацию, сделанную не с позиций самих гопников, а с позиций эрудированного журналиста. Это он представляет аудитории детей советских окраин, как тех, кто не хотел входить в новую российскую реальность с доминирующей культурой мегаполисов. Для него они не просто хулиганы, а оппозиционеры, которые отстаивали культ силы и свободы, уникальность национальной идентичности в ее крайних, криминальных проявлениях.

С учетом такого взгляда на события прошлого А. Лошак подбирает и главных героев репортажа — бывших «люберов», так или иначе адаптировавшихся к современной реальности, которая заставила их хотя бы отчасти поступиться былыми принципами. Перебирая, как старые фотографии, эпизоды судеб подростков 1980-х, А. Лошак выделяет несколько типичных жизненных путей «люберов». Первый путь — ранняя насильственная смерть: на экране зритель видит старые фотоснимки храбрых юнцов и современные кладбищенские пейзажи. Второй путь — бизнес: те, кто выжил в уличных драках, закалили характер и стали вполне успешными предпринимателями. Третий путь — шоу-бизнес: группа

⁵⁵ Официальный сайт канала НТВ: <<http://profrep.ntv.ru/issue.jsp?iid=12323>>

«Любэ» сегодня участвует в правительственных концертах, а ее лидер Н. Расторгуев получает награды из рук президента В. Путина, менее успешные музыканты развлекают бывших «люберов» — нынешних бизнесменов, с нежностью вспоминая бурную юность. Четвертый путь — «профессиональная революция»: его иллюстрирует любер с Рублевки, во многом остающийся верным идеалам молодости, который теперь дружит со своим «закадычным врагом» — рокером по кличке Хирург. По вечерам они встречаются в рокерском клубе и признаются, что благодарны друг другу за то прошлое, которое когда-то их объединяло и заставляло в споре отстаивать свои взгляды, а теперь соединило, дав возможности для своеобразного синтеза ценностей. Главный конфликт фильма, на первый взгляд, находит разрешение: в последних кадрах фильма бывшие враги вместе ставят в храме свечи, то ли в память о погибших товарищах, то ли в надежде на светлое будущее.

А. Лошак, как автор, действительно не выставляет оценки тем или иным героям и их принципам. После просмотра специального репортажа можно, например, сделать вывод, что участие в юности в экстремальных группировках закаляет характер и помогает стать успешным бизнесменом. Или потребительские ценности столь сильны, что могут подчинить себе и российскую бунтарскую душу. Или автор показывает, как контркультура сегодня становится средством зарабатывания денег.

Но все это подталкивает зрителей к одному, на наш взгляд, главному выводу, который не педалируется в закадровом тексте, но к нему подводит логика монтажного сопоставления эпизодов: на окраинах современных мегаполисов подрастает новое поколение голодных, злых и свободных граждан, готовых к очередному переделу собственности. Ведь именно эти цели, а не реализация идеологических тезисов, руководили в 1980-е действиями главарей «пацанов», которые управляли рядовыми членами групп с помощью гормонов, алкоголя, наркотиков. Под эту идею смонтированы все эпизоды специального репортажа, а она сама обусловлена изначальной идеологией канала НТВ (конца 1990-х годов), по которой Россия не имеет своего пути, принципиально отличающегося от западного. Отечественная специфика есть, но она не столь существенна, чтобы мы не могли, делая незначительные поправки, пользоваться чужим опытом, учиться на ошибках Запада, а также стремиться повторить его успехи. В частности, зрителям

предлагают такую интерпретацию реальности, судя по которой шаткой стабильности современного мира угрожают не только и не столько мигранты, сколько те, кому не досталось ничего после последнего раздела богатств и власти. «Опоздавшие родиться» сейчас вполне готовы начать новый этап в битве за деньги и власть. Эту идею А. Лошак не артикулирует открыто, но подводит к ней зрителей, используя весь арсенал выразительных средств телевидения, приемов воздействия, как сценарно-продюсерских и режиссерско-постановочных (в частности, коллажного монтажа), так и режиссерско-исполнительских. Ведь репутация А. Лошака как профессионала, постоянство его общественной позиции, авторские журналистские приемы — все это делает его авторитетным интерпретатором реальности в глазах определенного сегмента аудитории.

Наряду с сохраняющим свою актуальность коллажным монтажом в 1990-е годы на телевидение пришел так называемый клиповый монтаж. Его признаки — стремительный ритм смены картинок, алогичность и яркая конкретность отдельных составляющих изобразительных элементов. Выразительные средства при таком монтаже начинают «жить» по иным законам, так как для режиссера становится необязательным сохранение жизнеподобия.

В словаре слово «клип» дано как прямой синоним слова «видеоклип» и расшифровывается как «видеозапись короткого музыкального номера с интерпретацией его в сюжетных образах»⁵⁶. (При этом, очевидно, подразумевается, что речь идет о пластической интерпретации.) Английское слово «clip» имеет несколько значений. Будучи существительным, оно переводится как скрепка, стрижка; (*разг.*) сильный удар, быстрая походка, (*амер.*) дерзкая, нахальная девчонка. Глагол — скреплять (бумагу), отсекаать, обрывать, делать вырезки (из газет), глотать, сокращать (слова), (*разг.*) бежать. Среди этого обилия значений все же просматривается объединяющая черта: речь идет о соединении в единое целое обрывков. Кроме этого, в самом слове заложена экспрессивность и динамика.

С клиповым мышлением, т.е. разрушением привычной организации картины мира, мы встречаемся задолго до возникновения жанра музыкального и рекламного видеоклипа. Оно характерно

⁵⁶ Новые слова и значения. Словарь-справочник по материалам прессы / под ред. Е.А. Левашева. СПб., 1997. С. 339.

для полотен Босха и Брейгеля Старшего. Потом был фовизм Матисса, отрицание линейной перспективы и цветовая экспрессия живописцев группы «Мост», коллажи дадаистов, «автоматические рисунки» Арпа, «каллиграммы» Тцара, графические «механоморфозы» Пикаби, Поллока и сюрреализм Дали.

В развитии художественной культуры в целом легко увидеть определенную логику — от примитивного жизнеподобия к усложненной системе образных или символически знаковых отражений реальности. Кино стремилось следовать той же логике, раздваиваясь на натуралистическое копирование действительности и усложненные формы «символической», «экспрессионистской», «авангардистской» образности. Оно последовательно увлекалось абстракционизмом, дадаизмом, сюрреализмом. «Механический балет» Ф. Леже и Д. Мэрфи (1924 г.) представлял собой танец предметов и зубчатых колес, смонтированных в определенном ритме.

По мнению Ж. Садуля, дадаизм и сюрреализм полностью исчезли из кино Европы в 1930-е годы, они оставались только в США, но это было лишь «завершением старых опытов, а не возрождением навсегда исчезнувшего жанра»⁵⁷. Однако разговор о завершении опытов оказался преждевременным. Он был продолжен в 1960-е годы, когда техника телевидения позволила создавать «абстрактный» видеоряд, сопровождающий музыку. Телевидение, оснащенное возможностями видео, оказалось той почвой, на которой активно развивался музыкальный видеоклип. Сначала это были просто адаптации отдельных номеров рок-конcertов к специфике телевидения, потом создание поп-фильмов (например, «Желтая подводная лодка» группы Битлз или фильм Алана Паркера и группы Пинк Флойд «Стена») и, наконец, видеоклип в современном понимании — песня в сопровождении видеоряда.

В клипе с быстротой, не позволяющей взглядеться в изображение, чередуются виды природы, городских улиц, интерьеров, разнообразных вещей: автомобилей, музыкальных инструментов, бокалов с напитками и т.д. Возникает эффект видения «всего сразу». Осуществляется распад реального пространства. Герои совершают действия, каждое из которых не вытекает из предыдущего.

⁵⁷ Садуль Ж. История киноискусства. М., 1957. С. 191.

Похожее явление мы встречали и в дивертисменте Рене Кле-ра «Антракт», и в телевизионном фильме театрального режиссера Марка Захарова «Обыкновенное чудо». Там место действия иногда изменялось так же легко. Выход из «четырёх стен» был возможен даже в «другое измерение». Эмиль и Эмилия удалялись в страну воспоминаний, где все границы размыты, тонут в тумане, окружающем «идеальную пару». Это явно напоминает один из штампов видеоклипа — «танец в молоке» (исполнитель снят на сплошном матовом фоне, не имеющем низа и верха, глубины и переднего плана). Нередко при этом происходит монтажная игра с изображением певца-танцора: его фигура вытягивается, сжимается, расчленяется (и отдельные части танцуют порознь), удваивается, переворачивается и т.п. В задачи клипмейкеров не входит создание у зрителей достоверного представления о действительности. Подобно художникам-авангардистам, производители клипов с помощью алогичных мизансцен, выделения ярких деталей, спецэффектов создают не реальное место действия, а его фантастический образ. Прошлое и настоящее оказываются там рядом.

Тот же прием использовался в передаче «Намедни. Наша эра» Леонида Парфенова, где с помощью электронного монтажа среди персонажей старой кинохроники появлялся, действовал и общался с ними ведущий программы. (Л. Парфенов беседует с Л.И. Брежневым и Э. Хонеккером, чокается с Е.А. Фурцевой, Дж. Лолобриджидой и Э. Тейлор на кремлевском приеме и катается на моторной лодке вместе с Дж.Ф. Кеннеди.)

С помощью выстроенных мизансцен, ярких деталей, выразительных средств съемки, спецэффектов в клипе и создаются художественные пространство и время, часто совсем не похожие на реальность. «Время клипа, — пишет Т. Чередниченко, — как и время шлагера, циклично; основанное на повторе одних и тех же последовательных кадров, оно тоже “ускоряется”; в нем тоже работает “мельница”, превращающая “зерна” настоящего в малые “гранулы” и в мелкую “пыль”. Время видеоклипа точно так же, как время шлагера, стремится к невесомости, к “затягиванию” будущего в воронку кружащегося настоящего и, наконец, к “самозаглатыванию” этого настоящего»⁵⁸. Пространство и время клипа могут иметь фантастические, мистические черты, походить на сон

⁵⁸ Чередниченко Т. Клип и шлагер // Телерадиоэфир. 1992. № 7. С. 43.

или галлюцинацию. «В видеоклипе, — пишет И. Овчинников, — каждая деталь может стать — и становится — смыслообразующей. Но для клипа важно, что смысл этот неоднозначен, его поиск и обретение зачастую задача зрителя»⁵⁹. Реальность клипа чаще всего подчеркнута субъективна. Это попытка изобразить внутренний мир героя или исполнителя (они могут сливаться в один персонаж), или автора песни. Даже если герой остается за кадром, его настроение, отраженное в музыке и тексте песни, будет диктовать логику интерпретации.

То же самое можно сказать об интерпретации реальности в некоторых телевизионных программах, в частности, в документальных циклах Л. Парфенова. Так в фильмах цикла «Российская империя», в «Живом Пушкине» и «Птице-Гоголе» деталь, превращаясь в метафору, разъясняет авторский замысел. Например, в римской квартире Н.В. Гоголя прямо на глазах у зрителей из пола вырастет стол, и Леонид Парфенов опирается на новоявленный предмет мебели, повторяя те действия, которые предположительно совершал двести лет назад рядом с этим столом сам Гоголь. Аналогично в римской мастерской художника Александра Иванова, с которым был дружен Гоголь, возникают печь, подиум и картина. Принцип разрушения органической картины реальности и концентрации внимания на отдельных ее составляющих обуславливает изменение ритма. Пространство и время в музыкальном видеоклипе и в фильмах Парфенова находятся в зависимости от человека. В данном случае — автора, поскольку Леонид Парфенов во всех своих работах подчеркивает именно авторский, субъективный характер предлагаемой им зрителям интерпретированной реальности.

Таким образом, мы можем сделать вывод, что *для авторской передачи телевизионная реальность* есть такая картина действительности, которая соответствует представлению о ней авторов программы и стоящим перед ними социальным задачам. Эта картина складывается из визуальных и звуковых элементов (выразительных средств) и технологических приемов их использования, сопоставленных (смонтированных) с учетом воздействия на аудиторию.

⁵⁹ Овчинников И. Театр рок-н-ролла. Видеоклип как форма театрального мышления // Ракурсы. М., 1996. С. 86.

1.3. Специфика пространства и времени телереальности

Проанализированные в предыдущем разделе передачи демонстрировали нам использование монтажа в качестве выразительно-го средства, позволяющего автору интерпретировать реальность в соответствии со своим личным взглядом на мир. Однако клиповый монтаж отнюдь не всегда используется как художественный прием. Во многих телевизионных передачах клиповый монтаж используется как «знак времени», выражающий общее, специфически современное отношение к реальности. Клипы предваряют не только многие сериалы, но и информационные и развлекательные программы. Они могут состоять из ритмично смонтированных документальных кадров или эпизодов фильма, или просто смоделированных компьютером графических изображений и являются своеобразной эмблемой программы. Клиповый монтаж, эксцентричные клиповые сопоставления можно увидеть и в сюжетах информационных и публицистических программ, в рекламе. Он используется создателями мультимедийной продукции, в роликах, размещенных на разнообразных сайтах и в социальных сетях.

Клиповая культура, диктующая стремительную смену планов (что подразумевает поверхностное знакомство с проблемой), нуждающаяся в запоминающейся картинке, емком, как слоган, комментарии, двусмысленном и пикантном выводе, в корне меняет (практически уже изменила) способность людей воспринимать информацию.

В результате, по мнению философов и культурологов, клиповый монтаж позволяет телевидению формировать новую идеологию, полную эклектики мыслей, жонглирования догмами. Э. Тоффлер полагает, что телевидение, знакомя аудиторию с проявлениями картин мира разных народов при помощи телевизионных передач, облегченных по содержанию и клиповых по ритму, позволяет зрителю адаптироваться к фундаментальным изменениям современной культуры: «На личностном уровне нас осаждают и ослепляют противоречивыми и не относящимися к нам фрагментами образного ряда, которые выбивают почву из-под ног наших старых идей, и обстреливают нас разорванными и лишенными смысла “клипами”, мгновенными кадрами»⁶⁰.

⁶⁰ Тоффлер Э. Третья волна. М., 2004. С. 277.

Монтажная мозаичность современных телевизионных зрелищ позволяет использовать телевидение для «разложения реальности» и сбора из осколков «виртуальных симулякров», «ложных подобий»⁶¹. Несмотря на то что такая логика развития визуальной культуры была предсказана уже давно, в частности А. Модем⁶², утверждавшим, что гуманитарная концепция культуры устарела и жить ею сегодня уже никто не может, ибо на смену ей пришла концепция «мозаичной культуры», соответствующая эпохе средств массовой коммуникации, дискуссии о последствиях этих изменений для общества далеки от завершения. Одним из важнейших вопросов в них остается вопрос интерпретации реальности.

В окружении клипов физическое пространство студии начинает выглядеть более жизнеподобно, чем сама реальность.

Телевизионное действие, как правило, разворачивается в двух реальностях: в физическом пространстве студии, напоминающем пространство сцены (для любого действия, в том числе и публицистического), и за ее пределами. Пространство студии осваивается в соответствии с драматургией передачи и «правилами игры»: создаются декорации (продумываются их конструкция, цвет, ставится свет), выстраивается мизансцена, определяются местоположения камер. Но и «на натуре» журналист или режиссер (в том числе и в информационных программах) вынуждены выстраивать мизансцену, переоборудуя реальные интерьеры под съемочные нужды. В обоих случаях можно открыто заявлять об этом зрителю, не скрывая технологии телевизионного производства, а можно создавать иллюзию того, что зрителю демонстрируют «жизнь как она есть».

При подготовке первых студийных программ электронного телевидения нового московского телецентра на Шаболовке⁶³ режиссеры не пытались скрыть, что это студия, в кадр попадали различные технические приспособления. Позже появилась тяга к жизнеподобию, оформление студии стало создаваться с расчетом на иллюзию выхода за ее пределы: открытые окна, уходящие вдаль улицы и т.д. Телестудиям предлагалось иметь запас «типовых»

⁶¹ *Рюмина М.Т.* Эстетика смеха. Смех как виртуальная реальность. М., 2003. С. 302.

⁶² *Моль А.* Социодинамика культуры. М., 1973.

⁶³ 4 апреля 1938 г. вышла первая студийная программа. Она продолжалась два часа. За это время успели выступить артисты И. Ильинский, А. Редель, М. Хрусталев, известные шахматисты, работник зоопарка привела в студию зверей.

многоплановых задников⁶⁴. Студийное пространство разбивали на небольшие площадки, чтобы детализировать место для ведущего, гостей или актеров.

Конечно, развитие «телевизионной сценографии» не являлось механическим повторением пути сценографии европейского театра. Однако с 1950-х по 1980-е годы, вслед за театральными новациями художники и режиссеры телевидения экспериментировали в области художественного решения пространства студии, поочередно увлекаясь то натурализмом, то символизмом. Разумеется, речь шла не о механическом перенесении театральных декораций различных стилей в телестудию, а об адаптации их к телевизионной специфике, о поиске конструкций, которые помогут воссоздать тот образ мира, который необходим для решения художественной задачи. Уже в конце 1950-х профессионалам стало очевидно одно из важнейших отличий восприятия зрителем театральных и студийных декораций: декорации в театре можно охватить взглядом целиком, воспринять как единое целое, декорации в студии режиссер, как правило, показывает нам частями, выхватывая то один, то другой угол. Телевизионное декоративное оформление может представлять собой ряд небольших площадок, специально приспособленных для игры актеров, где характерные детали помогают раскрыть содержание кадра. Еще одна особенность телевидения — возможность показать декорации с разных сторон. Следовательно, на телевидении выгодно использовать при построении декораций объемные конструкции, которые при разном ракурсе съемки могут обозначать разные места действия, подобно театральным декорациям на вращающейся площадке. Большое значение придавалось «высветке» декораций как дополнительному средству изображения⁶⁵. Глубинная мизансцена, различная крупность планов, световая и звуковая партитуры осознавались как необходимые составляющие для работы над произведениями телевизионного искусства.

Современные студии позволяют «перестраивать» декорации за очень короткое время, создавать различные «сценические площадки». Кроме того, в распоряжении телевидения есть вирту-

⁶⁴ Лурие Г. «Типовые» декорации // Советское радио и телевидение. 1959. № 6. С. 30.

⁶⁵ Филицис З.К. Большой разговор // Советское радио и телевидение. 1958. № 2. С. 6.

альные студии, имитирующие декорации. Однако если в области технологии оформления студии новый этап развития телевидения принес много нового, то с содержательной точки зрения достижения предыдущего этапа не теряют актуальности. Стремление художественного пространства к расширению (к выходу за границы телестудии) является определяющим, позволяет, как раньше, так и сейчас, говорить о сходстве природы театрального и телевизионного пространства и о возможности заимствования приемов.

Телевидение, зародившееся в недрах студии, сегодня обладает широчайшим спектром возможностей, однако не спешит покинуть студию навсегда, постоянно возвращается в нее (виртуальную или традиционную) и вновь отправляется из нее в близкие или далекие путешествия. Четыре стены, отделяющие мир телевизионных персонажей от окружающей реальности, позволяют моделировать внутри себя фрагменты реальности (например, студия часто наполнена атрибутами квартиры), чтобы на этой площадке показывать типичных героев в типичных жизненных обстоятельствах.

Однако в границах студии телевидению тесно. Пространство телевизионного действия тяготеет к расширению, как и пространство действия театрального. Это отличает телевидение от кинематографа, наоборот, стремящегося ограничить реальное пространство рамками кадра. Анализируя многочисленные телевизионные эксперименты 1980-х годов, Е. Сабашникова пришла к выводу, что на телевидении возможен органичный синтез документальной достоверности среды и подчеркнутой условности постановки, что оно может работать на разных уровнях условности и безусловности времени и пространства⁶⁶. Это наблюдение верно не только для постановочных телезрелищ, но и для документальных программ, сделанных методом коллажа или клипа, где сценическая реальность спектакля часто смешивается с эмпирической реальностью, запечатленной на фотографии или аудиовизуальном документе.

Параллельно с освоением студии как условного пространства телевидение, получившее благодаря ПТС возможность выйти за пределы студии, осваивало внешний мир. В результате в основе телевизионной концепции пространства оказался принцип абсолютной проницаемости. Телевидение проникает всюду. А те

⁶⁶ Сабашникова Е.С. Указ. соч.

места, в которые оно не может проникнуть, оказываются для телезрителя как бы несуществующими. Показ по телевидению придает действительности статус бытия⁶⁷. Главным жанром, т.е. способом осмотра мира, по Шкловскому⁶⁸, для него стал репортаж. Репортаж создает иллюзию освоения пространства, ощущения потока жизни. С его помощью режиссер создает образ действительности, сходный с кинообразом. «Кинообраз — движущийся образ, отличный от движущегося образа в театре, в музыке и т.д. Специфический характер движения кинообраза проявляется в его огромной динамичности; движение как бы проникает в каждую пору, в каждую клетку художественной ткани фильма»⁶⁹.

Репортаж тоже динамичен, его композиция имеет свой внутренний ритм, при этом монтаж позволяет вычленивать из потока действительности отдельные фрагменты и выстроить их в таком порядке, чтобы обеспечить эффект пространственно-временного сжатия события, ускорения его течения. Это, по мнению В. Зверевой, служит «созданию нового пространства, где “подлинность”, “реальность” не существуют сами по себе: событие учреждает телекамера, а факт показа придает ему достоверность»⁷⁰. Выбирая из потока информации ту, которая достойна быть показанной в телевизионных новостях, телевизионный продюсер вынужден расставлять ценностные акценты. Так, по точному наблюдению В. Зверевой, «лейтмотивом культуры новостей как части культуры потребления мог бы быть призыв любить все только что созданное»⁷¹. Регулярный просмотр теленовостей создает у зрителя ощущение, что вокруг него все время происходит что-то новое, о чем обязательно надо знать. Постоянная смена впечатлений, ощущение пульсации жизни становится для человека необходимым допингом. А временное отключение от информационного потока воспринимается как остановка жизни. При этом собственная жизнь людей по сравнению с информационным потоком воспринимается как скучная, небогатая впечатлениями. Это происходит потому, что модель реальности, предлагаемая новостями,

⁶⁷ Бурдые П. Указ. соч.

⁶⁸ Шкловский В.Б. Тетива. О несходстве сходного. М., 1970.

⁶⁹ Бореев Ю. Введение в эстетику. М., 1965. С. 302.

⁷⁰ Зверева В. Репрезентация и реальность // Отечественные записки. 2003. № 4. С. 335–349.

⁷¹ Там же.

предполагает: «каждая минута жизни должна нести с собой событие; его нужно ожидать в напряженном нетерпении»⁷².

Телевизионная реальность неоднородна, в ней есть свои сгущения (события) и пустоты. Эти пустоты либо ликвидируются при монтаже, либо заполняются с помощью многократного возврата к событию, переосмысления его. Таким образом, в основе концепции времени на телевидении, по мнению М. Лукова, которое представляется нам верным, лежит не отражение реального времени, а принцип аудиовизуальной гетерохронии⁷³, включающий акселерацию (ускорение) и ретардацию (замедление) реального временного потока.

Телевизионное время всегда художественно вне зависимости от того, идет ли прямая трансляция с места события или демонстрация телевизионного спектакля. Это предопределено, по мнению Ю. Богомолова⁷⁴, его структурой, состоящей из нескольких элементов — времени эмпирического, времени автора, сюжетного времени, времени зрителя, времени проекции: «Реальная одновременность события, отраженного на экране, и телезрителя перед экраном не совсем безусловна. Практически, сиюминутность и здесь всего лишь впечатление и условность»⁷⁵. Телевизионные приемы использования выразительных средств (остановленные и повторенные мгновения, разнообразные точки съемки, использование полиэкрана, двойные, тройные экспозиции, резкая смена камер, всевозможные спецэффекты) даже в так называемых живых передачах обособляют время телеизображения от изображаемого и от зрителя. В передачах, идущих «в записи», часто прибегают к приемам, создающим иллюзию временной непосредственности, например, «прием обнажения кулис» или включение в зрелища реакции зрителей в студии, использование драматургии спортивной игры. Эти две, на первый взгляд, взаимоисключающие тенденции на телевидении действуют одновременно, сохраняя иллюзию присутствия при совершении события и дистанции между событием и изображением, с одной стороны, и зрителем и

⁷² Там же.

⁷³ Луков М.В. Телевидение: конструирование культуры повседневности. Автореф. дисс. ... канд. филос. наук. М., 2006.

⁷⁴ Богомолов Ю.А. Некоторые проблемы эстетики художественного времени на телевидении. Автореф. дисс. ... канд. искусствовед. М., 1975. С. 10.

⁷⁵ Там же. С. 9.

изображением — с другой, что заставляет зрителя включиться в «игру с реальностью».

По мнению В. Михалковича, одно из важнейших отличий кинофильма от телепередачи в том, что фильм — это островок времени, и все, что художник хочет сказать о действительности, локализовано на этом островке, т.е. фильм, как любое произведение искусства, предлагает зрителю целостную картину мира. Телевизионная же передача, напротив, «знает», что она — часть целого: «Поскольку передача предназначена стоять “в ряду” других, она не стремится создать впечатление, что в ней уместилась “вся” реальность; передача усердно дает понять зрителю, что являет собой частичный взгляд на действительность — один из многих, не исчерпывающий то, что о действительности можно сказать»⁷⁶. Интерпретация реальности в каждой передаче может быть разной, но телезрители готовы воспринимать их как взаимодополняющие.

Способность телевидения работать на разных уровнях условности уже давно привлекала внимание его исследователей. На этом основании даже предлагалось типологизировать телевизионные программы. Рассматривая телевидение прежде всего как зрелище («целенаправленную организованную структуру, передаваемую в телевизионной программе в определенном отрезке времени»⁷⁷), искусствоведы сосредотачивали свое внимание на разных моделях отношения с реальностью в выпусках новостей, в репортажах, в телевизионных лекциях и эстрадных концертах. С. Кушевский⁷⁸ предлагал разделять все формы телевизионного зрелища на воспроизводящие, трансформирующие и творящие действительность. К первому типу (С. Кушевский назвал их непосредственными) он относил все трансляции и выступления приглашенных в студию людей, дискуссии, интервью, учебные лекции. Их специфика заключается в спонтанности реального времени и времени телевизионного воспроизведения. Ко второму типу (опосредованные зрелища) им были отнесены все произведения, которые созданы с помощью предварительного отбора фрагментов реальности и благодаря монтажу имеют собственную структуру, не зависимую от времени действительного события.

⁷⁶ Михалкович В.И. Очерки теории телевидения. М., 1996. С. 54–55.

⁷⁷ Kuszewski S. *Widowisko telewizyjne*. Warszawa, 1971. S. 44.

⁷⁸ Ibid. S. 47–49.

К третьему типу относятся зрелища, опирающиеся на художественный вымысел (драматические и музыкальные спектакли, балет, мультфильмы и т.д.).

Второе направление искусствоведческой типологизации — классификация по уровню использования изобразительных ресурсов экрана. Так польская исследовательница П. Верт⁷⁹ выделяла три типа телевизионных сообщений: сообщения механические (когда телевидение является только каналом распространения, в частности, кинофильмов), репродуцирующие (преображающие показываемую реальность, в том числе трансляции) и образные (программы, созданные по законам телевизионной специфики).

Сегодня, когда разнообразие форм телевизионных программ резко возросло и технологические возможности телевидения позволяют легко смешивать реальность и различные степени условности, возникает необходимость более дробной классификации. Мы уже упоминали французского исследователя Франсуа Жоста⁸⁰, предлагающего в качестве критерия структуризации эфирного контента оценивать наличие в эфирном событии трех «сфер»: «сферы реального» (реальные люди в реальных обстоятельствах), «сферы фиктивного» (вымышленные персонажи в вымышленных обстоятельствах) и «сферы игрового» (реальные люди в вымышленных, искусственно созданных обстоятельствах). Однако на современном телевидении эти три сферы часто пересекаются, что позволяет создателям программы и зрителям вступить в игру с реальностью и друг с другом. Потребность в такой игре, которую стараются удовлетворить сегодня и традиционные электронные средства массовой коммуникации и новые медиа, рождена эстетикой постмодернизма, побуждающей человека к игре.

1.4. Телереальность и культура постмодернизма

Телевидение родилось одновременно с постмодернизмом, но живет по законам массовой культуры. Вторая половина XX в. — период относительной политической и экономической стабильности послевоенных десятилетий в США и Западной Европе

⁷⁹ *Wert P.* Podstawy typologii widziwiska telewizyjnego. W tomie: “Stil I kompozycja”. Wrocław — Warszawa — Kraków, 1965. S. 312–314.

⁸⁰ *Jost F.* Op. cit.

способствовал началу активного формирования общества потребления⁸¹. При этом новое поколение молодых людей оказалось не готовым просто получать удовольствие от потребления. На смелую модернистскую веру в технический прогресс и просветительскую миссию культуры пришло разочарование. Мир для нового поколения молодых людей оказался не просто хаотичен, а непознаваем. Они не верили в то, чему их учили, да и вообще не верили в возможность достижения истины. Постмодернизм утверждал, что текст (как художественный, так и публицистический) не отображает реальность, а творит множество реальностей, часто независимых друг от друга. Реальности как таковой, по мнению постмодернистов, вообще не существует. Есть только множество виртуальных реальностей.

Прошлое постмодернизм в отличие от модернизма не отрицал, но и учиться у него желания не имел. И прошлое, и настоящее он превращал в игру. Единственная возможность как-то существовать в этом мире, по мнению постмодернистов, заключалась в том, чтобы относиться ко всему с иронией, переходящей в сарказм. Среди важнейших признаков постмодернизма различные исследователи отмечали следующие: отрицание любой иерархии, фрагментарность и цитатность, поверхностность, плюралистичность, диффузия жанров, смешение высокого и низкого, эклектизм и коллажность, работа на публику, маргинальность, ирония, театрализация (скорее даже карнавализация), проникновение искусства в жизнь⁸².

Телевидение, вошедшее в повседневную жизнь людей в середине XX столетия, по мнению исследователей, представляет собой «постмодернистскую технологию»: «ТВ, если разобраться, существует как раз в точке разрыва истории человечества между упадком ныне канувшей в Лету эры социологии и подъемом нового мира коммуникаций (как раз между закатом нормативного общества и возникновением радикальной семиургии как языка “структурного” общества). ТВ лежит на грани великого сдвига парадигмы со “смерти общества” (модернизм с его репрезентативной логикой) на “торжество пустой, значащей культуры” (“структурная парадигма” постмодернизма)»⁸³.

⁸¹ Бодрийяр Ж. Общество потребления. Его мифы и структуры. М., 2006.

⁸² Новейший философский словарь. Постмодернизм. Минск, 2007.

⁸³ Kroker A., Cook D. Television and the Triumph of Culture // The Postmodern Scene: Excremental Culture and Hyper-Aesthetics. St.Martin's Press, 1986. <<http://kassandron.narod.ru/commentary/11/12tv.htm>>

Телевидение действительно впитало в себя многое из того, что определяло настроение общества в период становления искусства постмодерна⁸⁴. Комическое во всех оттенках его проявления — юмор, сарказм, ирония, сатира — сегодня является важнейшим стилиобразующим элементом культуры в целом и телевидения, в частности. Современное массовое искусство и телевизионные зрелища как его часть насыщены комизмом, который никогда не исчезает совсем. Его проявления могут варьироваться от откровенной клоунады до едва заметного иронического подмигивания. Его содержание может быть комичным или очень серьезным, события могут подаваться как трагедия или как фарс, но телевизионное зрелище всегда пронизано игрой.

По мнению Ги Дебора, все современное общество является «обществом спектакля»⁸⁵. (Это дословный перевод с французского, однако некоторые переводчики считают более точным название «общество зрелища»). «Общество, основанное на современной промышленности, является *зрелищным* (здесь и далее курсив Ги Дебора) вовсе не случайно и не поверхностно. Оно фундаментально подчинено спектаклю, является зрелищным в самой своей основе»⁸⁶, — утверждает философ. Книга, написанная в 1967 г., ярко отражает конфликт между модернистски настроенными авангардистами и обществом потребления, которых постмодернизм пытался примирить. Общество зрелища, которое Ги Дебор (занимающийся помимо прочего кинематографом) описывает, как бы собирая его образ с помощью ассоциативного монтажа, это общество, подчиненное законам телевидения. «Образы, оторванные от различных аспектов жизни, теперь слились в едином бурлящем потоке, в котором былое единство жизни уже не восстановить. Реальность, рассматриваемая *по частям*, является к нам уже в качестве собственной целостности, в виде особого, *самостоятельного* псевдомира, доступного лишь созерцанию»⁸⁷. Очевидно, что это сказано уже об эпохе телевидения. Ведь в том же 1967 г. во Франции вышла книга А. Моля⁸⁸, который утверж-

⁸⁴ Маньковская Н. Феномен постмодернизма. Художественно-эстетический ракурс. М.; СПб., 2009.

⁸⁵ Дебор Г. Общество спектакля. М., 2000.

⁸⁶ Там же. С. 26.

⁸⁷ Там же. С. 23.

⁸⁸ Моль А. Социодинамика культуры. М., 2005.

дал, что гуманитарная концепция культуры устарела и жить ею сегодня уже никто не может, ибо на смену ей пришла концепция «мозаичной культуры», соответствующая эпохе средств массовой коммуникации. Согласно этой новой концепции, культура современного человека — продукт беспорядочного потока случайных сведений, осколков знаний, оценок и идей, которые доставляют средства массовой коммуникации. Эти средства в XX в. — новый фактор духовной жизни.

Фрагментарность современной культуры постмодерна производится через монтажную фрагментарность: «Фрагменты оказываются собранными вместе в случайном порядке, а не организованы в стабильное образование в соответствии с внешним принципом. Телевидение особенно совместимо с культурой фрагмента. Определяется это природой телевизионного сообщения, где последовательный поток <...> состоит из относительно дискретных “сегментов” <...>, следующих друг за другом. Порядок следования сегментов определяется нестабильной совокупностью нарративных или текстуальных требований, требований экономического порядка, и требований изменчивых массовых вкусов»⁸⁹.

О роли средств массовой коммуникации в важнейших процессах современной культуры, об их значении для общества размышляют и западные, и отечественные ученые. Так, Ж. Бодрийяр⁹⁰ в книге «Симулякры и симуляции» (1981) называет массмедиа инструментом создания гиперреальности, состоящей из симулякров и симуляций⁹¹. Н. Луман, тоже размышляющий о конструировании «массмедийной реальности», приходит к выводу, что важную роль в этом процессе играют развлечения, ориентированные на общую модель игры: «Игра также является разновидностью удвоения реальности, в ходе которой реальность, принимаемая как игра, вычленяется из нормальной реальности, не обязательно отрицая последнюю»⁹². Причем, по мнению Лумана, «функция масс-медиа состоит в непрерывном порождении и переработке раздражений,

⁸⁹ Фиске Дж. Телевидение и постмодернизм // М.М. Назаров. Массовая коммуникация в современном мире: методология анализа и практика исследований. М., 2000. С. 177.

⁹⁰ Справедливости ради, впрочем, следует заметить, что сам он категорически отрицал свою принадлежность к постмодернистам.

⁹¹ Бодрийяр Ж. Симулякры и симуляции. Киев, 2004.

⁹² Луман Н. Указ. соч. С. 83.

а не в умножении познания, социализации или прививании нормативного конформизма»⁹³. Развивая идеи Лумана, касающиеся игры, Н. Барабаш полагает, что стремление к игре является определяющей особенностью телевидения, однако главную миссию телевидения она видит в стремлении «посредством игры, проникнуть совсем не в игровую жизнь, но жизнь, наполненную множеством смыслов, не поддающуюся банальным прогнозам и расчету»⁹⁴.

Очевидно, что телевидение, обращающееся к массовому зрителю, не может обойтись без методов воздействия массовой культуры, благо постмодернистское отношение к искусству позволяет свободно сочетать «массовое» и «элитарное». Соединяя «высокое» и «низкое», иронизируя и над тем, и над другим, телевидение все время балансирует между разными системами ценностей. При том, что телевизионные шоу как часть массовой культуры неразрывно связаны с традиционными ценностями, они полны цитат и аллюзий, предлагающих осведомленному зрителю дополнительные смыслы. Идея У. Эко о «возрождении сюжета под видом цитирования других сюжетов, их иронического переосмысления, сочетания проблемности и занимательности»⁹⁵ как нельзя лучше объясняет причины того, что телевизионные зрелища оказываются привлекательными для аудитории, обладающей разными культурными запросами и образовательным уровнем.

В СССР телевидение с начала своего возникновения оказалось в подчинении господствующей идеологии, которая во многом опиралась на принципы массовой культуры, исключительно удобной для управления массами. Однако лучшие из советских телевизионных режиссеров в качестве сопротивления идеологии стремились в традициях постмодернизма обогащать подвергавшиеся цензуре передачи дополнительными смыслами и ассоциациями. Это был один из немногих способов выразить протест официальной идеологии, продемонстрировать свое инакомыслие. Постмодернистская ирония (и в этом, по мнению У. Эко, одно из важнейших отличий постмодернизма от модернизма) позволяла участвовать в игре не только тем, кто эту иронию понимает, но

⁹³ Там же. С. 152.

⁹⁴ Барабаш Н.А. Телевидение и театр: игры постмодернизма. 2-е изд. М., 2010. С. 176.

⁹⁵ Маньковская Н. Указ. соч. С. 43.

и тем, кто ее не понимает, воспринимая совершенно серьезно: «Постмодернистские иронические коллажи могут быть восприняты широким зрителем как сказки, пересказы снов. В идеале постмодернизм оказывается над схваткой реализма с ирреализмом, формализма с “содержанизмом”, снося стену, отделяющую искусство от развлечения»⁹⁶. Намеки телережиссеров советского времени понимали не все зрители. Большинство интересовал только первый, развлекательный, уровень предлагаемых зрелищ. Зато всем был очевиден высокий художественный уровень телезрелищ тех лет и разнообразие форм и творческих методов.

Исторически сложилось так, что отечественное телевидение задержалось на этапе массового вещания гораздо дольше, чем западное. В то время как в США активно формировалось кабельное телевидение, предлагавшее контент, ориентированный на интересы зрителей, в СССР просто постепенно росло число телеканалов. У некоторых из них были специфические задачи, как, например, у Четвертого (образовательного) канала, однако даже его программы ориентированы на «среднего зрителя», на собирательный образ «советского человека», такого, каким он должен был быть, с точки зрения идеологов из КПСС. Однако этого советского человека необходимо было удерживать у телеэкранов, поэтому политические мифы на отечественном телевидении 1970–1980-х годов стали все чаще «упаковывать» в привлекательные формы приключения (вспомним множество многосерийных телефильмов, посвященных шпионам: «ТАСС уполномочен заявить», «Семнадцать мгновений весны» и т.д.; детективы, где честный советский следователь разоблачает международные преступные группы). Подходящей для формирования социальной мифологии оказалась и мелодрама (например, «Москва слезам не верит» или программа «От всей души», которая тоже часто содержала в себе мелодраматические эпизоды).

Механизм влияния приключения, мелодрамы и других «литературных формул» в середине XX в. попытался объяснить американский литературовед и культуролог Дж. Кавелти. Он дал, на наш взгляд, наиболее точное определение этого явления: «Литературная формула представляет собой структуру повествователь-

⁹⁶ Маньковская Н. Указ. соч. С. 44.

ных или драматургических конвенций, использованных в очень большом числе произведений. <...> Формула — это комбинация, или синтез, ряда специфических культурных штампов и более универсальных повествовательных форм или архетипов»⁹⁷. В своей книге «Приключение, тайна и любовная история: формульные повествования как искусство и популярная культура»⁹⁸ он выделил и подробно описал основные типы формул: приключение, любовную историю, тайну (детектив), мелодраму, истории о «чуждых существах». На основе этих формул может строиться сюжет как в литературе и кинематографе, так и на телевидении.

В приключенческом произведении герой, выполняя этически важную миссию, преодолевает препятствия и опасности, возникающие обычно в результате козней злодея, и получает награду. История о тайне представляет собой раскрытие секретов, тоже ведущее к какому-либо вознаграждению героя. Любовная история — женский эквивалент приключенческой истории. Многие формулы этого типа сосредоточиваются на преодолении любящими социальных или психологических барьеров. Мелодраматические формулы описывают мир, полный насилия, но управляемый моральным принципом воздаяния. Главная характеристика мелодрамы — стремление показать осмысленность и справедливость мирового порядка посредством демонстрации присущих аудитории традиционных образцов правильного и неправильного поведения. В произведениях о чуждых существах или состояниях, например «ужасных историях» (horror story), обычно рассказывается о разрушительных действиях и гибели какого-либо монстра⁹⁹.

Важная характеристика формульного искусства — доминирующая ориентация на отвлечение ухода от реальности в сферу иллюзий, т.е. эскапизм. В связи с этим подобные произведения принято оценивать как второсортные. Кавелти говорит о двух разных задачах, которые может ставить перед собой литература: «Миметический элемент в литературе представляет нам мир в привычном для нас виде, а формульный элемент создает идеальный мир,

⁹⁷ Кавелти Дж.Г. Изучение литературных формул // Новое литературное обозрение. 1996. № 22. С. 33–64.

⁹⁸ Cawelty J.G. Adventure, Mystery and Romance: Formula Stories as Art and Popular Culture. Chicago, 1976.

⁹⁹ Рейтблат А.И. Предисловие к публикации Кавелти Дж.Г. Изучение литературных формул // Новое литературное обозрение. 1996. № 22. С. 33–64.

в котором отсутствуют беспорядок, двусмысленность, неопределенность и ограниченность реального мира»¹⁰⁰.

Формульное искусство прежде всего воздействует на эмоции. Эффект достигается при помощи включения в повествование элементов, которые мы вслед за С. Эйзенштейном¹⁰¹ и будем называть аттракционами. А. Липков в своей книге «Проблемы художественного воздействия: принцип аттракциона»¹⁰² предпринимает попытку систематизировать бесчисленное многообразие аттракционов. Наиболее подробно он останавливается на классификации аттракционов по их содержанию и выделяет 14 основных видов: *аттракцион-неожиданность* (к этому виду относятся аттракционы, эффект которых основан на внезапности, неподготовленности воспринимающего к тому, свидетелем или участником чего он станет); *аттракцион-рекорд* (в основе аттракциона лежит превышение нормы, отклонение от нее, превышение привычных пределов дает возможность осознать относительность этих пределов); *аттракцион-красота* (привлекательность красоты очевидна, хотя, по сути, это тоже отклонение от нормы в сторону прекрасного и помогает осознанию того, что есть норма); *аттракцион-уродство* (отклонение от нормы в сторону безобразного, причем механизм воздействия безобразного укоренен в человеческой психике так же, как механизм воздействия прекрасного); *аттракцион-диковина* (этот тип аттракционов объединяет всевозможные виды курьезов, раритетов, аномалий); *аттракцион-чудо* (если диковина находится на грани возможного, то чудо эту грань переступает, это «то, чего не может быть»); *аттракцион-казус* (диковина — это материальный объект, а казус — это случай, происшествие, некоторое из ряда вон выходящее жизненное событие); *аттракцион-тайна* (не-что находящееся за границами нашего знания, загадка, которую требуется разгадать); *аттракцион-запрет* (этот аттракцион связан с нарушениями норм общественной морали); *аттракцион-скандал* (скандал является логическим продолжением аттракциона-за-

¹⁰⁰ Кавелти Дж.Г. Указ. соч. С. 33–64.

¹⁰¹ Эйзенштейн С.М. Монтаж аттракционов. К постановке «На всякого мудреца довольно простоты» А.Н. Островского в московском Пролеткульте // Леф. 1923. № 3. С. 70–75.

¹⁰² Липков А.И. Проблемы художественного воздействия: принцип аттракциона. М., 1990.

прета, любое нарушение запрета может принять или не принять форму скандала); *аттракцион-риск* (связан с пограничной ситуацией, исход которой сопряжен с опасностью проигрыша, потери); *аттракцион-смерть* (притягательность этого зрелища укоренена в глубинах человеческой психики); *аттракцион-жестокость* (испытание человеческих сил на пределе или за пределами выносимого, притягательность отталкивающего зрелища насилия очень велика); *аттракцион-катастрофа* (события, связанные с внезапными бедствиями, гибельными разрушениями, массовыми жертвами)¹⁰³.

В современных условиях массовой культуры ее творцы действительно склонны превращать в аттракцион все, что попадает в их поле зрения. Показывая жизнь «крупным планом», изменяя тем самым масштаб и значение происходящих событий, телерепортеры превращают мелкую размолвку, например, звезд шоу-бизнеса в аттракцион-скандал, а оговорку политика — в аттракцион-казус.

Различные виды аттракционов могут присутствовать в разных пропорциях во всех литературных формулах, однако каждая из них тяготеет к использованию соответствующих ей аттракционов. Приключения чаще всего базируются на риске. История о тайне — на аттракционе-тайне (хотя они охотно вмещают в себя и неожиданности, рекорды, диковины, казусы, а также катастрофы, жестокость и смерть). Детективы — на смерти и тайне. Любовные истории — на красоте и запрете, мелодрамы — на жестокости и скандале. Истории о чужих существах — на чуде, а «ужасные истории» — на катастрофах, жестокости и смерти. Однако успех формульным произведениям дают именно неожиданные сочетания в их сюжете разных аттракционов. В основе формульного творчества — традиционные ценности, однако эти ценности профанируются, становятся средством искусственного выдавливания эмоций. Выставляя сакральное на показ, массовая культура превращает его в доступное зрелище, а еще точнее — в шоу (если использовать понятие шоу как негативную оценку зрелища).

Собственно, само слово «шоу» этого негативного значения первоначально в себе не несет. Оно переводится с английского просто как зрелище. Однако в отечественной искусствоведческой

¹⁰³ Липков А.И. Указ. соч. С. 34–86.

традиции понятие «зрелище» шире, чем тот круг явлений, который обозначает словом «шоу» современная индустрия развлечений. Теоретики современной художественной культуры понимают под шоу «театрализованное зрелище, которое сопровождает мероприятия общественной или культурной жизни (политические собрания, художественные конкурсы, телевизионные игры, вручения различных премий и т.д.)»¹⁰⁴. Телевидение включило слово «шоу» в названия направлений вещания: ток-шоу, реалити-шоу, игровые шоу, музыкальные шоу, юмористические шоу, спортивные шоу. Шоу — это и зрелища, созданные на телевидении специально для показа по телевидению (например, музыкальные шоу «Старые песни о главном»), и телеверсии концертов, проходивших в залах, в присутствии зрителей.

Анализируя природу шоу, В.В. Миронов¹⁰⁵ приходит к выводу, что если спектакль издревле был элитарен, шоу ориентировано на человека-массу; спектакль насыщен смыслами, шоу рассчитано не на осмысление, а на инстинктивные чувства, как и карнавальная культура, у которой современные шоу охотно заимствуют приемы. Однако карнавальная культура — это культура различий, шоу — культура унификации и обезличивания. И.А. Мальковская¹⁰⁶ отмечает, что основу шоу составляет интерактивная модель, построенная по правилам «асимметричной коммуникации» или доминирования ведущего, заранее знающего результат коммуникации и ее жанр: «Ведущий ведет аудиторию к установкам и ценностям, создавая якобы свободное интерактивное взаимодействие в заданном фоновом поле дискуссии или игры»¹⁰⁷.

Установки и ценности, которые шоу стремится внедрить в сознание зрителей с помощью ведущих, — стандарты общества потребления. Одним из важнейших понятий философии потребления считается понятие «стиля жизни». Оно возникло как следствие всеобщей массовизации. Стирание классовых различий, в течение первой половины XX в. происходившее с разной

¹⁰⁴ Лисаковский И.Н. Художественная культура. Термины. Понятия. Значения. Словарь-справочник. М., 2002. С. 204.

¹⁰⁵ Миронов В.В. Коммуникация глобальная // Глобалистика: Энциклопедия. М., 2003. С. 452–453.

¹⁰⁶ Мальковская И.А. Многоликий Янус открытого общества: опыт критического осмысления ликов общества в эпоху глобализации. М., 2005.

¹⁰⁷ Там же. С. 367.

степенью интенсивности во всем мире, потребовало сформировать иные принципы стратификации общества. Изучая эту проблему, М. Вебер¹⁰⁸ говорит о существовании не только классов, но и статусных групп, каждая из которых имеет статусные почести. Статусные почести — это специфический стиль жизни, которого ожидают от тех, кто желает принадлежать к определенному кругу людей. По теории А. Адлера¹⁰⁹, стиль жизни (или жизненный стиль) — уникальный способ, выбранный каждым индивидуумом для следования своей жизненной цели. Стиль жизни — это реализация принятого человеком решения о том, что такое мир, что такое «Я» и каково его место в этом мире.

Концепция стиля жизни набирала силу одновременно с массовым производством дешевой продукции, увеличением американского влияния в дизайне, поп-арте и, разумеется, телевидение. В конце 1950-х ее сформулировал один из родоначальников поп-арта Ричард Гамильтон: «Потребитель должен изготавливаться на “той же чертежной доске”, что и сама продукция, иными словами: если вам нужно угождать популярному спросу, то лучше попытаться формировать его на будущее»¹¹⁰.

Особенно она стала популярна на Западе в 1960–1970-е годы, поскольку именно на это время приходится волна протестов молодежи против буржуазных ценностей, пропагандируемых обществом потребления. Активные поиски способов самовыражения личности сделали приверженцами особого стиля жизни хиппи, панков и т.п. В числе прочего молодые люди заявляли о своем единстве, выбирая определенный ассортимент товаров, подчеркивающий их неприятие образа жизни обывателей. Идея была взята на вооружение бизнесом. К 1980-м годам «стиль жизни» окончательно стал инструментом маркетинга. Для Европы и США это были времена экономического процветания, оптимизма и материализма. Потребление стало новой религией. Определять это потребление стал стиль жизни, который отныне можно и нужно было покупать. Обладание определенным набором товаров помогало человеку определить свою идентичность, отделить «своих» от «чужих». В этих обстоятельствах американское коммерческое телевидение оказалось законодателем моды и транслятором раз-

¹⁰⁸ Вебер М. Основные понятия стратификации // Социс. 1994. № 5. С. 147–156.

¹⁰⁹ Адлер А. Наука жить. Киев, 1997.

¹¹⁰ Хиллер Б. Стиль XX века. М., 2004.

нообразных стилей жизни и ценностей, а значит, и разных интерпретаций реальности. Образцы стилей жизни и модели для подражания предлагали как сериалы (так называемые мыльные оперы), являющиеся важной частью телевизионного эфира, так и различные шоу. Удобство концепции стиля жизни заключается в том, что она позволяет структурировать общество, создать иллюзию формирования культуры индивидуальных миров¹¹¹, не отказываясь окончательно от основных принципов существования массового общества и механизмов массовой культуры, определивших базовые законы интерпретации реальности в культуре XX в., которым подчинялось и телевидение.

Подведем итоги первой главы.

- Экранная интерпретация реальности формируется и распространяется техническими средствами, в рамках которых основным носителем информации является телевизионный экран.

- Для авторской телепередачи телевизионная реальность — это такая картина действительности, которая соответствует представлению о ней авторов программы и стоящим перед ними социальным задачам. Эта картина складывается из визуальных и звуковых элементов (выразительных средств) и технологических приемов их использования, сопоставленных (смонтированных) с учетом их воздействия на аудиторию.

- Одним из важнейших инструментов интерпретации реальности на телевидении, как и в кинематографе, является монтаж. Однако для телевидения магистральным и определяющим спецификой стал коллажный монтаж, позволяющий моделировать теле-реальность конкретной передачи из разнофактурных (по содержанию) компонентов.

- Интерпретация реальности на телевидении происходит в программах различных направлений вещания и жанров. Однако доминирующим жанром для телевидения является репортаж, позволяющий максимально полно выразить специфику телевидения как инструмента интерпретации реальности.

- Телевизионная реальность фрагментарна, т.е. не претендует на создание целостного образа реальности. В ней максимально жизнеподобные фрагменты могут соседствовать с подчеркнuto условными.

¹¹¹ О культуре индивидуальных миров см. подробнее: От массовой культуры к культуре индивидуальных миров: новая парадигма цивилизации // Сб. статей. М., 1998.

- Телевизионная реальность неоднородна, в ней есть сгущения (события) и пустоты. Телевизионное время может замедляться и ускоряться в зависимости от специфики события и формы его интерпретации. Однако доминирующим при этом оказывается время настоящее, через призму которого рассматривается и прошлое, и будущее.

- Пространство телевизионного действия тяготеет к расширению (выходу за границы студии), однако всегда сохраняет связь с замкнутым пространством студии, часто декорируемой атрибутами дома. Реальное пространство при этом интерпретируется телевидением как абсолютно проницаемое (то, чего не видит телевизионная камера, как будто не существует вовсе).

- Под воздействием изменений в культуре, идеологии и экономике стиль интерпретации реальности средствами телевидения меняется. В конце XX в. в моду входит клиповый монтаж, разрушающий жизнеподобную органику телереальности и собирающий из «осколков реальности» другую реальность. Постепенно проникая в разные сферы аудиовизуальной культуры, клиповый монтаж формирует у зрителя клиповое сознание и как следствие — клиповую культуру.

- Под влиянием эстетики постмодернизма и желательным элементом интерпретации реальности на телевидении становится вовлечение зрителей в процесс интерпретации. Зрителю предлагается не целостная картина действительности с четко определенными ценностями, а фрагменты-ребусы, разгадывая которые зритель вовлекается в «игру с реальностью».

- Сформировавшееся под воздействием философии постмодернизма, телевидение позволяет совмещать в пространстве телевизионной реальности и фрагменты авторских художественных картин мира, и картину мира массовой культуры, состоящую из представлений о мире и ценностях формульных жанров, таких как мелодрама, приключение, детектив, любовная история и т.д. Комбинируя в телевизионной реальности разнородные картины мира, телевидение активно участвует как в формировании медиа-реальности в целом, так и в формировании картины мира телезрителей.

Глава 2

ОСОБЕННОСТИ СОВРЕМЕННОЙ ИНДУСТРИИ ТЕЛЕВИДЕНИЯ И ИНТЕРПРЕТАЦИЯ РЕАЛЬНОСТИ

2.1. Гибридизация жанров и форматов на телевидении как игра с реальностью

Любой художник (вне зависимости от эпохи или вида искусства), интерпретируя реальность с помощью доступных ему средств, не абсолютно свободен. На него оказывают воздействие и специфика художественного инструментария, и законы избранного жанра, и исторически обусловленный тип образного мышления, его структура. Это хорошо известно специалистам по истории эстетики, констатирующим, что «единые типологические и структурные особенности, выражающиеся в стиле искусства эпохи, отливаются как бы в различные устойчивые стилистические единства, соответствующие различным направлениям искусства (социалистический реализм, критический реализм, модернизм)»¹. На основе каждого из этих единств «индивидуальное художественное сознание воспроизводит всякий раз себя в неповторимых художественных образах»². Стиль эпохи формируется, в частности, благодаря предпочтительному использованию в ходе творческой деятельности тех или иных жанров. По мнению С. Фрейлиха, «существующие в тот или иной период жанры взаимодействуют, образуя систему. Система жанров есть стиль»³.

По мнению В. Шкловского, жанры как «постоянно установленные обычаи — этикетки порядка осмотра мира»⁴ содержат в свернутом виде основополагающие элементы картины мира⁵. «История жанров, — писал Б. Алперс, — история развития обще-

¹ Борева Ю. Введение в эстетику. М., 1965. С. 244.

² Там же.

³ Фрейлих С.И. Теория кино: от Эйзенштейна до Тарковского. М., 1992. С. 253.

⁴ Шкловский В.Б. Тетива. О несходстве сходного. М., 1970. С. 28.

⁵ Об этом подробнее см. у А. Веселовского, Ю. Тынянова, М. Бахтина, Г. Пospelова. Интересно также современное исследование: Зейферт Е. Жанр и этническая картина мира в поэзии российских немцев второй половины XX — начала XXI века. ВМВ Verlag Robert Burau, 2009.

ственной психологии, рассказанная сложным языком меняющейся ткани драматического произведения»⁶. Каждый жанр имеет свою «жанровую атмосферу»⁷, т.е. комплекс художественных характеристик, свойственных каждому жанру.

Исследователи различных субкультур утверждают, что каждая субкультура «предпочитает воспринимать (и создавать) вполне определенный, столь же своеобразный пласт искусства»⁸, а пласты искусства, противоречащие их картине мира, члены субкультуры просто не в состоянии воспринимать. Например, дворянская субкультура в России XVIII–XIX вв. (после реформ Петра I) предпочитала заимствованные из европейской культуры формы драматургии и музыки⁹, которые были совершенно чужды крестьянской субкультуре, остававшейся верной фольклорной традиции с ее своеобразными системой жанров и картиной мира.

Своей популярностью в России XIX в. жанр романа¹⁰ обязан существенным изменениям в представлениях отечественного дворянства. А дальнейшим развитием — процессам смещения субкультур в пространстве индустриальных городов, жителям которых понадобились общие жанры и картины мира. М. Бахтин писал о романе: «Это единственный жанр, рожденный и вскормленный новой эпохой мировой истории и поэтому глубоко сродный ей»¹¹.

Литературные формулы, давшие начало формульным жанрам, тоже содержат в себе картины мира, определяющие систему ценностей героев произведения, а через них и читателей. Мир любовной истории, в которой романтические, эротические, сексуальные отношения являются основной ценностью и целью существования героев, существенно отличается от мира детектива. В нем может вообще не быть места даже романтическим отношениям мужчины-детектива и женщины. А если они и появляются в

⁶ Алперс Б.В. Театральные очерки: в 2 т. Т. 2. М., 1977. С. 517.

⁷ Акимов Н.П. Театральное наследие: в 2 кн. Кн. 2. Л., 1978. С. 278.

⁸ Цветущая сложность. Разнообразие картин мира и художественных предпочтений субкультур и этносов / под ред. К.Б. Соколова. СПб., 2004. С. 17.

⁹ Лотман Ю.М. Беседы о русской культуре. Быт и традиции русского дворянства (XVIII — начало XIX века). СПб., 2008.

¹⁰ Мелетинский Е. Введение в историческую поэтику эпоса и романа. М., 1986.

¹¹ Бахтин М.М. Эпос и роман. О методологии исследования романа // М.Б. Бахтин. Вопросы литературы и эстетики. Исследования разных лет. М., 1975. С. 447.

сюжете, то лишь для того, чтобы показать, что на свете есть множество гораздо более важных вещей. Такая ситуация, например, складывается в рассказах о Шерлоке Холмсе, где единственный намек на возможность романтического отношения Холмса к женщине встречается в рассказе «Скандал в Богемии». Ирэн Адлер, сумевшая перехитрить знаменитого детектива, вызывает у него интерес. В кинематографических интерпретациях этот интерес искусственно дотягивали до намека на возможную влюбленность Холмса. Однако в самом рассказе ничего подобного нет. Мир Холмса рационален до такой степени, что женщине в нем места нет. Каждый из формульных жанров строится по определенным законам, использует стандартные сюжетные ходы, оперирует общеизвестными символами и архетипами, а также культурными стереотипами того общества, в котором рождается конкретное произведение¹². Сходные процессы мы можем наблюдать, анализируя телевизионные зрелища.

На телевидении, хотя оно не стало искусством, жанр тоже долгое время играл важную роль, обуславливая выбор выразительных средств и режиссерских приемов, определяя меру условности и т.д. Поэтому проблема дифференциации телевизионных программ волновала и практиков, и исследователей с начала существования телевидения. Первоначальная дифференциация телевизионных программ предполагала жесткое разделение на телевизионную журналистику и телевизионное искусство. В основу дифференциации жанров телевизионной журналистики были положены жанры газетно-журнальной журналистики. Основой существующей до сих пор классификации стали работы Р.А. Борецкого¹³. Жанры телевизионной информации включали в себя информационное сообщение (видеосюжет), отчет, выступление, интервью и репортаж. Жанры аналитической публицистики — комментарий, обозрение, беседа, дискуссию, ток-шоу, пресс-конференцию, корреспонденцию («передачу»). Жанры художественной публицистики — очерк, зарисовку, эссе, сатирические жанры. Также в учебнике были описаны составные формы — журнал и канал. В особый раздел был выделен документальный телефильм. Эта классификация достаточно полно отражала теле-

¹² Рейтблат А.И. Указ. соч. С. 33–64.

¹³ Борецкий Р.А. Информационные жанры телевидения. М., 1961; *Он же*. Телевизионная программа. М., 1967.

визионную ситуацию, сложившуюся на отечественном телевидении в 1960-е и просуществовавшую до 1980-х годов. В ней даже нашлось место для новых западных телевизионных форм, таких как ток-шоу. Жанры художественного телевидения: телефильм и телеспектакль, телесериал, документальная драма, литературно-музыкальная композиция, телеконцерт, фильм-концерт, телевизионный балет, телевизионная опера, а также жанры телевизионной эстрады, телевизионные игры в классификацию не входили.

Справедливости ради следует отметить, что попытки рассматривать все телевизионные программы в совокупности предпринимались А.Я. Юровским, который доказывал правомерность отнесения к журналистике всего телевидения со всеми его тремя подсистемами (публицистической, художественной и научной)¹⁴. Тем не менее этот подход не получил развития. Изучение художественного телевидения было отдано искусствоведам¹⁵. Тем не менее разделение научной мысли о телевидении на два параллельных потока не прервали попыток ученых рассматривать телевизионную программу во всем ее жанровом многообразии. Пусть и на примере суженного объекта исследований, в частности, художественного телевидения, ученые все чаще задумывались о необходимости системного подхода к изучению телевидения¹⁶. Появление в начале 1980-х годов целого ряда работ, обобщающих опыт прошедших десятилетий, свидетельствует о том, что в тот период даже в рамках советского телевидения назрела необходимость пересмотра ряда позиций, сформулированных на стартовом этапе и нуждающихся в коррекции. В конце 1980-х годов ситуация еще усложнилась, поскольку в отечественном эфире появились программы по западным (в частности, американским) образцам. Форматы, по которым они были сделаны, на первых порах воспринимались как устойчивые жанры. Однако достаточно скоро стало понятно, что здесь отечественное телевидение столкнулось

¹⁴ Юровский А.Я. Телевидение — поиски и решения: Очерки истории и теории советской тележурналистики. М., 1983.

¹⁵ Вартанов А.С. Проблемы телевизионного фильма. М., 1978; Михалкович В.И. Изобразительный язык средств массовой коммуникации. М., 1986; Сабашникова Е.С. Третье рождение. М., 1982; Она же. Телевизионная эстрада. М., 1981; Она же. Традиционные виды искусства и СМК. М., 1987.

¹⁶ Нечай О.Ф. Телевидение как художественная система. Минск, 1981; Разлогов К.Э. Искусство экрана: проблемы выразительности. М., 1982.

с несколько иным явлением, возникшим под влиянием другой идеологии, культуры и технологии телепроизводства.

Пока отечественные теоретики 1990-х годов, активно включившиеся в дискуссию, спорили о том, можно ли считать ток-шоу жанром¹⁷, какова его специфика¹⁸ и что происходит с функциями телевидения¹⁹ при изменении политической, экономической и технологической ситуаций, телевизионные практики осваивали все новые западные форматы. Каждый новый формат вынуждал теоретиков вносить коррективы в свои выводы²⁰, что привело к возникновению конфликта между теоретиками и практиками телевидения. Если первые обвиняли вторых в слепом копировании сомнительных западных образцов²¹, то вторые вполне обоснованно подозревали первых в плохом понимании особенностей современной телевизионной индустрии. К сожалению, решением конфликта так и не стали ни открытая дискуссия о ценностях, ни создание комиссии, способной разобраться в фундаментальных теоретических понятиях, в частности, в понятии жанра, которое практики заменили новым понятием формата (о нем мы будем подробно говорить далее), и привести теорию и практику к общему знаменателю.

Организациями, бравшими на себя обязательства как-то формализовать и каталогизировать реалии телепроизводства, в разное время становились то фонд «Академия российского телевидения» (ранее «Российский фонд развития телевидения»), созданный в 1994 г., то НП «Медиакомитет», созданный в 2001 г., и другие группы профессионалов, стремящихся разобраться в многообразии телевизионной продукции. Однако приемлемой для всех классификации телевизионного контента так и не было выработано.

Важнейшими проблемами, затрудняющими работу, стали, во-первых, неопределенность основных терминов и понятий, а

¹⁷ Кузнецов Г.В. Так работают журналисты телевидения. 2-е изд. М., 2004.

¹⁸ Побережникова Е. Телевидение взаимодействия. Интерактивное поле общения. М., 2004.

¹⁹ Цешк В.Л. Телевизионная журналистика. История, теория, практика. М., 2004.

²⁰ Вакурова Н.В., Московкин Л.И. Типология жанров современной экранной продукции. Учебное пособие. М., 1997.

²¹ Борецкий Р.А. Осторожно, телевидение! М., 2002; Муратов С.А. ТВ-эволюция нетерпимости: История и конфликты этических представлений. М., 2001.

во-вторых, многообразие ответов, которые такая классификация должна давать. Если первую проблему со временем удалось решить, то общеупотребимый классификатор телевизионного контента так и не появился. Ведь он должен удовлетворять нужды ученых, изучающих медиапроцессы и медиакультуру, продюсеров, отвечающих за производство программ, юристов, регулирующих лицензионные соглашения и т.д. Классификатор, разработанный вышеупомянутым НП «Медиакомитет»²², отвечает потребностям производителей, но не достаточно точен с точки зрения теории телевидения.

В 2000-х годах появилось и несколько любопытных научных работ, предлагающих классификации, отвечающие интересам исследователей и преподавателей. Например, в основу классификации М.А. Мясниковой²³ положены родовые категории телеморфологии (монолог, диалог и синтез), отвечающие коммуникативной сущности телевидения. Метод морфологического анализа позволяет автору объединить в единую схему родовые, видовые («направления вещания») и жанровые категории, анализируя их в контексте стилевых, проблемно-тематических и программных категорий.

При всех достоинствах этой классификации в нее с трудом вписываются гибридные программы, соединяющие пропаганду, рекламу, журналистику, развлечение, просвещение, игру, телеспектакль и т.д. А ведь именно они наиболее характерны для современного телевидения и максимально ярко иллюстрируют состояние «синкрета» — нерасчлененного единства на телевидении различных видов творческой деятельности, конкурирующих между собой, которое М.А. Мясникова называет определяющим для концепции своего исследования. Именно в них реализуется магистральное направление современной интерпретации реальности — гибриды сфер реального, игрового и фиктивного, что подтверждают многие исследователи, в том числе Е.Л. Вартанова, отмечающая, что «смешанная в различных пропорциях серьезная информация о политике, экономике и развлечениях стала осно-

²² Методика по практическому применению и использованию «Единых требований (классификатора) к системам фиксации и расшифровки факта выхода в эфир телепродукции». М., 2008.

²³ *Мясникова М.А.* Морфологический анализ современного российского телевидения. Екатеринбург, 2010.

вой большинства телевизионных жанров для прайм-тайма — новостей, викторин, лотерей, игр, ток-шоу»²⁴.

По справедливому замечанию другого современного отечественного исследователя, пытающегося классифицировать зрелищно-развлекательное направление вещания, С.Н. Ильченко, сделать это, не порывая с традицией осмысления телевизионной журналистики как мессианской деятельности, крайне сложно. Сам Ильченко развлекательное телевидение дифференцирует по доминирующим видам творческой деятельности²⁵, причем игра тоже оказывается одним из таких видов.

Если коммуникативное намерение автора-публициста, по мнению Н. Клушиной, — «убедить читателя не просто в правоте, но именно в правильности авторского видения, авторской трактовки действительности. И весь публицистический текст организуется под контролем этой глобальной авторской интенции»²⁶, то создатели гибридных телевизионных передач с игровой составляющей оставляют своей аудитории гораздо больше свободы, так как та пропитана постмодернистской идеологией, не предполагающей существование одного правильного взгляда на мир.

Под влиянием глобальной индустрии досуга, в которую отечественное телевидение окончательно вошло к началу XXI в., оно стремительно теряет свой публицистический «мессианский» пафос. При этом традиционные жанры телевидения не исчезают вовсе и не просто мутируют, как было раньше. Сохраняя основные жанровые признаки, они образуют гибриды с жанрами зрелищных искусств. Благодаря этому телевизионные жанры приобретают дополнительный коммуникационный потенциал, в значительной мере разбавляющий не соответствующий ожиданиям новой аудитории коммуникационный потенциал публицистики. Например, дискуссия в телестудии именно таким образом превращается в ток-шоу, журналистское расследование в специальный репортаж (репортаж «под драму»²⁷), документальное кино в реалити-шоу

²⁴ *Вартанова Е.Л.* Медиаэкономика зарубежных стран. М., 2003. С. 60.

²⁵ *Ильченко С.Н.* Отечественное телевидение на рубеже веков. СПб., 2009. С. 187.

²⁶ *Клушина Н.И.* Лингвистика убеждения: интенциональные категории публицистического текста // Медиаскоп. <<http://www.mediascope.ru/node/67>>

²⁷ *Новикова А.А.* Репортаж про драму // Телерадиоэфир: история и современность. М., 2008. С. 77–98.

и т.д. Однако процесс гибридизации, хотя и является творческим актом, не происходит при создании каждого отдельного телевизионного произведения. Гибрид закрепляется на какое-то время в форме, называемой телевизионным форматом.

В узком смысле формат — шаблон, по которому делается программа, а в более широком — направление вещания. В это направление объединяются программы, сходные не только по формальным признакам, но и по той интерпретации реальности, которую они предлагают телезрителям. По мнению Г. Лазутиной, «понятие “формат” — так, как оно складывается в настоящий период, — чаще всего обозначает совокупность признаков какого-либо предмета коммуникации, выделяемых по тому или иному основанию для соотнесения его с другими предметами коммуникации. Эти признаки выступают в качестве критериев, по которым определяются возможность предъявления данного произведения аудитории и наиболее подходящая его подача. Так же, как площадь, объем, форма предметов определяют их место в вещном мире, так и формат определяет место информационных продуктов в процессе коммуникации. Поскольку в каналы коммуникации поступают и журналистские произведения, они тоже могут рассматриваться с точки зрения того места, которое должны занимать в каналах коммуникации на основании своих смысловых или формальных характеристик. Поэтому и возникает частичное совпадение объемов понятий “жанр” и “формат”»²⁸.

Такая интерпретация понятия «формат» действительно частично объясняет изменения, происходящие в современном коммуникационном пространстве. Однако получается, что «жанр» и «формат» существуют как бы в параллельных измерениях. На наш взгляд, это не верно. В. Цвик в своем докладе «Классическая теория жанров и современные телевизионные форматы»²⁹ акцентирует внимание на том, что формат включает в себя жанр и является «рыночным договором между продюсером и автором», а жанр — «негласный договор между автором и зрителем». Взаимо-

²⁸ Лазутина Г. Терминологическая дискуссия как экспертиза профессионального сознания и путь к конвенции // Медиаскоп. <<http://www.mediascope.ru/node/520>>

²⁹ Межкафедральный научный семинар «Динамика форматов и жанров в современных СМИ»: «Жанры и форматы телерадиовещания: современная практика и последствия трансформации». <<http://www.journmsu.com/wp-content/uploads/2010/03/Cvik.pdf>>

связь формата и жанра рождается «из взаимодействия трех сторон: продюсера или заказчика, автора и зрителя».

Действительно в условиях современной медиаиндустрии, подчиненной законам бизнеса, телепрограмма, как правило, не может быть штучным продуктом. Ситуация искусства, для которого каждое создание нового произведения есть «творение жанра»³⁰, была возможна на ранних этапах, совпавших в нашей стране со временем государственного (советского) финансирования телевидения, но не воспроизводится в современных индустриальных условиях. Собственно, понятие «формат» и было введено для оптимизации производственных процессов. С точки зрения медиаиндустрии формат — это характеристика программы, которая «используется для классификации ее формальной структуры, другими словами, показывает, как построена программа вне зависимости от ее содержания. В большинстве случаев эту характеристику программы можно правильно определить даже без просмотра»³¹.

Возвращаясь к процитированному выше выступлению В. Цвика, согласимся с ним в том, что разговор о формате только в рамках производственного процесса и регуляции отношений продюсера и автора не исчерпывает многогранности феномена. Кроме производителей программы, ее формат важен и зрителям, так как «события конструируются на экране в соответствии со спецификой формата, а не формат в соответствии со спецификой события»³². Формат — это границы условности, которые должны знать зрители, чтобы, воспринимая событие, чувствовать себя полноправными участниками игры с реальностью, а не жертвами манипуляций. И. Кемарская в своем определении формата исходит именно из ориентации на потребности зрителей: «Формат — это система договоренностей со зрителем каждой конкретной программы, это то, что делает ее уникальной, не похожей на других и похожей в каждом выпуске на саму себя»³³.

³⁰ *Дмитриев Л.А.* Драматургия. Законы экранного творчества. М., 2009.

³¹ Методика по практическому применению и использованию «Единых требований (классификатора) к системам фиксации и расшифровки факта выхода в эфир телепродукции». М., 2008. С. 35.

³² *David L., Robert P.* Media Logic. Sage Publications, 1979 (цит. по: *Цвик В.Л.* «Классическая теория жанров и современные телевизионные форматы»). <<http://www.journmsu.com/wp-content/uploads/2010/03/Cvik.pdf>>

³³ *Кемарская И.* Формат и телесценарий // Журналист. 2009. № 6. С. 40.

Используя понятие «формат телепередачи» в широком смысле, обычно говорят о формате новостей, ток-шоу, реалити-шоу, сериала, игрового шоу³⁴. Кроме того, говорят о форматной документалистике, понимая под ней «совокупность телевизионного контента, маркированного как документальный (фильм, цикл, сериал, детектив), в рамках которого установлены определенные стандарты производства»³⁵, причем методы конструирования реальности и границ ее интерпретации определяются предполагаемым рейтингом, т.е. коммерческой эффективностью формата.

При всей разнице этих форматов все они объединены одним важным для нас общим признаком — допущением переплетения документа и домысла (или вымысла). Такое переплетение гарантирует высокие рейтинги, так как позволяет удовлетворить одну из ведущих потребностей современного телезрителя: рассказать неизвестное об известном. Поэтому реконструкции событий при помощи актеров или статистов с помощью компьютерной графики и анимации включаются не только в ткань документальных фильмов или ток-шоу, но и используются создателями информационных программ. Функции информирования и просвещения на сегодняшнем телевидении тесно переплетены с развлечением и рекламированием товаров и образа жизни (эталонов потребления). Каждый телевизионный формат, чтобы быть востребованным, вынужден все время оставаться своеобразной ареной борьбы: массового вкуса и авангардных исканий, журналистики увлекательной и развлекательной (подчас благодаря пошлостям, ужасам или откровенному вранью), предлагая зрителю новые и новые формы гибридов.

Разграничивая понятия «жанр» и «формат», Г.В. Перипечина пишет: «Основное различие в содержании понятий “жанр” и “формат” мы видим в степени устойчивости присущих обозначаемым явлениям признаков: неизменных в жанре и вариативных в формате»³⁶. Неустойчивость признаков, присущих формату, а также то, что в большинстве случаев это признаки заимствуются

³⁴ Телевидение: режиссура реальности / под ред. Д. Дондурья. М., 2007.

³⁵ Манскова Е.А. Современная российская теледокументалистика: динамика жанров и средств экранной выразительности. Автореф. дисс. ... канд. филол. наук. Екатеринбург, 2011. С. 9.

³⁶ Материалы конференции факультета журналистики СПбГУ «СМИ в современном мире. Петербургские чтения». СПб., 2010. <<http://rus.jf.pu.ru/about/410/671.html>>

из жанров других зрелищных искусств, позволяет нам предположить, что гибридность — это определяющий признак телевизионного формата.

Некоторые исследователи определяют это явление через понятия диффузии, интерференции, химеризации и контаминации конкретных жанров³⁷. С позиций социологии, диффузия есть распространение черт культуры (например, религиозных убеждений, технологических идей, форм языка и т.д.) или социальной практики одного общества (группы) другому. В формате же взаимодействия форм-прародителей имеет иной характер. Не описывает его и понятие «интерференция», что в переводе со старофранцузского означает: мешать друг другу. Следовательно, это «любой процесс, в котором имеется некоторый конфликт между операциями или действиями, который снижает или сводит на нет результат действий»³⁸, «взаимодействие двух или большего числа одновременных или последовательных процессов, при котором возникает нарушение (подавление), по крайней мере, одного из них»³⁹. Однако в телевизионных форматах не происходит процесс взаимного подавления методов воздействия тех или иных жанров. Напротив, они обогащают и усиливают эффективность друг друга. Понятие контаминации тоже не слишком подходит, так как контаминация — это ошибочное соединение⁴⁰, а никакой ошибки при создании формата, как правило, не происходит. Под химеризацией в культурологии понимается «создание фантазийного образа путем комбинации черт различных реальных существ, с появлением нового смысла, отличного от суммы смыслов составляющих элементов»⁴¹. Однако «химеризация» основана на соединении несоединимого, а телевизионные форматы чаще всего соединяют вполне соединимые жанры, более того, их соединение вполне можно прогнозировать, как это делал М. Каган⁴².

³⁷ Вакурова Н.В., Московкин Л.И. Указ. соч.

³⁸ Оксфордский толковый словарь по психологии / под ред. А. Ребера. М., 2002. <<http://vocabulary.ru/dictionary/487>>

³⁹ Большой психологический словарь. М.: ОЛМА-ПРЕСС, 2004.

⁴⁰ Общая психология. Словарь / под. ред. А.В. Петровского; Психологический лексикон. Энциклопедический словарь: в 6 т. / под ред. А.В. Петровского. М.: ПЕР СЭ, 2005. (<http://slovari.yandex.ru>)

⁴¹ Шапинская Е.Н. Монструозный Другой в вербальных и визуальных текстах культуры // Полигнозис. 2010. 1–2(38). <<http://www.polygnosis.ru/default.asp?num=6&num2=507>>

⁴² Каган М.С. Морфология искусства. Л., 1972.

Говоря о конструировании форматов, точнее всего использовать слово «гибридизация». Под гибридностью вслед за Е. Чернокожевой, вводящей это понятие в современный культурологический обиход, мы понимаем «наличие в одном двух или более феноменов, которые как-то разделены, и мы в состоянии увидеть и зафиксировать это различие, после чего целесообразно говорить об их совмещении»⁴³. Понимая гибридизацию как синтез, Е. Чернокожева подчеркивает, что «в гибриде синтез может длиться лишь мгновение, при этом он подразумевает новую гибридизацию общего поля. Таким образом, вышеупомянутая гибридизация не исчезает, границы ее становятся проницаемыми»⁴⁴.

Телевизионные форматы подвержены постоянному процессу переформатирования, но при всех изменениях в них легко можно обнаружить элементы нескольких базовых жанров, которые совмещены в единое целое. Форматы, как и жанры, содержат в «свернутом виде» картину мира и систему ценностей. В этом смысле формат — это идеология. При переформатировании эти ценности не меняются кардинально, но некоторые из них выходят на авансцену, а другие отходят на периферию. Изучение динамики форматов позволяет нам уловить те изменения в жизни общества, которые происходят здесь и сейчас.

В телевизионных форматах синтез различных жанров может проявляться и на уровне жанровых признаков, и на уровне телеинтерпретации реальности. Несмотря на стабильность формы и повторяемость элементов телевизионных форматов (так называемых сценарных модулей)⁴⁵, которые и гарантируют упрощенное тиражирование индустриализированных телевизионных зрелищ, на уровне интерпретаций реальности синтез жанров может быть мимолетным. Например, в ток-шоу могут легко сочетаться эпизоды, где между гостями студии разворачивается серьезная дискуссия, а в следующем модуле зрителям предлагается постановочный конфликт двух героев, который не может быть воспринят как аргумент в только что происходившей дискуссии. Он подан как театральным дивертисмент, воздействующий на зрителей своим эмоциональным зарядом. Такой синтез часто встречается, например, в ток-шоу «Пусть говорят» («Первый канал»).

⁴³ Чернокожева Е. Гибридология: сущность и методологические перспективы // Развлечение и искусство / под ред. Е.В. Дукова. СПб., 2008. С. 23.

⁴⁴ Там же.

⁴⁵ Кемарская И. Телевизионный редактор. М., 2009.

В синтетическом формате программы «Модный приговор» (Первый канал) доминирующим оказывается театрализованный судебный процесс (разновидность документальной или исторической драмы). Для этого вида зрелищ типична крайняя поляризация точек зрения (деление на правых и виноватых) и категоричность оценки событий. Однако то ведущий, то соведущие, то приглашенные эксперты отступают от заданного стиля. Порой в их высказываниях появляются реплики, свидетельствующие о том, что поступки и вкусы «подсудимой» не могут быть оценены однозначно. За ней признается право на оригинальность, манеру одеваться, взгляда на отношения с близкими и друзьями, а также с окружающим миром. Иногда в ходе шоу завязывается дискуссия или внимание зрителей привлекает видеопортрет героини в домашнем или служебном интерьере. Так, в одной из программ важное место занял гражданский муж героини, настаивавший на том, что жена не должна носить брюки и короткие юбки, а в отношениях необходимо сохранять восточную традицию семейного уклада.

Гибкость форматов, проявляющаяся, в частности, в работе по модульному сценарию, позволяет быстро откликаться на требования современности и трансформировать форму в соответствии с новыми запросами аудитории. Движущей силой переформатирования может быть творческая личность (продюсер, редактор, журналист), которая одновременно будет и хранителем формата, не позволяя команде, занятой производством по шаблону, размывать этот шаблон, и создателем нового успешного формата, лучше отвечающего ожиданиям зрителей.

Телевизионные форматы, как и другие виды гибридов, которыми полна современная культура, постоянно находятся в состоянии переформатирования и заимствования признаков, приемов и методов воздействия из жанров других зрелищных искусств. Здесь уместно вспомнить М.М. Бахтина, который утверждал, что в жанре всегда сохраняются неумирающие элементы архаики. Вышесказанное можно отнести и к формату, который всегда сохраняет элементы жанров, осовременивая их с помощью постоянной «бомбардировки» чуждыми элементами. Это стремление формата к переформатированию И. Кемарская расценивает как проявление мутации жанров⁴⁶.

⁴⁶ Кемарская И. Переформатирование как проявление мутации жанров // Наука телевидения. 2008. Вып. 5. С. 86–94.

Потребность общества в подвижной системе жанров проявлялась и ранее. Она возникала на каждом из важных этапов трансформации структуры общества. Об этом феномене размышлял Ю. Тынянов: «В эпоху разложения какого-нибудь жанра он из центра перемещается в периферию, а на его место из мелочей литературы, из ее задворков и низин wpłyвает в центр новое явление. <...> Так стал бульварным авантюрный роман, так становится сейчас бульварною психологическая повесть»⁴⁷. Хотя в начале XX в. для описания этого явления и находили иные слова, но суть процесса, на наш взгляд, одна и та же. Убыстрение ритма жизни привело к тому, что перемещение жанра из центра в периферию и его последующий уход со сцены происходит столь быстро, что он просто не успевает «отвердеть» и обрести постоянные признаки.

Формат каждой программы определяется «продюсерской библией», содержащей алгоритм воспроизводства определенной модели телереальности. Но и форматы в более широком значении — форматы ток-шоу, реалити-шоу, игрового шоу, формат новостей и сериала — определяют существенные черты телереальности: пространства и времени, приоритетных ценностей, среди которых важнейшей остается готовность к игре.

Формат как модель телереальности ярче всего проявляет себя в программах из сферы «игрового». Для примера проанализируем характерные черты телереальности телевизионной игры, реалити-шоу и ток-шоу. Все они помещают реальных людей в вымышленные, искусственно созданные условия.

В классическом понимании, традиционно возводимом к исследованию Й. Хейзинги «Человек играющий», игру называют «свободной деятельностью, которая осознается как “невзাপравду” и вне повседневной жизни выполняемое занятие, однако она может целиком овладевать играющим, не преследует при этом никакого прямого материального интереса, не ищет пользы, — свободной деятельностью, которая совершается внутри намеренно ограниченного пространства и времени, протекает упорядоченно, по определенным правилам и вызывает к жизни общественные группировки, предпочитающие окружать себя тайной либо подчеркивающие свое отличие от прочего мира всевозможной маскировкой»⁴⁸.

⁴⁷ Тынянов Ю.Н. Литературный факт // Ю.Н. Тынянов. Поэтика. История литературы. Кино. М., 1977. С. 255–269.

⁴⁸ Хейзинга Й. Homo ludens. В тени завтрашнего дня. М., 1992. С. 24.

В этом определении уже даны очертания того взгляда на реальность, которую предлагает игра. Во-первых, она совершается внутри намеренно ограниченного пространства и времени. На телевидении это пространство может быть ограничено рамками студии, если игра разворачивается только в ней, например «Своя игра» (НТВ), или границами стадиона, если речь идет о спортивной игре, или специально оборудованного здания (например, «Ключи от форта Боярд»), или территорией острова (как в реалити-шоу «Последний герой») и т.д. Во-вторых, действия и роли игроков заданы заранее озвученными правилами, которые определяют своеобразные социальные отношения играющих (либо они одиночки, и каждый в игре «сам за себя», либо они играют командами, когда одни «свои», а другие — «чужие»).

В любой игре важную роль играет судья. В телевизионной игре это чаще всего ведущий — главный и порой единственный постоянный персонаж специфического телевизионного зрелища под названием «телевизионная игра», которое Е. Сабашникова назвала «документальным спектаклем». Ведущий в игре редко бывает героем «безусловно положительным». Этому мешают его задачи, ведь он не только хранитель традиций (правил игры), но и провокатор экстремальных ситуаций. Эта задача роднит его с традиционным злодеем формульной приключенческой литературы. Ведь в приключенческом произведении герой преодолевает препятствия и опасности, возникающие в результате козней злодея. Участники телевизионной игры тоже преодолевают препятствия и опасности (пусть чаще всего не угрожающие их жизни, но выводящие участников игры за границы обыденности, дарящие им острые ощущения), а «виновником» возникновения экстремальной ситуации становится единственно известное зрителям лицо от телевидения — ведущий. Как и злодеи формульной литературы, «телевизионные злодеи» не лишены обаяния. Зритель никогда не теряет ощущения, что он «мучает» героев понарошку ради удовольствия аудитории. Это всегда угадывалось в поведении и В. Ворошилова в «Что? Где? Когда?», и Л. Якубовича в «Поле чудес», и А. Маслякова в «КВН», и Д. Диброва в «О, счастливчик!» и др.

Как и в любом другом приключенческом произведении, герой телевизионной игры стремится к награде. В литературе и в кино он обычно ищет клад или выполняет какую-то этически важную миссию, на телевидении кладом становится приз, а эти-

ческой миссией — испытание на прочность (как ни громко это будет звучать применительно к массе низкопробных телевизионных игр). Вместо любви привлекательной девушки (традиционной награды, ожидающей героя приключенческого романа) герой телевизионной игры получает любовь телезрителей — хотя бы на мгновение становится звездой. А если речь идет об играх с более или менее постоянным кругом игроков, то их герои могут претендовать на изменения социального статуса и всей своей жизни за счет вступления в общественную группировку, о которой говорится в приведенной выше цитате Й. Хейзинги. Эта группировка отличается участников игры от прочего мира. Яркий пример: игроки «КВН» и «Что? Где? Когда?», с советских времен и до сих пор продолжающие играть, писать сценарии или просто перешедшие работать на телевидение.

Привлекательность мира игр, в частности, игр телевизионных, коренится в том, что в отличие от обыденной жизни их участники действуют по строго определенным правилам и готовы подчинить свою волю чужим требованиям. Они добровольно соглашаются стать марионетками, отказаться от традиционного для современного общества индивидуализма в пользу более древнего примата коллективизма. Участники игры «Ключи от форта Боярд» вынуждены за короткий срок не только научиться жить по правилам, стилизованным под образ жизни человека Средневековья, но и поступаться личным ради общественного. Эта телевизионная игра, кстати, подтверждает тезис М. Маклюэна о том, что «социальные практики одного поколения обычно кодифицируются в “игру” следующего»⁴⁹.

Участникам реалити-шоу тоже предлагают специфические условия игры, которые вынуждают их проявлять те или иные свои качества, и ограничивают пространство действия. Совокупность рожденных в ходе игры аттракционов при монтаже выстраивается в более или менее последовательно развивающийся сюжет, тяготеющий к одному из формульных жанров.

В настоящее время американские, а вслед за ними и отечественные теоретики массмедиа выделяют следующие типы реалити-шоу: *шоу-наблюдение* (реалити-шоу в документальном стиле, «документальное мыло» в отечественном эфире — таким было

⁴⁹ Маклюэн М. Понимание медиа: внешние расширения человека. М., 2003. С. 272.

наше первое шоу «За стеклом» (ТВ-6), сделанное в формате известного во всем мире «Большого брата»); *шоу на выживание*. В них по условиям игры группа людей помещается в предельно сложные условия, например, их привозят на необитаемый остров, как в «Последнем герое» («Первый канал»), или в незнакомую страну («Голод», ГНТ) и заставляют добывать себе пищу, преодолевать трудности, провоцируют конфликты и т.д., в результате всего этого победителем должен остаться один игрок — сильнейший; *шоу талантов*. В отечественном эфире это имевшие успех программы «Стань звездой!» (РТР — «Россия») и «Фабрика звезд» (ОРТ — «Первый канал»). В ходе передачи из способных юношей и девушек делали звезд шоу-бизнеса; к этому же типу относится американское шоу «The Apprentice» («Подмастерье»), в нашем варианте «Кандидат» (REN-TV), а также шоу «America's Next Top Model» («Следующая топ-модель Америки»), посвященное модельному бизнесу (русский аналог — «Ты — супермодель», СТС), где группа экспертов выносила свое мнение о профессиональной пригодности участвовавших в шоу девушек; *шоу знакомств* (в этом варианте основной заботой участников являются поиски «настоящей любви», процесс этот может быть как нелепым и извращенным, например, игроки — одна девушка и четверо мужчин — оказываются в прямом смысле слова скованными одной цепью, так и изящным, например, группа молодых и красиво одетых людей отправляется в морское путешествие, чтобы на борту роскошной яхты попытаться по-настоящему влюбиться; *шоу о профессии*. Например, «Судебные шоу», в ходе которых зрителю показывают настоящие судебные разбирательства, проходящие в настоящем судебном зале с настоящим судьей, «Полицейские шоу» — операторы следят за работой настоящих полицейских, раскрывающих преступления и арестовывающих преступников, после чего к документальному материалу добавляются инсценированные эпизоды, которые помогают воссоздать целиком ход расследования, «Медицинские шоу» — консультации врачей происходят прямо перед камерой, а пациенты не только рассказывают о симптомах заболеваний, но и раскрывают душу, жалуясь на жизненные проблемы.

Практически все реалити-шоу вне зависимости от своей экстремальности тяготеют к «формуле приключения». Это связано с тем, что участники вырываются из ритма повседневной жизни и начинают существовать по законам игры, которые должны при-

вести к определенной цели — выигрышу. Эмоции, которые они проявляют в ходе игры, могут придавать этому приключению аромат мелодрамы, любовной истории, детектива и т.д., и уже в этом случае можно говорить о гибридизации формульных жанров. Чтобы действие реалити-шоу развивалось легко и стремительно, оно должно иметь четко прописанный сценарий. Его не было в реалити-шоу «За стеклом», поэтому оно привлекало зрителей лишь возможностью телевизионного вуаеризма, что было нашей аудиторией в новинку. Создатели следующих проектов имели четкий модульный сценарий развития событий, который был частью так называемой продюсерской «библии» — свода правил, по которым следует производить купленные программы.

Подобный сценарий реалити-шоу «Последний герой-1» описывает ее редактор И. Кемарская: «Каждая серия делилась на три части: одна, побольше, собственно реалити-шоу, вторая и третья — поменьше, соответственно игра и ток-шоу (Конкурс и Совет). В свою очередь, реалити-шоу, которое на момент исследования было нам знакомо только по не очень внятному термину, представляло собой искусный монтаж эпизодов, происходивших поочередно в двух соревнующихся племенах»⁵⁰.

Предлагаемая схема позволяет гибридизировать в рамках одного зрелища элементы документального фильма, имитирующего репортаж с места события, игру, участники которой проходят ряд испытаний, демонстрируя свои способности и черты характера, и дискуссию, где игроки обсуждают поведение друг друга и принимают решение: кто должен покинуть «поле боя». При необходимости дискуссия может быть заменена (или обогащена) интервью, в котором участники делятся своими впечатлениями, как бы выходя на авансцену. Эти три основополагающие составляющие были и в программе «Что? Где? Когда?» В. Ворошилова. Телезрители программы имели возможность «отстраненно», как бы «сверху» наблюдать за общим ходом события (и игрой, и реакцией членов клуба), видеть игру «изнутри», как бы глазами игроков (одна из камер демонстрировала процесс обсуждения крупным планом), слушать интервью, которые часто брал у членов команд сам В. Ворошилов. В беседе с Е. Сабашниковой, состоявшейся задолго до появления реалити-шоу, он говорил: «Когда мы собираемся и обсуждаем предстоящую игру, то я набрасываю кое-

⁵⁰ Кемарская И. Телевизионный редактор. М., 2004. С. 93.

какие предполагаемые вещи. Например, может состояться дуэт Царькова с Нурали — хорошо бы проследить за этим <...> может случиться подсказка, если рядом будет стоять такой-то игрок <...> Может, они увлекутся провокационной частью вопроса или внешней стороной предмета... И здесь мы предварительно набрасываем, кто за кем будет следить; но все это ориентировочно, потому что, как правило, всегда случается что-то неожиданное. Это-то и есть самое интересное. И тогда каждый должен мгновенно принимать самостоятельные решения. Тут уже все решает талант, умение ориентироваться в экстремальных условиях, непредвиденных ситуациях»⁵¹. В те годы еще не было термина «модульный сценарий», которым сейчас пользуются все создатели телевизионных игр, реалити-шоу и ток-шоу, но жесткая схема программ у авторов «КВН» и «Что? Где? Когда?» уже была. Постоянный порядок конкурсов или этапов освещения события давал возможность сохранять динамику развития действия, держать внимание аудитории. В такой сценарий заложена и возможность гибридизации, так в «КВН» игра-викторина гибридизировалась с эстрадным концертом самодеятельных коллективов. Причем по мере ужесточения цензуры концерт занимал в игре все большее место, так что на определенных этапах истории программы негативные отзывы о ней были связаны с почти абсолютным превращением в концерт.

Все эти программы принадлежат к сфере игрового, но граничат со сферой фиктивного. Стоит только в реалити-шоу заменить обычного человека на актера, который играет обычного человека, как игра превратится в имитацию жизни. Тогда вместо репрезентации реальности, которая привлекает зрителей в реалити-шоу, получается симуляция репрезентации. Впрочем, по мнению ряда исследователей, в частности, представителей знаменитой франкфуртской школы, телезритель склонен воспринимать эту симулированную действительность как подлинную жизнь⁵². Идентифицируя себя с героями реалити-шоу и телевизионных игр, люди, склонные верить в подлинность их эмоций и сопереживать им, узнают в событиях на экране события реальной жизни.

Это, в частности, обусловлено тем, что разворачивающиеся в реалити-шоу, играх, ток-шоу ситуации базируются на исходном

⁵¹ *Сабашникова Е.С.* Диапазон: Рассказы о телевизионных режиссерах. М., 1987. С. 29.

⁵² *Хоркхаймер М., Адорно Т.* Диалектика Просвещения. М.; СПб., 1997.

документальном материале (жизненных ситуациях-прототипах), но утрируют его, чтобы сделать более «выпуклым», однозначным. В результате на экране появляются своеобразные пародии на повседневные, стандартные жизненные ситуации. В замкнутом пространстве гостиничных апартаментов, как в шоу «За стеклом», или на экзотическом острове, как в «Последнем герое», человеческие конфликты, провоцируемые сценаристами, получают особую остроту. Тем более что подбирают участников шоу, учитывая психологические типы и особенности характера, подталкивающие их к принятию на себя определенной роли, соответствующей одному из классических театральных амплуа.

Просмотр реалити-шоу — это не только развлечение и снятие стресса, это еще и способ осмысления жизни для тех, кто на это способен и к этому склонен. Они получают возможность понять, чего не хватает нашей культуре, в чем она нуждается. При появлении в нашем эфире экстремальных шоу, например «Фактора страха», в прессе заговорили о том, «почему бухгалтеры и инженеры мечтают прыгнуть с небоскреба»⁵³. Анализируя реалити-шоу, ток-шоу, игры, западные исследователи делают вывод, что мы хотим жить в толерантном мире, где раса, гендер и сексуальная ориентация не имеют никакого значения, где сложные проблемы получают индивидуальные, терапевтические решения, где «отклонение от нормы легко узнается и быстро и справедливо наказывается»⁵⁴.

Еще ярче, чем в реалити-шоу, эти ожидания проявляются в ток-шоу. В нем реальные люди тоже поставлены в нереальные обстоятельства, но эти обстоятельства имитируют реальные еще больше, чем реалити-шоу. Прототип ток-шоу — народное вече или суд. Обязательным условием для существования ток-шоу является множественность точек зрения на проблему и точек съемки зрелища. О каких бы вопросах не шла речь в обсуждении — о политике, жизни общества или семейно-бытовых неурядицах, зритель должен услышать несколько точек зрения по проблеме, посмотреть на нее глазами разных людей, причем обязательно не только специалистов в обсуждаемом вопросе, но и «народа».

⁵³ Так называлась статья Оксаны Фоминой об этом шоу в газете «Комсомольская правда» от 13 марта 2003 г.

⁵⁴ *Гриндстафф Л.* «Реальное телевидение» и политика социального контроля // Массовая культура: Современные западные исследования. М., 2005. С. 86.

«Голос толпы» (или «глас народа») — не менее важный персонаж ток-шоу, чем ведущий или гость-эксперт. С выполнением этой задачи связаны и выбор героев, и организация пространства студии, и специфика монтажа.

Для ток-шоу крупность плана, точка зрения, ракурс съемки не менее важны, чем для реалити-шоу. Разнообразие мизансцен определяется особенностями единой декорационной установки и числом камер, занятых в ходе съемки. Современные студийные комплексы представляют собой конструкцию, состоящую из множества эстакад, нескольких трибун, на которых можно размещать зрителей, огромного центрального подиума и винтовых лестниц, ведущих к нему. Все эти элементы легко поддаются монтажу и демонтажу силами технических работников телецентра. Кроме того, существует возможность менять декорации и интерьер по ходу передачи, если она идет в записи или в «хоккейном» варианте прямого эфира⁵⁵. Как правило, для записи ток-шоу используется несколько камер. Например, в ток-шоу «Жди меня» одна из камер находится как бы на последнем ряду зрительного зала, давая аудитории возможность видеть происходящее глазами обычного зрителя. Одновременно такая точка съемки позволяет человеку у экрана видеть события чуть сверху, что оставляет у зрителя ощущение некоторого отстранения, нахождения «над схваткой». Другие камеры дают средние и крупные планы ведущих, общий план зрительного зала снизу вверх. Особое место в художественном решении программы отдано крупным планам героев и зрителей в зале. Камеры пристально следят за реакцией людей, после долгих лет разлуки нашедших своих родных. Режиссеры чередуют показ кадров, заранее снятых в том месте, где проживают найденные люди, с крупными планами лиц их близких, которые смотрят этот видеоматериал в студии. Телезрители становятся свидетелями тщательно скрываемых или поражающих своей откровенностью эмоций. Как и предсказывал Г. Товстоногов⁵⁶, чуть заметное дрожание уголков губ, медленно собирающаяся в уголках глаз слеза, неестественно напряженное лицо становятся главным зрелищем телепередачи.

⁵⁵«Хоккейный» вариант позволяет выход в эфир практически сразу после записи и минимального монтажа.

⁵⁶ *Товстоногов Г.* Билет в 10-й ряд // Телевидение и радиовещание. 1973. № 9. С. 11.

Не только лица и переживания людей привлекают внимание зрителей ток-шоу. Не менее важна возможность ощутить себя участником игры. Ведь ток-шоу — это игра с элементами состязания, удачи и симуляции. В викторине телезрители тоже играют в нее наравне с участниками и зрителями в студии. Они одновременно с игроками пытаются отгадать заветное слово и получают удовольствие от того, что делают это быстрее. Только в ток-шоу телезрители стремятся разрешить сложную жизненную ситуацию, пофантазировать, как бы он повел себя в подобном случае. Причем «отгадка» в одном случае формулируется в заключение программы ее ведущим, а в другом — обозначена лишь намеками, так что каждый может продолжать считать свое решение единственно правильным.

Для того чтобы телезритель догадался, что его тоже приглашают к соучастию в игре, в студии ток-шоу всегда располагаются зрители, которые могут давать свои комментарии и/или участвовать в голосовании («Народ хочет знать», ТВЦ, «Свобода слова», НТВ). Причем в последнем случае электроника фиксировала даже эмоциональную оценку зрителями произносимых экспертами реплик. Иногда голосовать предлагают и телезрителям: чаще всего по телефону («К барьеру», НТВ). Призом телезрителю, угадавшему «правильный ответ» и проголосовавшему, «как большинство», становится ощущение, что в мире несмотря ни на что все-таки царит справедливость, за добро и зло человек получает моральное воздаяние. Это ощущение — часть мелодраматической картины мира, о которой мы уже не раз упоминали. В отличие от реалити-шоу ток-шоу имеет своим стержнем мелодраму.

Чтобы окончательно уверить зрителей в «мировом масштабе» происходящего, художники стилизуют студийное пространство некоторых ток-шоу под «макет мира». Например, студию программы «К барьеру!» (НТВ) Г. Гамалея описывает следующим образом: «Камера, панорамируя с верхней точки, вовлекает зрителя в пространство не просто студии, но мира, рассеченного по диагоналям на сегменты (секторы), которые состоят из множества точечных цветовых частиц, как мозаичная картина идеального круга, с выделенным в центре квадратом — местом действия героев встречи. Этим движением камера достигает эффекта слитности всех частей, согласия плоскости и объемы, контраст цвета, панораму пространства действия, — это все выводит ток-шоу за рамки

камерной программы. <...> Пространство драматургии (действия) программы В. Соловьева акцентировано сочетанием бело-сине-красного — цветов национального флага. Цвет подчеркнут и цветом круга действия, и фоном (задника) дуэльного квадрата, титрами, показывающими активность зрителей»⁵⁷.

Оформление студии программы «Жди меня» тоже настраивает зрителей на «зрелище мира». Стеклообразные квадратики потолка-купола множат отражения зрителей, как бы подсказывая им, что люди, ставшие сегодня героями программы, такие же, как мы, а их горе и радость — наши горе и радость. Они выдернуты создателями передачи из толпы, из небытия неизвестности, и после эфира обречены вернуться в него. Но за это короткое время они станут телезрителям почти родными, а значит, теперь толпа уже не безлика. Она будет состоять из личностей, чья жизнь и опыт бесценны. Это ощущение укрепляет и специфическое освещение студии, которое возникает благодаря тому, что осветительные приборы закреплены на большом металлическом кольце. Когда оно начинает раскачиваться, лучи света как будто шарят по студии, отыскивая, кого в следующий раз выхватить из толпы и сделать героем программы.

Семейно-бытовые ток-шоу, живущие по законам мелодрамы, «показывают добрых и злых людей в трагических или трогательных ситуациях», «стараясь взволновать зрителя не столько значимостью текста, сколько сценическими эффектами»⁵⁸. Повествовательная структура мелодрамы незыблема: «любовь, предательство, приносящее несчастье, торжество добродетели, кара и награда, преследование как “стержень интриги”»⁵⁹. Аналогична и структура обсуждения проблемы в ходе ток-шоу. Например, в одном из выпусков ток-шоу А. Малахова «Пусть говорят» («Первый канал», 26 апреля 2005 г.) обсуждалась тема «Их лишили детей». Его героиня ушла в родильный дом, оставив с отчимом и его матерью маленьких детей. Напившись, те бросили малышек на произвол судьбы: без присмотра и без еды. Ребят спасли соседи и пожаловались в органы опеки. Мать на время лишили родительских прав. В этой истории мелодраматический сюжет очевиден:

⁵⁷ Гамалея Г. Моделирование пространства на отечественном телевидении // Наука телевидения. 2005. Вып. 2. С. 18.

⁵⁸ Пави П. Словарь театра. М., 1991. С. 174–175.

⁵⁹ Там же.

любовь (попытка матери создать семью с другим мужчиной, рождение нового ребенка) — предательство (она рождает ему ребенка, а он бросил ее детей от другого брака) — несчастье (страдания детей, судебное разбирательство) — возмездие (лишение родительских прав) — награда (зрители понимают, что мать оказалась в безвыходном положении, и сочувствуют героине).

Преследование же, которое держит интригу, заложено в самом ходе обсуждения. Оно очень похоже на допрос. Ведущий — «судья» просит женщину рассказать свою историю, задает ей наводящие вопросы, которые должны спровоцировать ее на сообщение подробностей, обличающих и ее, и других участников событий: Продолжает ли она поддерживать отношения с этим мужчиной? Интересовалась ли она, будучи в роддоме, как чувствуют себя старшие дети? Кроме «обвиняемой» в ток-шоу выступают «свидетели», которым тоже задают трудные вопросы, например, лучше ли детям в детском доме, чем с родной матерью?

В другом выпуске программы «Пусть говорят» рассказана история женщины, которая решила с помощью суррогатной матери произвести на свет внука от умершего два года назад сына, используя его сперму, которая хранилась все это время в израильском госпитале. В этой истории тоже есть любовь матери к сыну, есть трагедия — смерть сына от рака, есть предательство — родные не поддержали идею женщины. Бабушку осуждают и близкие, и представители церкви, бывшая девушка ее сына не захотела участвовать в этом эксперименте и рожать ребенка от мертвого возлюбленного. Права бабушки на воспитание внука не признают и государственные органы. Но ее все же ждет награда — комментарии и вопросы ведущего к ней и ее оппонентам с очевидностью доказывают, что создатели передачи считают ее героиней. («Сейчас мы узнаем, что думают друзья и знакомые о поступке *мужественной* бабушки». «*Должен ли человек в принципе противостоять ударам судьбы*, не правильнее ли смиренно нести свой крест?» (курсив наш. — А. Н.) И все же, несмотря на явное сочувствие, организаторы шоу подвергают бабушку «перекрестному допросу», заставляя еще раз выслушивать все претензии, которые могут предъявить ее противники. Это ли не преследование как стержень интриги!

Несмотря на то что создатели ток-шоу утверждают, что все истории, рассказанные в студии, подлинны, телезритель часто не оставляет чувство, что многие из этих ситуаций неправдоподоб-

ны. «Телевидение возвращает человеку “себя”, — пишет по этому поводу В. Зверева, — но уже не в качестве идеализированного героя, а как проблематичного, странного индивида, чьи приземленность и отклонения от нормы, инвертированность приватного и публичного утверждаются в качестве само собой разумеющейся обыденной реальности»⁶⁰. Но как ни трудно поверить в существование родителей, спокойно финансирующих семью своего сына, состоящую из юного мужа, двух его жен и трех малолетних детей, зрители готовы обсуждать эту ситуацию со всей серьезностью. Причем их в этом убеждают не только ведущие, но и другие гости, поскольку на большинство семейно-бытовых шоу обычно приглашают нескольких героев, оказавшихся в сходных ситуациях. И тогда трагическая случайность (например, собака сняла скальп с ребенка) предстает почти как норма жизни, ситуация, с которой все могут столкнуться в повседневной практике. А ведь на самом деле все истории, становящиеся предметом обсуждения семейно-бытовых ток-шоу, — это аттракционы. Мальчик, рожденный от умершего отца, — одновременно и аттракцион-рекорд, и аттракцион-дикивина. Поступок его бабушки воспринимается как аттракцион-запрет, аттракцион-скандал, аттракцион-риск. Собрание на ток-шоу матерей, в разных ситуациях потерявших детей, — аттракцион-смерть, аттракцион-жестокость.

Постоянный телезритель таких ток-шоу может начать воспринимать реальность так, как предлагают это делать ее интерпретаторы — создатели ток-шоу: мир полон беззакония, где нельзя ни на минуту расслабиться. Но, как правило, этого не происходит. Так же как читатели формульной литературы, например детективов, не ищут под каждым кустом трупы (хотя именно так порой выглядит мир в сочинениях некоторых авторов современных детективов), зрители ток-шоу умеют отделять «образ реальности», предстающей на экране, от повседневной жизни. Несмотря на узнаваемость отдельных ситуаций, черт и манер поведения героев ток-шоу, зрители сознательно или подсознательно ощущают их «масками», а рассказанные истории — утрированными схемами, лишенными жизненной достоверности. Так что идентифицировать себя с ними и их злоключениями оказывается достаточно сложно. Но эмоции все эти истории все равно вызывают.

⁶⁰ Зверева В. Репрезентация и реальность // Отечественные записки. 2003. № 4 (13). С. 339.

«Их чувства и речи, преувеличенные и едва ли не пародийно звучащие, легко узнаваемы зрителями и вызывают дешевый катарсис»⁶¹, — пишет П. Пави о героях мелодрамы, и это вполне применимо к персонажам не только «мыльных опер», ситкомов и драмеди, но и телевизионных игр, реалити-шоу и ток-шоу. В такой ситуации не важно, действительно ли рассказываемая история происходила с этим человеком или она придумана, документальный персонаж сейчас перед глазами зрителей, самостоятельный или начинающий актер, натурщик. Все равно зритель уже принял «правила игры» и готов прожить в «условной реальности» столько, сколько предполагает хронометраж программы.

Советы как жить этот зритель готов получать не только от профессиональных психологов, но и от звезд кино и театра, и от простых домохозяек, считающих себя экспертами в семейных делах. Ведь истории героев ток-шоу, как правило, настолько не-тривиальны, что дельные советы в таких случаях все равно невозможны. Точнее всего состояние героев таких программ определил А. Гордон названием одной из своих программ, вышедшей на канале НТВ, — «Стресс». Реальный герой или героиня ток-шоу А. Малахова «Пусть говорят», или «Лолита. Без комплексов», или «Жди меня» находится в состоянии стресса: боится, как бы бывший супруг не отобрал у нее ребенка, сожалеет об ошибках молодости, пытается заставить мужа платить алименты, нуждается в помощи пластического хирурга, в детстве подвергался насилию со стороны родителей, не смог найти контакт с братьями и сестрами, пережил измену мужа или жены, ушел из дома, чтобы строить жизнь по-новому, потерял родителей в раннем детстве и т.п.

Как бы ни развивался сюжет очередной истории ток-шоу, в итоге должна восторжествовать справедливость (или хотя бы видимость справедливости). Ведь эти истории выполняют функцию сказки, которая «ложь, да в ней намек, добрым молодцам урок». Причем образцами поведения для зрителей становятся не герои сюжетов, чьи жизненные ситуации чрезмерно экстремальны и поведение неадекватно, а ведущие и звездные гости, которые уже достигли предела мечтаний зрителя ток-шоу, — стали постоянными жителями телевизионной реальности, т.е. звездами.

Не меньше, чем для семейно-бытовых шоу, соблюдение «правил игры» важно и для участия в ток-шоу политических. Они

⁶¹ Пави П. Указ. соч.

тоже подразумевают имитацию активного вовлечения зрителей в оценки представляемых и моделируемых ситуаций. Ситуации же эти, хотя на первый взгляд далеки от откровенного мелодраматизма, на самом деле все равно сохраняют его методы воздействия на аудиторию. Даже в таких серьезных программах, как «Свобода слова» С. Шустера (НТВ), «Времена» В. Познера («Первый канал») и т.д., обсуждающиеся темы в них существенно отличаются от тех, о которых мы говорили выше. Герои, приглашаемые на передачу, чаще всего действительно эксперты в обсуждаемой проблеме или по меньшей мере достаточно авторитетные политики, не подменяющие анализ проблемы эмоциями. И ведущие таких программ не спешат давать собственные оценки обсуждаемому событию, как Лолита Милявская в ток-шоу «Лолита. Без комплексов», предпочитая сохранять хотя бы видимость нейтралитета. Но даже при отсутствии мелодраматических сюжетов в рассказах участников шоу общий тон политических ток-шоу таков, что у зрителя в итоге всегда остается ощущение, что мир, в котором он живет, хотя и полон проблем, но устроен все же разумно. В нем есть много умных людей, знающих, как найти выход из любого сложного положения.

Особый случай — ток-шоу «К барьеру» В. Соловьева (НТВ). Это пародия на политическое шоу. Игра в игру, где темы поднимаются не менее серьезные, чем в полноценных политических ток-шоу, участниками становятся серьезные люди: политики, эксперты, но культурный уровень дискуссии весьма далек от «дуэльного», а глубина обсуждения проблем не выше, чем на семейно-бытовых шоу. Чаще всего это базар, скандал, попытка воздействовать на противника и зрителей только шквалом эмоций. Это ток-шоу более, чем какое-либо другое, содержит в себе комическое или даже трагикомическое начало. Его авторы вовсе не стремятся доказать аудитории, что миром правит справедливость, но все же спрашивают у зрителей: на чьей стороне правда? Создатели этого шоу, как на карнавале, развенчивают политиков, самой структурой игры представляя их шутами. А титры внизу экрана все время отражают ход зрительского голосования, как бы подзадоривая тех, кто еще не определился с выводами и не догадался, что предлагаемое зрелище — пародия на политическую жизнь, игра в дискуссию, предлагающая в конце развенчание «карнавального короля».

Политические ток-шоу в 1990-е предлагал зрителям канал НТВ, один из немногих, имевший в то время достаточно определен-

ные взгляды на реальность и владевший методами интерпретации реальности. Культура дискуссии в таких ток-шоу, как «Глас народа» или «Свобода слова», гибридизация дискуссии с журналистским расследованием, сформировали не только стиль работы журналистской команды, но и комплекс ожиданий постоянных зрителей, которые ждали от участников ток-шоу громких разоблачений и публичных политических скандалов. Российская политическая и общественная жизнь предстала в интерпретированном виде как жизнь криминальная, что отражалось и в названиях программ: «Суд идет», «Слушается дело», «Независимое расследование». Уже на пике популярности «качественных» ток-шоу исследователи отмечали, что их участники «в большинстве случаев не в состоянии прийти ни к каким внятным выводам и решениям, волей-неволей преобразуясь в игровую ситуацию»⁶². Однако главной бедой представлялось то, что ток-шоу пытаются взять на себя гораздо больше, чем на самом деле способны сделать, создавая иллюзию, что формируют гражданское общество. Тогда как критики не раз отмечали, что «свободные дискуссии никогда не заменят реальных действий официальных и частных лиц за пределами телестудии»⁶³.

На наш взгляд, в данном случае проблема содержательная вытекает из специфики формы. Словесная игра, которую ведут не интеллектуалы в своем кругу, а телезвезды и обыватели, обречена на беспредметность и манипуляцию эмоциями, возникающими при погружении в телереальность, созданную путем деконструкции реальности, теряющей при этом привычную органику. Жизнь, загнанная в рамки студии, не может проявляться во всей своей полноте, а необходимость постоянно сохранять накал драматизации приводит ее к искусственной эскалации. Что позволяет зрителям освободиться от негативных эмоций, перенаправляя их с окружающих в повседневной жизни людей на героев телешоу.

Таким образом, все ток-шоу — семейно-бытовые, шоу-расследования, современные и исторические, общественно-политические, так же как и мелодрамы и игры — создают новую реальность и благодаря этому имеют ярко выраженный психотерапевтический эффект. Слова, признания и проговаривание (если не забалтыва-

⁶² Сальникова Е. Жанры современного телевидения // Средства массовой коммуникации в художественной культуре России XX века. Т. 3. Телевидение на рубеже веков (1980–2001). М., 2002. С. 162.

⁶³ Там же.

ние) общественных проблем, произнесение преувеличенно правительных слов и называние путей выхода из кризиса вызывают у зрителей дешевый катарсис, убеждая его, что в мире, создаваемом телевизионными представлениями всех мастей, как в мелодраме, обязательно рано или поздно восторжествует справедливость.

Производимые по готовым лекалам, форматные программы предлагают зрителям ожидаемые картины действительности, а поступки действующих лиц в них легко предсказуемы. Аудиторию привлекают знакомые правила игры с реальностью; она привыкает к ценностям, декларируемым производителями того или иного формата. В постмодернистском обществе, где все относительно, такие ожидаемые зрелища снимают у аудитории стресс. Они не требуют зрительского соучастия в интерпретации реальности, так как в основе форматов лежат приемы воздействия на аудиторию и аттракционы, заимствованные из хорошо знакомых формульных жанров массовой культуры (таких как мелодрама, приключение, детектив, любовная история и др.).

2.2. Влияние программности и серийности на формирование телереальности

Следуя друг за другом в программе, перемежаясь друг с другом, развлекательные и информационно-публицистические программы приучают зрителя к тому, что действительность больше не делит время на будни и праздники, как это было в традиционном обществе. Она пронизывает повседневное праздничным, а праздничное повседневным. Развлечение не ставит перед собой задачу постижения законов окружающего мира, оно имитирует его, заставляя развиваться по заранее известным законам. В развлекательных программах, как правило, нет места полутонам и сложностям (если только это не является инструментом развлечения для избранных). На все вопросы быстро находится ответ. Публицистическое же творчество, как и творчество художественное, стремится отражать и анализировать действительность и ее проблемы. Знакомство с произведением искусства, как и с публицистическим произведением, требует от зрителя «соучастия» и «сопереживания», а не только «наблюдения», являющегося приятным времяпрепровождением (т.е. развлечением)⁶⁴.

⁶⁴ Коган Л.Б. Искусство и развлечение: взаимодействие или аннигиляция? // Развлечение и искусство // Сб. статей / под ред. Е.В. Дукова. СПб., 2008. С. 16–19.

Телевидение на стартовом этапе своей биографии было развлечением. Первые несколько лет вещание продолжалось несколько часов и проходило в вечернее время. Пришедшие с работы люди, собираясь дома у счастливых обладателей голубого экрана, могли провести досуг, посмотрев фильм (кино- или телефильм), спектакль (трансляцию или студийную версию) или концерт. Продукция художественного вещания была главным блюдом в меню телевидения. Именно поэтому о нем так много размышляли и писали первые теоретики телевидения. Специфика телекино и телетеатра вызывала жаркие дискуссии. А вот о телевизионной информации на первом этапе говорили мало. Она была обязательным идеологическим приложением к зрелищу. (В советском кинотеатре художественному фильму тоже предшествовал киножурнал или документальный фильм на политическую злобу дня.) Но именно на этом этапе наиболее очевидна одна из ведущих особенностей телевидения как массмедиа, которая в дальнейшем определила его судьбу: в своей программе она соединяет информацию и развлечение, в результате чего в сознании зрителя происходит смешение повседневного и праздничного. Ведь новости — это концентрат повседневности, а художественная программа — выход в другое измерение (зрелищное, развлекательное, праздничное).

Смешение повседневного и праздничного, ставшее для телевизионного программирования определяющим, еще на раннем этапе развития телевидения нашло свое воплощение не только в построении телепрограммы, но и в драматургии отдельной передачи. В частности, телевизионные спектакли стали стилизовать под репортаж (они так и назывались «драма под репортаж»), что подразумевало создание иллюзии того, что зритель наблюдает за повседневностью. Документальные фильмы снимались методом длительного наблюдения (или социологического наблюдения), что тоже должно было создать иллюзию повседневной жизни в формах телезрелища. Длительное наблюдение потребовало длительного показа, и подобные фильмы стали многосерийными. Потом по этой модели стали делать постановочные фильмы (в частности, «мыльные оперы»), ставшие одним из любимейших развлечений сначала американцев, а за ним и зрителей всего мира. Повседневность стала самым привлекательным зрелищем, а просмотр зрелища повседневности (в виде сериалов) стал частью повседневного же ритуала огромных масс телезрителей.

При этом программность телевизионного вещания представляется нам одним из важнейших аргументов, подтверждающих правомерность изучения телевидения именно как зрелища, существующего по законам зрелища и выполняющего функции зрелища. Начиная с цирковых представлений древности, организованных по принципу «"свободного монтажа" самостоятельных (также и не данной композиции и сюжетной сценки действующих) воздействий (аттракционов)»⁶⁵, зрелища организовывались по некоему структурному принципу, который можно обозначить термином «программность».

Программность и сюжетность связаны с различными эстетическими системами: программность является конструктивным элементом системы показа, имеющей отношение к зрелищной культуре, а сюжетность — системы рассказа, реализующейся преимущественно в области литературы⁶⁶.

Однако и некоторые литературные произведения строятся по системе показа. В первую очередь это авантюрная литература. Авантюрное повествование — это «нагромождение событий и происшествий, каждое из которых самоценно и фактически воспроизводится вне сюжетно-логической, временной соотнесенности друг с другом»⁶⁷. «Сами же авантюры, — указывает М. Бахтин, — нанизываются друг на друга во вневременной и в сущности бесконечный ряд; <...> его можно тянуть сколь угодно, никаких существенных внутренних ограничений этот ряд в себе не имеет»⁶⁸.

Телевизионное зрелище, строящееся по принципу программности, тоже состоит из отдельных передач (авантюр), имеющих самостоятельную ценность. О сходстве телевизионного процесса с авантюрной литературой, пронизанной духом игры, говорит и Н. Барабаш: «Телевизионный процесс можно рассматривать как протяженный во времени авантюрный роман с вытекающими из этого правилами, особенностями, тенденциями»⁶⁹. При этом, разумеется, отдельные передачи внутри программы могут иметь сюжетную структуру. Однако, так же как и в цирке, это не изживает

⁶⁵ *Эйзенштейн С.* Избр. произвед.: в 6 т. Т. 2. М., 1964. С. 271.

⁶⁶ *Хренов Н.А.* Зрелища в эпоху восстания масс. М., 2006. С. 311.

⁶⁷ Там же. С. 313.

⁶⁸ *Бахтин М.М.* Вопросы литературы и эстетики. М., 1975. С. 344.

⁶⁹ *Барабаш Н.А.* Телевидение и театр: игры постмодернизма. 2-е изд. М., 2010.

принцип программности. Сюжетность в этом случае становится способом организации отдельных аттракционов, но не структуры всего представления в целом, т.е. «сюжетность выступает при этом как частный случай программности»⁷⁰.

Впрочем, сюжетность — вовсе не обязательный принцип организации отдельных телепередач. Например, выпуски новостей строятся по принципу программности. Аналогична и структура телевизионных концертов (имеющих предшественником эстрадные концерты) и большинства телевизионных игр (и советских «КВН» или «Что? Где? Когда?», и современных, например «Звезды на льду»), и реалити-шоу, имеющих в основе авантюрный сюжет.

Нанизанные друг на друга авантюры-аттракционы, выстроенные практически в бесконечный ряд, заставляют зрителя ощущать их частью повседневной жизни, хотя теоретически они должны, напротив, восприниматься как неповседневные, т.е. непривычные и пугающие. Однако постоянное их появление перед глазами причает зрителя к мысли, что повседневность должна быть полна аттракционами-развлечениями.

Процесс потребления аттракционов превращается для зрителя в ритуал, возвращая современные зрелища к их архаическим корням, времени, когда они были частью религиозной жизни общества, воплощенной в ритуалах. В те времена ритуализированные формы социального поведения были предназначены для того, чтобы закрепить и увековечить определенные типы поведения⁷¹. Собственно, и в более поздние времена в ритуализированных формах поведения воплощали ценности и образцы, которые формировались многими поколениями. Сегодня, когда российское общество переживает эпоху распада социального организма и ритуалы прошлого перестают использоваться, теряя свою ценность, просмотр телевизионных зрелищ оказывается одной из немногих зон стабильности.

Сам утренний и вечерний просмотр для значительного числа людей является ритуалом, подтверждающим ценность информированности и ознакомленности с событиями общественной жизни (в нашем случае преимущественно жизни правящих структур). Кроме того, различные телезрелища предлагают аудитории риту-

⁷⁰ Хренов Н.А. Указ. соч. С. 315.

⁷¹ Рэдклифф-Браун А. Структура и функция в примитивном обществе. М., 2001. С. 38.

ализированные образцы поведения. Особенно в этом преуспели рекламные ролики: чтобы быть здоровым, утром надо пить йогурт (есть овсяные хлопья, ореховую пасту и т.д.), семейное застолье должно быть обильно, есть надо много, а чтобы не болел желудок — принимать таблетки и т.п. Кроме рекламы особенно активно образцы ритуализированного поведения предлагают зрителям сериалы и реалити-шоу (или программы с элементами реалити). Например, телевидение приучает зрителей к тому, что ремонт — это не экстраординарное событие, а элемент повседневности, и многое можно и нужно делать своими руками («Квартирный вопрос»), перемены в жизни надо начинать с похода по магазинам и смены гардероба («Модный приговор»), а любовные похождения в подробностях обсуждать с друзьями («Дом-2»), свободное время надо посвящать занятиям спортом («Звезды на льду» и другие шоу со звездами), на Пасху и Рождество надо ходить в церковь (все выпуски новостей) и т.д. Подобная роль телевидения отнюдь не только негативна. Надо признать, что на определенном этапе (в 1990-е годы) телевидение было одной из важнейших сил, предотвративших распад общества, который происходит в случае, если вариативность поведения в обществе и обособление социальных групп достигают критической отметки. 2000-е годы, насытившие с помощью телевидения повседневную жизнь ритуалами (от отчетов о деятельности правительства до трансляций культовых спортивных состязаний), действительно на время стабилизировали ситуацию в обществе. Ведь ритуал традиционно включает человека именно в экстремальные, пограничные ситуации⁷². Однако это насыщение нашей жизни ритуалами не свидетельствует о здоровье общества.

Верность традициям, консерватизм, которые несет с собой ритуал, не актуальны для современной культуры. Ей, напротив, свойственно угасание ритуалов, отказ от следования образцам в пользу всего нового и творческого⁷³. Возврат же к ритуалам в России рубежа веков косвенно подтверждает возвращение ее к политическим практикам тоталитарного общества, в которых ритуал процветал. По мнению исследователей, зрелищность в целом — это стиль эпохи тоталитарного государства⁷⁴. Обилие масштабных развлекательных проектов на современном отечественном телеви-

⁷² Хренов Н.А. Указ. соч. С. 159.

⁷³ Байбурун А. Ритуал в традиционной культуре. СПб., 1993. С. 16.

⁷⁴ Хренов Н.А. Указ. соч. С. 163.

дении (грандиозные дорогостоящие проекты, подобные ледовым шоу или «Имя Россия») и в общественной жизни (Евровидение, Олимпиада и Чемпионат мира по футболу) тоже свидетельствует о тоталитарном инструментариум управления, которому свойственно стремление ко всему грандиозному, к возбуждению восторга масс сенсационным, преувеличенным, нарушающим повседневное течение жизни. По мнению исследователей, грандиозность проектов, предлагаемых тоталитарным режимом, — это ответ на жажду колоссального, развивающуюся в обществе как ответ на состояние массового страха⁷⁵. Спасение от этого страха — сказочное восприятие жизни, вера в возможность найти «молочную реку с кисельными берегами». Такой часто и предстает интерпретированная реальность на современном телевидении.

Однако только идеализированным отражением реальности телереальность не ограничивается. Архаический ритуал неразрывно связан с сакральной жизнью общества, а его кульминационным моментом является жертвоприношение. Отголосок этого мы видим в христианской Евхаристии (Жертвоприношении) как кульминации богослужения. В коммунистических ритуалах жертвами становились сначала буржуи, «недобитая интеллигенция», потом «враги народа». Вопрос о жертве в современных ритуалах, предлагаемых телевидением, далеко не однозначен. Что же мы приносим в жертву, выполняя ритуал телесмотрения? В первую очередь в жертву приносится время досуга, реальная жизнь, подменяемая наблюдением за жизнью виртуальной, семья, разделенная разными зрительскими интересами. Но реально никаких действий по жертвоприношению телезритель, как кажется, не производит. Однако, на наш взгляд, это не так. Не даром было принято говорить, что телезритель «голосует кнопкой», а теперь говорят «голосует пультом». Кульминационный процесс ритуала телепросмотра, как ни странно, это выключение телевизора. Вырываясь из оков телеснов, зритель как бы убивает телевизионную реальность. Кроме того, для большинства современных зрителей ритуал телевизионного просмотра состоит из серии переключений с канала на канал. Таким образом, он как бы в процессе ритуала совершает серию ритуальных жертвоприношений.

⁷⁵ Ортега-и-Гассет Х. Восстание масс // Вопросы философии. 1989. № 3. С. 123.

Есть еще вопрос: что приносится в жертву в тех ритуалах, которые мы видим на телеэкране. В. Путин или Д. Медведев с чиновниками посещают промышленные предприятия страны — это типичный социально-политический ритуал, кульминация которого — нахождение виноватого («фармака» — «козла отпущения»). Прилюдно обличая или журуя проштрафившегося чиновника, современный вождь повторяет действия архаического шамана, направляя недовольство масс в определенное русло и снимая тем самым самые анархические настроения. Ярким примером ритуального жертвоприношения, совершенного с помощью телевидения, была громкая отставка осенью 2010 г. мэра Москвы Ю. Лужкова как «лишившегося доверия президента». До этого мы видели, как в роли фармака оказывались различные чиновники и бизнесмены: при Михаиле Горбачеве — Борис Ельцин, при Ельцине — министр финансов Анатолий Чубайс (знаменитая фраза Б. Ельцина «Во всем виноват Чубайс!»), при Путине — министр здравоохранения М. Зурабов, бизнесмен М. Ходарковский, медиамагнат В. Гусинский. Каждый виток политического кризиса в постсоветской России сопровождался громкими отставками чиновников, на которых возлагалась ответственность за все беды.

В роли фармака в политико-телевизионном ритуале может выступать не только конкретное лицо, но и целая социальная группа. Например, особое внимание обращает на себя ритуал борьбы с коррупцией среди чиновников, в частности, силовиков (от акций по борьбе с «оборотнями в погонах» до переименования милиции в полицию), а также ритуал уничтожения советской науки. Его венцом стал проект (Медведева — Суркова) нового наукограда Сколково, где планировалось с помощью западных ученых и западных инвесторов вырастить новое поколение исследователей и внедрять новые технологии. В данном случае в качестве фармака выступала научная интеллигенция, как и Ю. Лужков, лишившаяся доверия правительства и денег на исследования.

В развлекательных программах тоже можно найти отзвуки ритуальных жертвоприношений. Иногда они бросаются в глаза, как в реалити-шоу «Последний герой» или «Дом-2», где сами игроки должны выбрать жертву и выгнать ее из игрового пространства, или в телеиграх («Слабое звено», «Звезды на льду» и др.), где ведущий или жюри должны выступить в роли жрецов, решающих судьбы игроков. В медицинских или потребительских

шоу фармаком становится производитель некачественной продукции или недобросовестный работник сферы услуг, реже — глупый покупатель или пациент, не правильно питающийся или занимающийся самолечением. В ток-шоу (особенно это ярко видно на примере «Пусть говорят») сама драматургия передачи — это ритуал суда, выбора жертвы и завершающего программу жертвоприношения (которое заключается в общественном осуждении) героя, назначенного виновным. Подобный же драматургический ход используется в судебных шоу и базирующемся на этой структуре шоу «Модный приговор». В последнем в роли фармака выступает героиня, однако в ходе программы акценты могут существенно смещаться. Часто «расследования» приводят к тому, что героиня полностью оправдана в глазах зрителей, на месте фармака оказывается муж-тиран или неблагоприятные социальные обстоятельства.

Как мы видим, в основе форматных программ всегда лежит ритуал — четкий, повторяющийся порядок действий, эпизодов, ведущих к заранее известной цели. Формат придумывается не на один раз, он должен лечь в основу серии программ. Серийность заставляет зрителей наблюдать за происходящим в программе как за ритуалом, да и само включение телеприемника в определенное время становится ритуалом, вынужденный отказ от которого воспринимается (что показывают исследования⁷⁶), как нарушение привычного течения повседневности. Большинство людей чувствуют себя изолированными от внешнего мира, не знают, чем заняться, не могут вести привычный образ жизни. Еще Э. Берн писал, что «ритуалы предлагают безопасный, вселяющий уверенность и часто приятный способ структурирования времени»⁷⁷. Современная телевизионная сетка вещания, основанная на серийности подавляющего большинства входящих в нее программ, создает у зрителя, готового подчиниться предлагаемой схеме и последовательно смотреть ряд программ, ощущение безопасности и стабильности. Серийность вместе с программностью нарушают линейное течение времени, которое начинает течь в зависимости

⁷⁶ Дужов Е.В. Ното povus: интериоризация медиа // Наука телевидения. Вып. 7. М., 2010. С. 14.

⁷⁷ Берн Э. Игры, в которые играют люди. Психология человеческих взаимоотношений; Люди, которые играют в игры. Психология человеческой судьбы. М., 1988. С. 27.

от требований ритуала. Это погружает зрителя в состояние мифологизации сознания. Благодаря соблюдению обществом ритуалов происходит так называемая сакральная вспышка, приводящая к тому, что деятельность власти прекращают анализировать, в нее начинают верить.

Принцип программности, структурирующий телевизионную реальность, определяющий механизмы воздействия телевидения как зрелища, уравнивает смыслы, ценности и образцы поведения, которые предлагаются зрителям. В телевизионной реальности в положении равных оказываются президент и премьер, М. Ходарковский, как герой оппозиции, похудевшая и переехавшая в замок к М. Галкину А. Пугачева, а также обнажившаяся на пляже А. Волочкова. В результате среди имен «героев современности», которые называют при опросах представители различных субкультур, встречаются попеременно литературные герои, артисты и певцы, современные политические деятели и исторические персонажи⁷⁸. Такое смешение, на наш взгляд, обусловлено соседством этих героев в телепрограмме. Не разделяя повседневность и развлечения, документальное и постановочное телевидение не столько отражает социальную или художественную реальность, сколько создает третью реальность⁷⁹ (телереальность), которая выполняет доцивилизационную функцию зрелища — служит переходной ступенью между профанным и сакральным.

Неполнота телевизионной реальности одной передачи должна восполняться другими программами. Такое обещание телеканал дает своему зрителю, в частности, рекламируя в рамках одной передачи канала другие передачи (в выпусках новостей — новый сериал, во время рекламной паузы — передачу). Причем, чем правильнее сформулирована концепция канала (медиабренд канала), чем более непротиворечивы фрагменты телереальности, предлагаемые различными программами канала, тем больше вероятность, что зритель удовлетворит свои ожидания.

А под брендом телеканала В. Коломиец предлагает понимать «все, что знают и думают о канале телезрители, все, чего они от него ожидают. Это тот образ, который всплывает в сознании, как

⁷⁸ Цветущая сложность. Разнообразие картин мира и художественных предпочтений субкультур и этносов / под ред. К.Б. Соколова. СПб., 2004. С. 439.

⁷⁹ Прохоров А. Третья реальность // Отечественные записки. 2005. № 4. <<http://www.strana-oz.ru/?numid=25&article=1095>>

реакция на товарный знак и торговую марку. Это обещание вещателя посредством своих телевизионных программ постоянно предоставлять потребителю специфический набор информации. Это набор индивидуальных характеристик, который фиксируется общественным сознанием и определяет структуру выбора телезрителя»⁸⁰, бренд телеканала — «это совокупность функциональных и эмоциональных ассоциаций, существующих в сознании телевизионной аудитории и рассматриваемых в долгосрочной перспективе»⁸¹. По определению Ли Ханта, медиабренд — «это совокупность впечатлений и ожиданий потребителя контента определенного средства массовой информации от этого СМИ, строящаяся на непрерывной и изменяющейся во времени коммуникации между аудиторией и поставщиком информации, осуществляемой с учетом социокультурных аспектов общества»⁸².

Говоря о медиабрендинге, Ли Хант акцентирует внимание на необходимости при создании медиабренда формировать «уникальную среду» для своего зрителя, некую «общую картину»: «Следующий сектор — *настроечный* (tune-in). Здесь осуществляется основной объем промотирования с тем, чтобы зритель посмотрел конкретную программу в конкретное время. Но это только на первый взгляд “настройка телевизора на время”. На самом деле мы настраиваем зрителя на гораздо большее — на общий контекст канала, на его дух и обстановку»⁸³.

На наш взгляд, общий контекст канала, «уникальная среда» — это и есть телевизионная реальность, которую создает для своих зрителей тот или иной канал. И если брендинг канала удачен, то зритель начинает доверять каналу, опираться в своих представлениях о реальности на те картины, которые предлагает любимый телеканал, — видеть мир его глазами. При этом не столь важно, насколько телереальность того или иного канала достоверна. Главное — предлагаемый взгляд на реальность нравится зрителю, а утверждаемые ценности ему близки.

Разумеется, при этом необходимо, чтобы телереальности отдельных программ канала не противоречили, а дополняли друг

⁸⁰ Коломиец В. Телевизионный канал как бренд // Телефорум. 2001. № 3. С. 24.

⁸¹ Там же.

⁸² Хант Ли. Основы телевизионного брендинга и эфирного промоушн. М., 2004. С. 26.

⁸³ Там же. С. 27.

друга. Отсюда возникает ситуация, когда некоторые передачи или фильмы, созданные продюсерскими студиями, не покупаются каналами, а отказ мотивируется тем, что передача «не соответствует формату канала». В таких случаях речь может идти именно о несоответствии совокупной телереальности, создаваемой каналом. Сохранение медиабренда канала — задача генерального продюсера и продюсерского коллектива в целом. Изучая особенности программирования канала, доминирующие форматы и направления вещания, отношения с аудиторией, исследователь может говорить о более или менее удачном брендинге канала и о той телереальности, которую он предлагает своему зрителю.

В контексте же нашей работы важно отметить, что экранная интерпретация реальности на телевидении зависит не только от специфики экрана и технологии телевидения, не только от воли автора (авторов)-интерпретаторов, не только от формата передачи, но и от характера бренда телеканала, на котором эта передача выходит. То есть в процесс интерпретации реальности на телевидении активно вмешивается современная телевизионная индустрия.

2.3. «Социальная маска» телеведущего в контексте телереальности

Выше мы уже говорили, ссылаясь на мнение С. Ильченко, что долгие годы в основе представлений о журналистике в целом и о телевизионной журналистике в частности лежал принцип «мессианской деятельности», который в профессиональной литературе обычно определяется как социальное служение. Сегодня социальная журналистика и журналистика социального действия⁸⁴ стали возможной, но не единственной задачей журналистов. В контексте разговора о телевизионных ведущих, которые традиционно воспринимались как журналисты (хотя на практике они часто были актерами или учеными, популяризаторами науки), нельзя не сказать хотя бы несколько слов о журналистской субкультуре сегодня. В нашей стране журналист, как представитель интеллигенции, традиционно имел «образ некоего интеллектуального рыцаря в доспехах, для которого главное — его честь. Он

⁸⁴ *Бережная М.* Проблемы социальной сферы в алгоритмах телевизионной журналистики. СПб., 2009.

умен, благороден и готов отстаивать свои принципы»⁸⁵. Этот образ подтверждается и в учебниках для начинающих журналистов⁸⁶, авторы которых говорят об «общественном долге журналиста», о его стремлении к диалогу и толерантности, к участию в согласовании частных и общечеловеческих ценностей. Этот мифологизированный образ журналиста подтвержден кинематографом, где журналист часто спасает людей от беды, и историями в СМИ про героев-журналистов, погибающих на войне или от рук наемных убийц.

Противовесом этому образу стало представление о журналисте как прислужнике партийной элиты (сформировался в годы перестройки и гласности) и о журналисте как о беспринципном человеке, которому деньги важнее правды (формировался на раннем этапе коммерциализации СМИ). Однако реальные негативные примеры не разрушили в общественном сознании идеальный образ журналиста как «неподкупного, правдивого борца за справедливость»⁸⁷. Очевидно, что не каждый журналист соответствует мифу о журналистах. Более того, не каждый должен ему соответствовать, так как зритель хочет видеть на экране не супергероя, а человека, говорящего от его имени.

Являясь активным участником коммуникационного процесса, телевизионный журналист должен принимать участие в монтаже программы, в ходе которого происходит интерпретация реальности и создание телереальности. Однако так происходит не всегда. Например, при создании форматной программы роль журналиста весьма ограничена, так что интерпретация реальности проходит без его участия, по схеме, заданной продюсерами. И все же, появляясь в кадре в репортаже или становясь ведущим программы, человек заявляет о своем личном мировоззрении. Конечно, будучи растиражированной средством массовой коммуникации, особенно появляясь регулярно в качестве телевизионного ведущего, личность отчасти теряет в глазах аудитории свои индивидуальные черты, «застывает», превращается в тип, в транслятор каких-то определенных идей и моделей взаимоотношения с окру-

⁸⁵ Цветущая сложность. Разнообразие картин мира и художественных предпочтений субкультур и этносов / под ред. К.Б. Соколова. СПб., 2004. С. 220–229.

⁸⁶ Прохоров Е.П. Введение в теорию журналистики. Учебник для студентов вузов. М., 2009.

⁸⁷ Шимерлина И. Российский журналист: декомпозиция имиджа? // Социальная реальность. 2007. № 6. <<http://www.isras.ru/publ.html?id=1656>>

жающим миром, в «социальную маску», но все же индивидуальные черты чаще всего за ней угадываются.

«Социальная маска» — это тип ведущего или участника телевизионной программы, который своими взглядами и поведением (стиль общения с аудиторией) претендует на выражение общественного мнения, мировоззрения и социально-психологических установок определенной части аудитории, как бы представляет собой обобщенный портрет этой группы населения.

Очевидно, что специфика социальных масок ведущих различных телевизионных зрелищ будет зависеть от особенностей формата передачи и бренда канала. Ведущий выпусков новостей национального канала должен воплощать эталоны и ценности ядра культуры (например, диктор Екатерина Андреева). Ведущий диалогической программы может отражать взгляды либералов или быть экспертом, имеющим большой опыт общения с представителями разных социальных слоев. Удачным вариантом такого ведущего был Николай Сванидзе в программе «Зеркало» («Россия»). Создание социальной маски телеведущего — процесс сложный и что называется штучный. На западном телевидении образ телевизионного ведущего формируется годами, а личность, заслужившая доверие аудитории, остается в эфире десятилетиями. Ведущий же игровой программы должен быть артистичен и заразителен, он должен уметь вовлекать других в игру, как, например, Леонид Якубович в «Поле чудес» («Первый канал»). А его гражданская позиция зрителю совершенно не важна.

Успех телевизионных ведущих обусловлен более или менее точным их соответствием архетипическим прообразам, которые начинал описывать еще К.Г. Юнг⁸⁸, а продолжили, в частности, голливудские режиссеры в своем кино и американские маркетологи. Так М. Марк и К. Пирсон⁸⁹ предложили свою типологию (см. табл. 1) наиболее распространенных архетипов, которая представляется нам удобной для анализа различий телевизионных зрелищ.

Для каждого архетипа первичны те или иные жизненные ценности, они по-разному смотрят на мир и интерпретируют реальность. Проходя через «фильтры» архетипа ведущего и его личности, телевизионная интерпретация реальности претерпева-

⁸⁸ Юнг К.Г. Сознательное и бессознательное. Сборник. СПб., 1997.

⁸⁹ Марк М., Пирсон К. Герой и бунтарь. Создание бренда с помощью архетипов. СПб., 2005.

ет если не изменения, то корректировку. В начале 1990-х можно было наблюдать, как изменилась программа «Поле чудес» (хотя формат ее не менялся), когда Владислав Листьев передал ведение Леониду Якубовичу.

Таблица 1

Архетипы и их функции по М. Марку и К. Пирсону

Стабильность, контроль	Принадлежность, удовольствие	Риск, мастерство	Изучение, независимость
<i>Заботливый</i> (функция — заботиться о других)	<i>Славный малый</i> (функция — быть в порядке, как и они)	<i>Герой</i> (функция — действовать смело)	<i>Искатель</i> (функция — отстаивать независимость)
<i>Творец</i> (функция — создавать новое)	<i>Любовник</i> (функция — искать и дарить любовь)	<i>Бунтарь</i> (функция — нарушать правила)	<i>Простодушный</i> (функция — сохранять или обновлять веру)
<i>Правитель</i> (функция — осуществлять контроль)	<i>Шут</i> (функция — приятно проводить время)	<i>Маг</i> (функция — осуществлять превращения)	<i>Мудрец</i> (функция — понимать этот мир)

Разумеется, понятно, что специфика отечественной ментальности не позволяет поместить всех российских телеведущих в жесткие рамки данных архетипов, однако некоторые аналогии явно прослеживаются. Так, ведущие советских телепрограмм в основе своих социальных масок имели архетип Правителя, который, чтобы избежать хаоса, держит все под контролем. Мужчины дикторы (Виктор Балашов, Игорь Кириллов и др.) и комментаторы (Александр Каверзнев, Фарид Сейфуль-Мулюков, Александр Бовин, Генрих Боровик, Сергей Капица и др.) советского телевидения, за редким исключением, были «застегнуты на все пуговицы». Они имели вид чиновников, различавшихся в зависимости от специфики министерств и ведомств: Министерства иностранных дел, Министерства культуры, Академии наук и т.д. Руководитель Гостелерадио С.Г. Лапин в те годы утверждал, что «советскому телевидению звезды не нужны» и индивидуальности тоже не нужны, поскольку «диктор, комментатор — не более чем транслятор пар-

тийных и правительственных решений, высоких мнений»⁹⁰. Эта концепция активно реализовывалась на практике: комментаторов просили сбрить бороду, изменить прическу, появляться на экране только в пиджаке, при галстукe и т.д. Разделяя функции дикторов и авторов-публицистов, работающих в кадре, А.Я. Юровский писал, что от первых требовалось абстрагироваться от сообщаемой информации в личностном плане, а от вторых — «возможно более полное слияние его “эмпирической личности” с текстом»⁹¹.

В отличие от мужчин женщины-дикторы чаще всего тяготе-ли к архетипу Заботливого. Им было позволено добавлять в одеж-ду и манеры «неформальные элементы», все мужчины на телеви-дении должны были быть максимально одинаковыми. Например, Валентина Леонтьева запомнилась зрителям не только как диктор и ведущая официальных концертов, но и как мягкая, женствен-ная хозяйка программы «От всей души», доверительно общавша-яся с гостями студии, и ведущая программы для детей «В гостях у сказки». Нину Кондратову, Валентину Леонтьеву, Анну Шилову и других зрители звали Ниночка, Валечка, Анечка. Они входили в каждый дом и ощущались почти членами семьи, при этом очень благонадежными ее членами, которые никогда не допустят ни од-ной «лишней» эмоции, не скажут ни слова «от себя». Их совре-менные для того времени стрижки с начесом и модные костюмы были такими, как на картинках в журналах «Работница» и «Кре-стьянка». А слезы в программе «От всей души!» выражали впол-не искреннюю любовь и сочувствие героям войны и труда. В этой двойственности во многом проявлялся общий стиль эпохи, когда словами и поступками людей руководили не только цензура, но и самоцензура, формировавшаяся соответствующим воспитанием.

Встречались среди ведущих советского телевидения и те, кто соответствовал архетипу Творца, тоже подходящего для агониче-ских зрелищ. Писатели (Сергей Смирнов, Константин Симонов), музыковед Святослав Бэлза, кинорежиссеры (Алексей Каплер, Эльдар Рязанов и др.) оставались самими собой — людьми твор-ческими, но это не подвергало опасности общую стабильность си-стемы, так как в архетипе Творца заложено стремление не только к

⁹⁰ Гуревич П. Приключения имиджа. Типология телевизионного образа и па-радокси его восприятия М., 1991. С. 15.

⁹¹ Юровский А.Я. Указ. соч. С. 123.

свободе, но и к тому, чтобы осуществлять «эстетический или художественный контроль»⁹², создавать стабильные структуры.

Перестройка в СССР принесла на телевидение прежде запрещенные западные образцы. Тогда в эфире появились американские форматы и соответствующие им ведущие. Главным героем этого периода стал репортер, образ которого восходит к архетипу Воина/Героя, спасающего всех от бед: «Твердый и храбрый, этот архетип учит нас ставить цели и достигать их, преодолевая препятствия, стойчески выдерживать тяжелые времена, хотя он также тяготеет к тому, чтобы видеть во всех врагов и размышлять в категориях “или — или”»⁹³. Однако нередко в нем присутствуют черты Бунтаря/Разрушителя («Бунтарь/Разрушитель сосредоточивает подавленную агрессию в отношении структур, которые больше не служат жизни даже в тех случаях, когда эти структуры поддерживаются обществом или нашим сознательным выбором»⁹⁴), способного освободить общество от устаревшего и ненужного во имя зарождения новой лучшей жизни. В конце 1980-х, когда политика и общественная жизнь были большой игрой, журналисты — герои-бунтари играли главным образом в нее. Воплощением таких героев были Александр Политковский и Александр Невзоров. В репортажах «Взгляд» и «600 секунд» их создатели старались придерживаться основных законов голливудских вестернов: преступление всегда карается, сила остается на стороне закона, защитники закона непобедимы⁹⁵. Но поскольку законы советского государства только что начали разрушаться, журналисты «Взгляда» готовы были активно участвовать в этом процессе разрушения. Когда советское государство и рожденная им система были разрушены, подобные «социальные маски» были вытеснены из телеэфира. Им на смену пришли герои-яппи (репортеры НТВ), которые продолжили разрушение старого мира, но через более сложную игру: борьбу с мифами и стереотипами, которая превратилась в создание новых мифов и стереотипов (таковой стала так называемая парфеновская школа журналистики инфотейнмента).

⁹² Марк М., Пирсон К. Указ. соч. С. 213.

⁹³ Там же. С. 19.

⁹⁴ Там же.

⁹⁵ Трепакова А.В. Ценности американского кино. Жанры, образы, идеи. М., 2007. С. 38.

Впрочем, на рубеже 2000-х годов, когда правительству потребовалось вновь создать ощущение стабильности, оно, как и руководство СССР, прибегло к помощи телевидения. Бунтари разного рода «вышли из моды» и были убраны из эфира под разными предлогами. Политическому репортеру-бунтарю конца 1980 — начала 1990-х годов на смену пришел пугающий и странный ведущий «Программы максимум» (НТВ) Глеб Пьяных. Его персонаж агрессивен и жесток. Он, как некогда Александр Невзоров, — Бунтарь. Но Бунтарь, разрушающий не только энергичным напором, а и силой иронии. Его образ дополнен оттенком мистичности, присущей архетипу Мага: «Архетип Мага досконально изучает фундаментальные законы науки и метафизики, чтобы понять, как преобразовывать ситуации, влиять на людей и превращать видения в реальность»⁹⁶. Причем возможность использовать свою силу, в данном случае преимущества вездесущего и всезнающего журналиста, для манипуляций, которую исследователи архетипов расценивают как опасность для Мага, Глеб Пьяных и его команда используют как прием. Персонаж, который создает на экране Глеб Пьяных, агрессивен сам и дает оценки происходящего от лица агрессивно настроенного зрителя, настраивая аудиторию на негативное отношение к окружающей действительности и тотальное недоверие ко всему и всем.

Другой вариант — комбинация различных социальных масок и архетипов в рамках одной программы. Так, в программе «Модный приговор» («Первый канал») соседствуют архетипы Мудреца (В. Зайцев, а позже А. Васильев в роли судьи), Заботливого (Арина Шарапова, позже Надежда Бабкина — адвокат) и Бунтаря-разрушителя (Эвелина Хромченко — обвинитель). Благодаря умело разыгранным диалогам, в программе возникает иллюзия полилога, прикрывающего рекламу эталонов одежды, образа жизни.

На телевидении 2000-х годов архетип Правителя остается в основном за реальными правителями (В. Путиным — Д. Медведевым), за министрами и прочими чиновниками, которые не сходят с экранов телевизоров, мелькая то в информационных, то в аналитических, то в студийных программах. Пытаются сохранять архетип Правителя и ведущие итоговых информационно-аналитических программ Петр Толстой («Воскресное время», «Первый

⁹⁶ *Марк М., Пирсон К.* Указ. соч. С.20.

канал») и Евгений Ревенко («Вести недели», «Россия»), но они больше похожи не на Правителей, а на героев-резонеров.

Однако чаще всего сегодня телевизионным ведущим достается роль Заботливого. А поскольку она более органична для женщин, то и число женщин-ведущих неуклонно растет. Ярким примером стало появление большого числа так называемых потребительских программ. Сначала кулинарных, подобных «Едим дома» (НТВ), потом экспертиз качества товаров («Контрольная закупка» (Первый), а теперь медицинских («Малахов +», «Первый канал»), «Жить здорово», «Первый канал»), «О самом главном» («Россия») и т.д. Их ведущие: Юлия Высоцкая, Антон Привольнов, Елена Малышева, доктор Сергей Агапкин, Елена Проклова, которая, расставшись с проектом «Малахов +», успешно ведет новую потребительскую программу «ЖКХ», — все они создают свою социальную маску на базе архетипа Заботливого. Этот же архетип в основе образов ведущих социальных ток-шоу на канале ТВЦ «Народ хочет знать» с Кирой Прошутинской, «ПРОжизнь» с Ольгой Бакушинской. Архетип Заботливого остается чрезвычайно востребованным уже более десяти лет. Его использовали Елена Ханга и Елена Ишеева в «Принципе домино» (НТВ), Екатерина Стриженова в «Добром утре» («Первый канал»), Лолита Милявская в ток-шоу «Без комплексов» («Первый канал»). Ведущий же воскресной программы «Центральное телевидение» (НТВ) Вадим Такменев, как и большинство ведущих канала, остается в рамках архетипа Бунтаря, добавляя к нему, так как это позволяет стратегия зрелища, по мере необходимости «краски», присущие другим архетипам.

Ведущие игровых зрелищ привлекают к себе чертами, присущими архетипам Славного малого, Любовника и Шута. Постоянная готовность к развлечениям, очарование и любование собой, ощущение причастности к какому-то иному, бесконечно прекрасному миру — все эти эскапистские эмоции не могут не привлекать зрителя, причем не только с низким интеллектом, но и просто зрителя, уставшего от повседневности.

Развлекательные передачи стали подмостками для актеров кино и эстрады, которых все чаще приглашают на телевидение в качестве ведущих программ различных жанров. Они органично чувствуют себя в пространстве игрового действия, которое существует по знакомым им законам массового искусства, в роли ге-

роев, чьи слова и поступки вполне укладываются в традиционные актерские амплуа. Однако предтечей сегодняшних игровых персонажей были не только театральные и эстрадные артисты советской поры, но и журналист Владислав Листьев.

Его восхождение на телевизионный Олимп началось со «Взгляда», где ему «предназначалась роль плейбоя»: «Влад — любимец женщин, спортсменов. Он выходил в роскошном белом костюме — единственном своем костюме, в галстук»⁹⁷. Тогда от него, кажется, и не ждали особых интеллектуальных откровений. Казалось, В. Листьев — типичный персонаж любовных романов или мечта героини мелодрамы. Однако изменения, которые происходили с образом позже, скорректировали ситуацию. Окончательно его социальная маска оформилась в программах «Поле чудес» и «Тема». Смокинг с бабочкой и невероятная легкость общения в ситуации игры в «Поле чудес», английский пиджак и легкость общения при обсуждении серьезных вопросов в «Теме», белая рубашка и подтяжки в стиле Ларри Кинга в «Часе Пик»... Из этой смены костюмов и декораций выстраивался, по меткому определению А. Разбаша, образ «работающего барина»: «Он был шеголь, любил хорошо одеваться и знал в этом толк. Много работал и всегда позиционировался как лидер... То есть ненароचितое шегольство, идущее от характера»⁹⁸. Все внешние признаки заставляли зрителя думать о том, что этот ведущий очень хочет, чтобы его не только считали «властителем дум», а просто любили. Безусловно, в основу образа В. Листьева был положен архетип Любовника, отвечающий не только за физиологические проявления любви, т.е. секс, но и романтическую любовь, любовь дружескую, семейную, духовную.

В сегодняшнюю телевизионную атмосферу культа развлечения и потребления из ведущих-мужчин лучше всего вписался Андрей Малахов («Большая стирка», «Пусть говорят»). Его образ, на наш взгляд, тоже базируется на архетипе Любовника. При чем ставка была сделана на архетипическое желание Любовника «знать людские секреты»⁹⁹. Герой игровой реальности должен быть модно одет и причесан, проводить вечера в клубах и на «пафосных

⁹⁷ Владислав Листьев. Послесловие... М., 2001. С.32.

⁹⁸ Там же. С. 116.

⁹⁹ *Марк М., Пирсон К.* Указ. соч. С. 177.

мероприятиях», а отпуск — на престижных курортах, жизненные трудности встречать с обезоруживающей беспечностью и уверенностью в своей полной правоте. Воплощением архетипа Славного малого можно считать Ивана Урганта, на него опирается Максим Галкин, на определенных этапах своей телевизионной карьеры его использовал Дмитрий Дибров.

Женские телеперсонажи тяготеют к двум полярным вариантам архетипа Любовницы: Золушка, уже совершившая свое триумфальное восхождение на Олимп (таковы почти все звезды отечественного шоу-бизнеса и таковыми их показывает Оксана Пушкина в «Женском взгляде»), и женщина-вамп, совершающая этот подъем на наших глазах (так подают себя Ксения Собчак, Тина Канделаки, Анастасия Заворотнюк).

Кроме того, стихия игры, которая определяет настроение передач этого типа, позволяет делать участниками представления маски, опирающиеся на разные архетипы. Их взаимодействие может стать главным зрелищем, как это происходит в программе «Прожекторперисхилтон» («Первый канал») и др. При этом, порой, этот тип зрелищ очень трудно отличить от игрологических. Например, в «Прожекторперисхилтон» присутствуют новости, а ведь именно их отсутствие выделял С.Н. Ильченко как один из важнейших признаков игровой передачи.

С ведущими диалогических зрелищ, так же как и с самими диалогическими зрелищами, ситуация на современном российском телевидении очень сложная. По теории, их социальные маски должны тяготеть к трем архетипам: Простодушный, Искатель и Мудрец. М. Марк и К. Пирсон называют раздел своей книги, где описаны эти архетипы, «Тоска по раю». Их главные функции в жизни людей: сохранять или обновлять веру, отстаивать независимость и понимать этот мир. Идея этих архетипов — квинтэссенция мифов компромиссной демократии, уходящих корнями в идеологию эпохи Просвещения, и вытесняемой сегодня, по мнению Р. Дворкина, даже в США и Европе, не говоря уже о странах с менее сильными демократическими традициями, демократией конфронтационной¹⁰⁰.

Искатель/Странник — одинокий герой, скитающийся по свету в поисках «земли обетованной» (рыцарь без страха и упрека,

¹⁰⁰ Дворкин Р. О правах всерьез. М., 2004.

Бродяжник-Арагорн (из «Властелина Колец» Дж.Р.Р. Толкиена): «Эта сильная духом индивидуальность бравирует одиночеством и изоляцией для того, чтобы искать новые пути. Часто оппозиционный, иконоборческий архетип помогает нам открыть нашу уникальность, наши перспективы, наши внутренние позывы»¹⁰¹. Подобный образ, столь типичный для европейской культуры и голливудского кинематографа, так и не нашел массового воплощения в нашей художественной традиции. На телевидении герой с архетипом Странника, как правило, — ведущий программ о путешествиях и приключениях (трэвел-программ). Эти программы по идее должны относиться к типу диалогических, поскольку могут рассказать о других культурах, других традициях и ценностях. Даже названия таких программ, например «Их нравы» (НТВ), могут заявлять о своем диалогическом потенциале. Со времен СССР неизбалованные свободой передвижения зрители любили программы «Клуб кинопутешествий» и «В мире животных», позволявшие познавать мир. К сожалению, главной опасностью для подобных программ является уход от диалогичности, в частности, когда под видом знакомства с другой культурой аудитории предлагается реклама потребительских услуг туристических фирм. А вместо искомой аутентичной культуры — мифы и штампы индустрии досуга. Эта подмена трагична для этой группы архетипов, поскольку здесь ценят подлинность и независимость в отличие от предыдущих групп, которые чувство принадлежности ставят выше подлинности.

Искатель сродни Гадкому утенку, который ищет родных («своих»). Такая позиция может быть и у ведущего диалогической программы, приглашающего к себе в гости различных людей и задающего им вопросы, позволяющие раскрыть картину мира и фундаментальные ценности. Причем диалогичность зрелища выявляется не столько в рамках одной программы, сколько в совокупности цикла программ. Мы уже приводили в пример «Зеркало» Николая Сванидзе («Россия»). Хотя сам Сванидзе, скорее, тяготеет к архетипу Мудреца, как и Владимир Познер, программа которого «Познер» («Первый канал») тоже претендует на роль диалогического зрелища. Архетип Мудреца, верящего в возможность обретения счастья через образование, познание себя и мира,

¹⁰¹ Дворкин Р. Указ. соч.

мы видим в основе бренда канала «Культура» и многих его ведущих, в частности, Александра Архангельского («Тем временем»). Однако беседы и дискуссии в студии часто не могут подняться до уровня диалогических зрелищ, так как каждый канал имеет свой список угодных и не угодных экспертов, которые не могут быть приглашены в эфир. В итоге круг людей, которые должны отражать многообразие взглядов и картин мира, присущих нашему обществу, не уже того, что существует в реальности. Дискутировать между собой приходится людям из одной коалиции, которые образуют замкнутую группу, не вступающую в диалог с другой такой же замкнутой группой, с другой картиной мира. Таким образом, телевидение только усугубляет процесс локализации публичной сферы¹⁰², который типичен для нашей страны.

Не находя полноценного воплощения в современных телевизионных зрелищах, архетип Мудреца вступает в гибрид с архетипом Шута или Мага. Владимир Молчанов, Артемий Троицкий, Дмитрий Захаров — интеллектуалы и эрудиты (Мудрецы перестроечного телевидения), ищущие истины, «которые делают нас свободными», позволяющие «объективно увидеть себя и мир и корректировать наш путь на основе результатов наших действий и выбора решений»¹⁰³ либо вовсе ушли с экранов, либо значительно преобразились.

Так, образ Дмитрия Захарова в программе «Их нравы» доведен до гротеска. Не менее гротескно выглядит Павел Любимцев, ведущий программы «Путешествия натуралиста» и «Городское путешествие», а также Александр Беляев, сообщающий прогноз погоды. Актер, изображавший ученого-натуралиста, и артистичный ученый-метеоролог стали современным воплощением героев приключенческой литературы конца XIX в., таких, как чудака-географ Жак Паганель из «Детей капитана Гранта» Жюль Верна, чудака-энтомолог, которого все называют «кузен Бенедикт», из «Пятнадцатилетнего капитана». В век потребительских идеалов ученые-чудаки, которые не гонятся за признанием и социальным статусом, оказываются одновременно и живым укором современности, и приятным воспоминанием «о юности человечества».

¹⁰² Красин Ю. Модернизация российского общества: соотношение экономики и политики // Власть. 2010. № 2. С. 4–7.

¹⁰³ Марк М., Пирсон К. Указ. соч. С. 20.

Они — мыслители, люди, для которых главной ценностью является поиск истины.

Персонаж Павла Любимцева (П.Е. Либермана) — это «Николай Дроздов в квадрате». То, что у ученого, — естественное проявление любви к своей профессии (нежное поглаживание змей или желание поцеловать крысу), у Павла Любимцева — гротескный прием. Экскурсовод-натуралист, похожий на гнома или Карлсона, посещающий разные зоопарки мира, то целуется с питоном, то затевает потасовку с мартышками из-за очков, то передает привет «мамане». Круглые очки, пухлые щеки, растянутые гласные, странные выходки — все вместе должно создать образ большого младенца, на всю жизнь сохранившего способность удивляться.

У внешне похожего на «натуралиста» Павла Любимцева Александра Беляева, одного из ведущих прогноза погоды на НТВ, напротив, главной чертой маски становится «отеческая» любовь к аудитории. Александр Беляев, гидролог, географ, синоптик-метеоролог, с удовольствием рассказывает зрителям «сказки о погоде». Он повествует о климатических явлениях так, что взаимоотношения циклонов и антициклонов превращаются в сюжет для приключенческого романа. Создавая свой образ, он опирается на архетип Шута, побуждающего нас к получению удовольствия от жизни, показывающего, «как превратить нашу работу, наши взаимодействия с другими <...> в Веселье»¹⁰⁴. По концепции авторов проекта, после новостного блока, напичканного негативом, зрителям необходимо услышать что-то более или менее позитивное: «Можно сказать, — говорил в одном из интервью А. Беляев, — что я делаю зрителю реанимацию»¹⁰⁵. Желаемый эффект достигается и с помощью иронических комментариев, и благодаря периодическим маскарадным переодеваниям, призванным проиллюстрировать метаморфозы погоды.

Еще один архетип, лежащий в основе образов ученых, — архетип Мага. Образами ученых — «современных волшебников и “сумасшедших гениев”»¹⁰⁶ — полно массовое искусство. Это и злодеи, мечтающие о мировом господстве, и сумасшедшие, создающие страшных монстров (от профессора Морриарти, с которым

¹⁰⁴ *Марк М., Пирсон К.* Указ.соч. С. 20.

¹⁰⁵ *Романова Т.* Александр Беляев: Я делаю зрителям реанимацию // Экспресс газета. 2003. № 53. С. 6–7.

¹⁰⁶ *Марк М., Пирсон К.* Указ. соч. С. 140.

сражается Шерлок Холмс у Конана Дойля, и ученого-безумца Тюбинга из «Кода да Винчи» до доктора Виктора Франкенштейна, создателя «чудища Франкенштейна», из романа Мэри Шелли и Ротванга из «Метрополиса» Фрица Ланга, сконструировавшего искусственную женщину). По мнению В. Матизена, популярность образа ученого-безумца для кинематографа Голливуда обусловлена «страхом обывателей перед гигантскими возможностями науки и комплексом неполноценности обычного человека перед гением»¹⁰⁷. При этом В. Матизен отмечает, «что к началу XXI в. Голливуд заметно “потеплел” к сумасшедшим ученым: и в “Играх разума”, и в “Доказательстве” они вызывают сочувствие. В этом сказывается и политкорректность, и наступившее понимание, что наука, способная причинить людям много бед, в то же время может защитить или предостеречь их. Так, в недавнем фильме “Послезавтра” ученый-метеоролог предупреждает человечество о грядущих холодах»¹⁰⁸.

Пока телевизионного персонажа с маской ученого-злодея в отечественном эфире нет. Однако тотальное увлечение жестокостью и паранормальными явлениями на телевизионном экране вполне может привести к скорому появлению такого ведущего. Первый шаг к этому уже сделан. Ведущий научно-развлекательной программы «Галилео» (так называемый сайнстейнмент) Александр Пушной — еще одна маска телевизионного чудака. Физик по образованию, шут по призванию, КВНщик по творческому опыту, он вплотную подошел к тому, чтобы создать на экране образ сумасшедшего ученого. Сначала его персонаж не был ученым, в его основе, скорее, архетип Простодушного — человека, способного радоваться жизни и задавать парадоксальные вопросы. По словам самого А. Пушного, выбирая стиль ведения программы «Галилео», ее создатели решили, что «там будет некий такой веселый человек с идиотическими наклонностями, но с образованием, который объясняет идиотские теории»¹⁰⁹. Однако позже, в ходе реформатирования передачи, Александр Пушной стал

¹⁰⁷ Матизен В. Возвращение гиперголоидов. В Голливуде возродилась мода на сумасшедших ученых // Новые Известия, 25 октября 2005 г. <<http://www.newizv.ru/news/2005-10-26/34083/>>

¹⁰⁸ Там же.

¹⁰⁹ Интервью А. Пушного с Е. Афанасьевой — ведущей программы «Телехранитель» // Эхо Москвы, 26 августа 2007 г. <<http://old.echo.msk.ru/guests/14022/>>

делать в студии эффектные опыты и все больше походить на сумасшедшего профессора.

Разумеется, ни А. Пушной, ни А. Малахов, ни другие известные ведущие форматных программ не принимают, как правило, участия в монтаже программ. Это делают режиссеры и продюсеры, однако они следят за тем, чтобы телереальность программы и особенности «мировоззрения» социальной маски ведущего дополнялись и обогащались, а не мешали друг другу.

Встречаясь с ведущим в самом начале программы, зритель опознает в нем «своего» или «чужого» и, руководствуясь этим, принимает решение о дальнейшем просмотре программы. Обзор наиболее распространенных на нашем телевидении архетипов, анализ потери популярности одними и обретения ее другими ведущими позволяют нам говорить об изменениях социокультурной ситуации в обществе, социально-психологических установок аудитории.

Понимание общего состояния аудитории и ее запросов важно не только для тех, кто профессионально занимается конструированием телевизионной реальности, так как позволяет им иметь высокий рейтинг программ, но и для самого процесса интерпретации реальности. Ведь этот процесс не заканчивается с выходом программы в эфир, а продолжается в сознании аудитории, что подчеркивают и исследователи массмедиа, и специалисты по медиабрендингу¹¹⁰, в процессе коммуникации производителей контента с аудиторией посредством как уже знакомых (телевидение), так и относительно новых (Интернет) средств доставки контента зрителю.

2.4. Телевизионная аудитория: от потребления к коммуникации

Исследования аудитории зрелищ, в частности, аудитории СМИ и телевидения, — область интересов ученых различных специальностей: социологов культуры и психологов, историков и антропологов, культурологов, экономистов и политологов. Все они, опираясь на свои методы исследований и комбинируя их, пытаются

¹¹⁰ Fiske J. *Television Culture*. L.; N.Y., 1987; Хант Ли. Указ. соч.

ся понять, как воздействуют зрелища на аудиторию. Особенную актуальность в сфере массмедиа этот вопрос приобрел с появлением возможности интерактивного взаимодействия со зрителем. Новые коммуникативные возможности, в частности, телевидения и Интернета содействовали тому, что был запущен процесс нишевизации телевидения и сегментации аудитории. Закономерно, что создатели нишевых каналов захотели больше знать о своей аудитории, чем это было и остается необходимым для тех, кто делает национальные каналы. На сегодняшний день существует несколько основных подходов к типологизации аудитории¹¹¹. Ведь типологию аудитории, так же как и типологию телепрограмм, можно построить исходя из разных критериев в зависимости от интересующего аспекта.

Е.Л. Вартанова выделяет три ключевых направления исследований аудитории СМИ:

- демографические исследования (возрастной состав аудитории, дополняемый данными о поле, национальной или этнической принадлежности, образовании, уровне доходов, количестве членов семьи);
- психографические исследования (информация, фокусирующаяся на психологических параметрах, описывающих внутренний мир аудитории, — стиль жизни, формы жизненной активности, мнения, жизненные интересы, ценности. Часто они называются VALS-исследованиями от английской аббревиатуры, составленной из первых букв в словах Values — ценности, Attitudes — отношения, Life Styles — стили жизни);
- геодемографические исследования (изучение демографических и психографических характеристик аудитории с учетом географических особенностей регионов и территориальных кластеров)¹¹².

Полемика о том, какой подход наиболее эффективен и перспективен, ведется давно. Но на данный момент социально-демографическая сегментация все еще остается в нашей стране основной, поскольку опирается на большой накопленный опыт. Эта традиционная медиаметрия имеет более четкую алгоритмическую

¹¹¹ Ольховников А.В., Уварова А.А. Типология телевизионной аудитории // Социологические исследования. 1992. №7. С. 99–100.

¹¹² Вартанова Е.Л. Указ. соч. С. 77.

базу и, что не менее важно, предоставляет нужное количество информации, необходимой рекламодателям. Производители же контента и топ-менеджеры часто предпочитают опираться на собственные интуитивные ощущения и мнения экспертов, которым они привыкли доверять¹¹³.

Сложность других подходов к исследованию аудитории заключается в том, что они подразумевают междисциплинарный подход, создание групп специалистов разных специальностей, которые вырабатывают алгоритм исследований, обусловленный конкретно поставленной задачей. Кто закажет и будет оплачивать подобные исследования в нашей стране — пока сказать трудно. Рекламодатели и производители программ в этом не заинтересованы или не имеют на это достаточных средств, государство, очевидно, тоже не видит в этом особой необходимости.

Вопрос об исследовании предпочтений телеаудитории напрямую связан с необходимостью анализа социально-политической, экономической и культурной среды, в которой сформировались зрители. Это позволило бы создателям телепрограмм учитывать мировоззренческие характеристики аудиторий, которые и формируют предпочтения в телесмотрении.

В большинстве социологических исследований телевидения принята возрастная шкала, устанавливаемая исходя из ключевых жизненных событий. Такими событиями являются совершеннолетие, окончание учебы в вузе, брак, рождение детей, взросление детей: 18–24, 25–39, 40–54, 55 лет и старше. Однако эти критерии, безусловно, важные, не могут считаться определяющими. Гораздо более существенное влияние на формирование личности оказывают значимые события общественной жизни.

Так, демограф Н. Хоув и историк У. Штраус, рассматривая американскую историю XX в., выделили пять поколений. Как оказалось в дальнейшем, принцип применим практически ко всем развитым и развивающимся странам. В основе рассматриваемой теории лежат глубинные ценности людей, родившихся в определенный исторический период и испытывающих влияние одних и тех же событий (экономических, политических, социальных), а также воспитанных в рамках одной семейной модели. Каждые

¹¹³ *Афанасьева Е.* Телехранитель. Итоги телевизионного 2006 года. Прогнозы на 2007 г. // Эхо Москвы, 31 декабря 2006 г. <<http://www.echo.msk.ru/programs/tv/48562/>>

четыре поколения составляют цикл. Длительность одного такого цикла — 80–90 лет. Пятая генерация уже обладает теми ценностями, которые были усвоены первой.

Выделены четыре основных типа. «Осень» (Герои) — это уверенные в себе, деятельные борцы. Как правило, они не создают новые ценности, но отстаивают уже существующие. «Зима» (Приспособленцы) — люди неуверенные, лишённые внутреннего стержня, предпочитают приспосабливаться к существующей системе. «Весна» (Идеалисты) — оптимисты, революционеры, создающие новое светлое будущее. «Лето» (Реакционеры), — как правило, непостоянные, циничные люди. Они разочарованы в реалиях выстроенной системы и отвергают какие-либо моральные ценности¹¹⁴.

Юрий Левада, руководствуясь этой же логикой, выделяет шесть «значимых» поколений XX в. в России¹¹⁵. Каждое поколение определяется через «временные рамки формирования (социализации) определенных возрастных групп, которые приходятся на особо значимые, переломные периоды»¹¹⁶.

1. Поколение «революционного перелома» (рожденное на рубеже XIX–XX вв. (Сегодня это уже ушедшее поколение.)

2. Поколение «сталинской мобилизации» (рожденное в 1910-е годы). (Это поколение тоже ушло.)

3. Поколение военного и послевоенного периода 1941–1953-х годов, к которому относятся люди 1920–1928-х годов рождения.

4. Поколение «оттепели» 1953–1964-х годов, «свободное от массового страха и надеющееся на гуманизацию социализма»¹¹⁷, к которому относятся люди, родившиеся в 1929–1943-х годах.

5. Поколение «застоя» 1964–1985-х годов, родившееся в 1944–1968-х годах.

6. Поколение «перестройки» и реформ. Границы этого поколения у западных исследователей несколько иные, и его принято называть «поколением X»¹¹⁸ (1965–1982-е годы рождения). Каж-

¹¹⁴ *How N., Strauss W.* Millennials Rising: The Next Great Generation. Broadway Books, 2000. P. 256–272.

¹¹⁵ *Левада Ю.А.* Ищем человека. Социологические очерки 2000–2005. М., 2006. С. 34–36.

¹¹⁶ Там же. С. 34.

¹¹⁷ Там же. С. 35.

¹¹⁸ *Коупленд Д.* Поколение Икс // Иностранная литература. 1998. № 3. <http://lib.ru/INPROZ/KOUPLEND/gen_x.txt>

дое из указанных поколений представлено в структуре современных телезрителей, и каждое из них имеет свои ценностные ориентиры, которые описывает, в частности, Ю. Левада¹¹⁹.

Евгения Шамис и Алексей Антипов добавляют к этому списку еще два поколения: поколение Y и Z. Поколение Y (Millenials или Next) — 1983–2003 гг. — опять возвращает российское общество к «осени». Ключевые события этого периода — распад СССР, теракты в самых безопасных, на первый взгляд, городах мира, активное внедрение Интернета в повседневную жизнь. Среди ценностей этого поколения можно назвать уверенность в себе, готовность к переменам. Однако наравне с такими качествами воспиталось чувство подчиненности. Именно в это время возникает потребность в специализированных каналах доставки информации. С 2003 г. начался новый виток в истории — поколение Z (Индиго). Здесь, конечно же, выводы пока делать рано. Ценности лишь начинают формироваться, усваивая опыт предыдущих лет и поколений¹²⁰. Однако исследователи массмедиа уже делают прогнозы о том, что это последнее поколение, так же как и предыдущее, не захочет быть телезрителями, и сформирует иные привычки медиапотребления¹²¹.

Разумеется, ни одно поколение не может быть однородным. Его представители различаются по месту рождения и этнической принадлежности, религии и образу жизни, профессии и уровню дохода. Все эти и многие другие параметры накладываются на поколенческие характеристики. Не менее перспективной представляется нам попытка классификации аудитории в зависимости от ее жизненной позиции. В исследовании «Российское телевидение: между спросом и предложением» в качестве важной характеристики, определяющей специфику телепросмотра, назван «локус контроля»: «склонность человека приписывать ответственность за результаты своей деятельности либо самому себе, либо внешнему контексту, внешним обстоятельствам»¹²². «Экстерналы», люди,

¹¹⁹ Левада Ю. Поколения XX века: возможности исследования. <<http://ecsosman.edu.ru/data/507/991/1219/02levada-7-14.pdf>>

¹²⁰ Семенова В.В. Дифференциация и консолидация поколений // Россия: трансформирующееся общество. М., 2001. С. 256–271.

¹²¹ Соколова Н. Популярная культура Web 2.0: К картографии современного медиаландшафта. Самара, 2009.

¹²² Климов И.А. Социальные вызовы «приватизированного» телевидения // Российское телевидение: между спросом и предложением. Т. 1. М., 2007. С. 13.

рассчитывающие на других и на счастливый случай, ожидают, что телевидение объяснит им как устроена жизнь и укажет их место в обществе (идентичность). Если же это по каким-то причинам невозможно, то телевидение дает им возможность ухода от тревожной и непонятной действительности (эскапизм) через погружение в мир телеразвлечений. «Интерналы» (люди, рассчитывающие только на себя, более молодые образованные, живущие в крупных городах) ждут от телевидения релаксации, переключения внимания, расширения кругозора и личностного развития. Между этими двумя полярными группами — «средняки», те, кто хотели бы с помощью телевидения осваивать конкретные житейские практики (как строить жизнь, как правильно потреблять и добиваться успеха). Недостаток эмоций эта группа зрителей пополняет через сопереживание героям фильмов и сериалов, участникам телеигр и шоу.

Медиапсихологи, в частности, П. Винтерхофф-Шпурк¹²³, применяют модель, разработанную Гейдельбергским институтом SINUS, в которой различаются следующие слои немецкого населения, а значит, и телеаудитории.

1. Ведущая социальная среда (28% населения) избирательно смотрит телевизор и активно пользуется Интернетом:

а) хорошо устроившиеся люди — истеблишмент (10%);

б) постматериалисты — свободомыслящие люди (сформировались в конце 1960-х годов XX в.), либералы с постматериальными ценностями и интеллектуальными интересами (10%);

в) молодая, нетрадиционная результативная элита, отличающаяся высокой гибкостью (8%).

2. Традиционная среда (26%) — ярые поклонники телевидения, не интересуются Интернетом:

а) старые консерваторы (5%);

б) защитники традиций (главные ценности — уверенность и порядок) (15%);

в) испытывающие ностальгию по ГДР (6%).

3. Основная среда (27%) много смотрит телевизор, в частности, развлекательные программы, но не очень активна в Интернете:

а) среднестатистические граждане, стремящиеся к стабильности (16%);

б) малообеспеченные потребители с ярко выраженными материалистическими ценностями (11%).

¹²³ Винтерхофф-Шпурк П. Медиапсихология. Харьков, 2007. С. 71.

4. Гедонистическая среда (18%) со средней активностью смотрит телевизор, так же относится и к Интернету:

а) экспериментаторы — богема, считающая свою жизнь авангардной (6%); б) гедонисты, ориентированные только на получение удовольствий (11%).

Во многом с этой классификацией перекликается достаточно распространенная в социологии методика определения психографических типов. Согласно ей телеаудитория делится на шесть групп: «любители развлечений, знатоки (это те, кто хочет казаться профессионалами, компетентными людьми со своим мнением), принимающие решения, ориентированные на семью и общение, ценители гармонии и любители острых ощущений»¹²⁴. Принадлежность к тому или другому типу зависит от возраста только в двух случаях: «любителей острых ощущений» с возрастом становится меньше, а «знатоков» — больше. Однако процент зрителей той или иной группы подвержен изменениям, которые, вероятнее всего, зависят от изменения социокультурной ситуации в обществе. За последние четыре года (с 2005 по 2009) «группа любителей развлечений по России возросла на 32%, а в Москве — почти на 50%. Зато ориентированных на семью и общение в Москве стало меньше на 43%, а в России — на 10. <... > Эта группа сокращается до минимума. Хотя, например, в Европе равномерное распределение зрителей по всем шести группам»¹²⁵. Причем, по мнению А. Костюка, эта тенденция будет сохраняться и дальше. Подавляющее большинство телезрителей будет ориентировано на развлечение.

Телевидение, являясь наиболее доступным источником развлечений, все же вынуждено учитывать, что развлечением сегодня пронизана вся жизнь человека. Если до последнего времени сфера развлечений отчуждалась от развлекающихся (человек не развлекал себя сам, а принимал развлечения из рук профессионалов), то определяющая тенденция нового времени — возвращение развлечениям их интерактивной сущности. Вторая важная тенденция —

¹²⁴ Костюк А. От журналистики — к развлечениям. Доклад на круглом столе, проходившем в 2009 г. на факультете журналистики МГУ. Цит. по: Костюк А. Влечение к развлечению // Огонек. <<http://www.ogoniok.com/5072/18/>>

¹²⁵ Там же.

смешение повседневности и развлечения, иначе жизнь воспринимается как скучная и бессмысленная. Поход за покупками из рутинного действия превращается в праздник, именуемый «шопингом». Большие торговые центры включают в себя кинотеатры, концертные площадки, залы аттракционов. Особым развлечением становится период распродаж. Сам процесс поиска наиболее выгодной покупки превращается в спортивное соревнование, а еще точнее — в охоту. Шопинг становится похож на хобби или сеанс психотерапии. Все это результаты более чем полувекового существования потребительского общества, с которым приходится считаться телевидению.

Сегодня не только время досуга, но и сама работа (в идеале) должна содержать в себе развлекательный элемент. По результатам исследований¹²⁶, наиболее популярными являются профессии менеджера по туризму, специалиста по рекламе и связям с общественностью и event-менеджера (специалиста по организации корпоративных праздников и мероприятий). Очевидно, это связано с тем, что профессии, содержащие креативный элемент, в представлении молодых людей позволяют жить внутри праздника постоянно.

Офисные служащие, чья деятельность не связана с развлечением, стараются внести его в свои будни искусственным путем. Частью корпоративной культуры становится не только манера одеваться, но и обязательные совместное проведение досуга и развлекательные перерывы в рабочем графике (вместо привычных в России перекуров и кофе-брейков с обсуждением сплетен). Всевозможные соревнования с награждением победителей, спортивно-танцевальные пятиминутки делают жизнь офисных клерков похожей на уроки для младшеклассников. Кроме того, большинство людей, работающих за компьютером, подключенным к Интернету, регулярно перемежают работу с просмотром развлекательных интернет-ресурсов.

На сегодняшний день в России телевидение еще не ощущает жесткой конкуренции со стороны интернет-развлечений. Свя-

¹²⁶ Портал Superjob.ru изучал резюме, поданные в кадровые агентства молодыми людьми в возрасте до 30 лет. Цит. по: *Грицюк М.* Ненужные профессии // Российская газета. Федеральный выпуск № 4878 от 31 марта 2009 г. <<http://www.rg.ru/2009/03/31/professii.html>>

зано это отчасти с тем, что большая часть телезрителей — люди пожилые, малообразованные и проживающие в сельской местности¹²⁷. По данным исследования «Телевидение глазами телезрителей» (2007 г.), «в небольших городах (менее 100 тыс. жителей), где в основном низкий уровень жизни и высокий уровень безработицы, а традиционные учреждения культуры прекратили свое существование или находятся в упадке, телевизор смотрят больше (226 мин в день), чем в крупных и средних городах (215 мин в день). Сельское население смотрит телевизор в среднем на 20 мин больше, чем жители малых городов, и на полчаса больше, чем жители крупных городов — 246 мин в день»¹²⁸.

По данным опроса ВЦИОМ, проведенного в 2008 г., смотреть телевизор россиянам нравится больше, чем читать. «При этом старому советскому кино респонденты симпатизируют в большей мере (эти фильмы предпочитают смотреть 59% опрошенных), чем современным отечественным фильмам (41%), российским телесериалам (30%) и зарубежным фильмам (23%). Развлекательные, игровые телепередачи любят смотреть больше (32%), чем проблемные передачи (25%). Современная музыка и советская эстрада (22–24%) находят больше слушателей, чем классическая музыка (8%)»¹²⁹.

Кроме того, необходимо учитывать, что значительная часть молодых (моложе 44 лет) и активных россиян практически не имеют досуга (23%) или имеют его недостаточно (39%). Причем в первую очередь нехватку досуга ощущают высокообразованные, обеспеченные жители городов¹³⁰. Даже если они могут позволить себе более качественные телевизионные услуги (спутниковое, кабельное телевидение), социально-экономическая ситуация не позволяет им уделять много времени просмотру. Скорее, для них больше подойдет мобильное телевидение, позволяющее получать контент, не отрываясь от производственной деятельности.

¹²⁷ Полуэхтова И.А. Динамика российской телеаудитории // Социологические исследования. 2010. № 1. С. 66–77.

¹²⁸ Полуэхтова И.А. Указ. соч. С. 75.

¹²⁹ Любимое занятие россиян — сидеть дома и смотреть телевизор // Пресс-выпуск. ВЦИОМ. № 949. <<http://wciom.ru/index.php?id=268&uid=10103>>

¹³⁰ Свободное время — редкость, главное — уметь его провести // Пресс-выпуск. ВЦИОМ. № 1433. <<http://wciom.ru/index.php?id=268&uid=13194>>

Телевидение же, уступив Интернету пока еще узкую прослойку образованного и социально активного зрителя, проживающего в больших городах, сосредоточивается на развлечении российского большинства. Основанная часть сегодняшней телеаудитории, по мнению социологов, — женщины, отвечающие, как правило, за ведение домашнего хозяйства и совершающие большинство покупок товаров повседневного спроса, поэтому они наиболее востребованы рекламодателями: «Именно на них и рассчитаны соответственно передачи современного российского ТВ: телесериалы, развлекательные ток-шоу, передачи о ремонте, кулинарии, здоровье, моде, концерты популярных исполнителей и всевозможные шоу со «звездами» и др.»¹³¹.

Производители телепрограмм чаще всего воспринимают телезрителя как гомогенную массу, интересы которой сводятся к традиционным схемам, более столетия используемым массовой культурой. Мы подробно говорили о них в разделе, посвященном формульным жанрам и аттракционам. Удовлетворение потребностей этой аудитории — задача легко выполняемая, потому что из пирамиды потребностей главными становятся низшие потребности¹³²: прежде всего физиологические, потребность в безопасности, принадлежности и любви. Ценности, которые принято называть витальными — жизнь, здоровье, телесность, безопасность, благосостояние, состояние человека (сытость, покой, бодрость), сила, выносливость, качество жизни, природная среда (экологические ценности), практичность, потребление и т.д. — важны для подавляющего большинства современных людей. Они не зависят ни от уровня образования, ни от национальности, ни от принадлежности к субкультуре. Правда, требуемый стандарт качества жизни или даже просто сытости будет различаться, но в такие детали отечественное телевидение углубляется редко. На сегодняшний день нам представляются наиболее удачными два крупных исследовательских проекта, в ходе которых была сделана попытка понять, как телезрители оценивают то, что они видят на телеэкране. Это социологическое исследование «Телевидение глазами телезрителей», которое проводилось Аналитическим

¹³¹ *Полуэктова И.А.* Указ. соч. С. 69.

¹³² *Маслоу А.* Мотивация и личность. СПб., 1999.

центром «Видео Интернешнл»¹³³ и социологическое исследование «Обыденные телекритики»¹³⁴. Методы этих исследований — стандартизированное личное интервью, фокус-группы и онлайн-дискуссии — дают возможность перестать воспринимать зрителей только с позиций менеджмента и маркетинга как аудиторию потенциальных покупателей. Они позволяют говорить о телезрителях как о публике, подразумевая под ней социальную группу особого рода, «социальную общность, способную адекватно понимать и оценивать современные ей художественные процессы, направления и ценности»¹³⁵. В отличие от аудитории публика не только потребляет предлагаемые ей зрелища. Она формируется ими и заставляет авторов считаться с ее запросами, причем художественный процесс может как опережать публику, так и запаздывать по сравнению с ритмами ее развития.

Публика телевидения существенно отличается от публики традиционных зрелищ. Эти отличия определяются спецификой телевидения как средства массовой коммуникации. Выше мы уже говорили о том, что восприятие телезрителя не непосредственно, а опосредованно техническими приспособлениями (телекамерой) и телевизионным монтажом. Телевизионная публика мало связана в пространстве (время, когда зрители собирались для просмотра телезрелищ у одного телевизора, давно прошло). И даже ее объединенность во времени относительна. Величина территории страны заставляет вещать отдельно на различные регионы, так

¹³³ Исследование проводится в сотрудничестве с крупными исследовательскими компаниями (ВЦИОМ, Фонд «Общественное мнение», РОМИР Мониторинг) ежегодно, начиная с 2000 г., и представляет собой выборочный опрос городского населения России от 15 лет и старше. Круг вопросов исследования включает следующие темы: объем телесмотрения; место телевидения в жизни человека; практика телесмотрения; просмотр отдельных каналов, жанров, программ; имидж телеканалов и др. Выборка исследования — многоступенчатая, стратифицированная, вероятностная; объем выборки превышает 2000 человек. Метод сбора информации — стандартизированное личное интервью на дому у респондента.

¹³⁴ Панельное исследование в рамках качественной методологии. Объем панельной выборки: 70 москвичей в возрасте от 17 до 77 лет. Методы сбора информации: электронные фокус-группы, дискуссионные фокус-группы, личные интервью, онлайн-дискуссии. Период проведения: март—май 2007 г. Исследование проведено Фондом «Образованные медиа» совместно с Фондом «Общественное мнение». Руководители исследования — А.Г. Качкаева, И.А. Климов.

¹³⁵ *Хренов Н.А.* Публика в истории культуры. Феномен публики в ракурсе психологии масс. М., 2007. С. 11.

что далеко не вся публика одновременно смотрит тот или иной телевизионный проект. Телевизионная публика включает в себя разные слои, группы, нации и т.д. И все же она не перестает быть публикой, обладающей сходными потребностями, установками и вкусами — социально-психологической общностью, способной расширяться и воспроизводить себя во времени, демонстрируя преемственность поколений, что позволяет ей транслировать эстетические и культурные ценности в истории.

По мнению Н.А. Хренова¹³⁶, специфика культуры XX в. и формирование массовой культуры обусловлены тем, что в этот период случайная публика становится активной, а постоянная публика, традиционно участвовавшая в формировании культуры, утрачивает положение лидера. Подробный анализ этой ситуации требует от исследователя рассматривать XX в. как период последовательной смены трех исторических периодов: пассионарного, компенсаторного и экстравертивного¹³⁷. Пассионарный этап характеризуется разрушением классической культуры нигилистами, отказывающимися от традиционных ценностей. Новая публика требует перехода от «литературоцентричной» культуры к культуре «зрелищецентричной». Традиционная культура, воспринимаемая как система запретов, отвергается, происходит «прорыв природы в культуру», стимулирующий возникновение и развитие модерна. Эскалация зрелищ, воздействующих на чувственность и стимулирующих интерес к иррациональному, приводит к размыванию системы ценностей и, как следствие, к разрушению социальной структуры общества. Усталость публики, вызванная переизбытком зрелищ, приводит к необходимости изменения способов коммуникации.

Эти новые способы предлагает уже не культура, а государство, которое берет на себя часть функций культуры. Первой его задачей, знаменующей начало компенсаторного периода, становится обуздание «естественного» человека и введение общественной жизни в рамки жесткой государственности. Разрушенные в ходе развития культуры пассионарного периода нравственные критерии личности заменяются государственными оценочными установками, предлагаемыми публике. Постоянное противобор-

¹³⁶ Там же.

¹³⁷ Там же.

ство между «Мы» и «Они», разворачивающееся в зрелищах этого периода, приводит к формированию повторяющихся образов «врагов». Демонстрация многочисленных побед над «врагами» упрочивает авторитет государства и его оценочных установок. Однако неспособность и нежелание вступать в диалог с «другими» приводит к эскалации психологического напряжения у публики. Чтобы снять это напряжение, вдохновляемая государством культура предлагает зрителям пути эскапистского ухода от реальности. Отдохновение от реальных и фантомных проблем публика находит в развлекательном искусстве, в частности, развлекательном кино и телевидении. Выходя за рамки искусства, развлечение постепенно превращается в индустрию, не заинтересованную в восприятии аудитории как публики.

Как альтернатива «официальной» культуре, в конце компенсаторного периода начинает иметь все большее влияние культура «неофициальная». Это культура тех, кто ощущает себя «другими» и стремится утверждать личностные ценности, не совпадающие с государственными установками. Расцвет «неофициальной культуры» знаменует собой начало перехода к третьему этапу — экстравертивному. Он характеризуется терпимостью к прошлому и потребностью «воскрешения» забытых традиций, обращением к иным культурам и возвращением к «естественному человеку». Эта культура неоднородная и эклектичная, что мы можем наблюдать на примере эстетики постмодернизма. Готовность принять в себя все новое и все различное, примиряя их, позволяет исследователям (в частности, Т. Парсонсу¹³⁸) говорить о том, что общество, построенное на базе этой культуры, обладает достаточным внутренним потенциалом, который позволяет ему преодолевать любые дисфункции и возвращаться в равновесное состояние. Однако в экстравертивной культуре явно ощущается и некоторая неуверенность о себе (об этом подробно пишет У. Бек¹³⁹, разработавший концепцию «общества риска»), ощущение очередного «конца истории» и ожидания прихода нового пассионария, с которым необходимо заранее попытаться вступить в диалог.

Экстравертивная культура предполагает формирование других социальных страт, основанных не на национальных, профессио-

¹³⁸ Парсонс Т. Система современных обществ. М., 1998.

¹³⁹ Бек У. Общество риска. На пути к другому модерну. М., 2000.

нальных или возрастных особенностях, а на принципах «интересов» и «стилей жизни», которые больше не зависят от социального статуса человека (обусловленного рождением или профессией), а выбираются исключительно на основании индивидуальных вкусов. На этом этапе снова растет процент постоянной публики, предпочитающей не массовые, а специфические зрелища, готовой активно коммуницировать с художниками, диктуя им свои взгляды и вкусы и формируя культуру «индивидуальных миров»¹⁴⁰.

Эти периоды в развитии культуры в XX в. проходила вся западная цивилизация. Однако в Европе формирование этой новой стратификации проходило на базе, заложенной в предыдущие эпохи христианскими ценностями и совершившейся «дисциплинарной революцией»¹⁴¹, которая в России провалилась. Результатом этого стало специфическое развитие страны в XIX—XX вв., запоздавший процесс индустриализации. Вместо новой структуры общества, которая должна была сформироваться благодаря этому, в России произошла социалистическая революция, сформировалось тоталитарное государство и «советское общество», декларировавшее свою однородность — классовую и этническую (несмотря на национальное многообразие). Господствующей культурой стала культура компенсаторного периода. Наследием, которое мы получили от этого общества, стала общая система ценностей, которая была отвергнута после развала СССР, но все еще оказывает существенно влияние на базовую составляющую картины мира. Но кроме официальной культуры в СССР сформировалась достаточно разнообразная «неофициальная» культура, не отвечающая требованиям социалистического реализма: диссидентская литература, бардовская песня, политический театр, авангардная живопись и скульптура, рок-музыка и т.д.

Именно эта культура позволяла предположить, что в России может сформироваться экстравертивная культура, которая позволит переосмыслить сложную историю страны, свое место в современном западном мире и осознать перспективы развития. Однако развал СССР вызвал в обществе столь серьезный культурный и

¹⁴⁰ *Дуков Е. В.* Цивилизационные тренды и крах массовой культуры // От массовой культуры к культуре индивидуальных миров: новая парадигма цивилизации. Сб. статей. М., 1998. С. 6–22.

¹⁴¹ *Живов В.* Дисциплинарная революция и борьба с суеверием в России XVIII века: «провалы» и их последствия // Антропология революций. Сб. статей. <<http://www.fedy-diary.ru/?p=3729>>

экономический шок, что он затормозил развитие экстравертивной культуры, заставил государство вернуться к компенсаторной культуре, которая не смогла вытеснить экстравертивную культуру полностью, но прочно обосновалась на телевидении, оставив оппонентам преимущественно ночной эфир.

В результате на федеральных телеканалах зритель может видеть своеобразный культурный микс, в котором смешались элементы советской картины мира и ее мифы с другими мифами, ценностями и представлениями о мире. Несмотря на некоторые различия в интересах, социологические исследования показывают, что разница между поколениями в восприятии мира и отношении к ценностям (особенно в регионах) не столь велика. Молодое поколение не свободно от советских стереотипов. По итогам опроса ВЦИОМ пришел к выводу, что большинство россиян за «возвращение к традициям, моральным ценностям, проверенным временем»¹⁴².

Однако советские ценности, во многом принимаемые молодым зрителем, перемежаются с ценностями массовой культуры, что очевидно показывает все, уже процитированное выше, исследование ФОМ. Приоритетное внимание к темам новостей распределяется по возрастам (см. табл. 2)¹⁴³.

Мы сохранили в таблице то деление по возрастам, которое предлагают социологи, хотя для наших целей можно было бы несколько сузить первую группу. В 2007 г., когда проводилось это исследование, 35-летними были люди, рожденные в 1972 г. Они имели опыт советского телесмотрения. Нас же интересуют телевизионные предпочтения тех, кто был рожден после 1980 г., не ходил в советскую школу и начал свое осознанное знакомство с телевидением с эпохи гласности.

Остальные же две возрастные группы телезрителей прошли через период крушения идеологической системы СССР, через кризис ценностей и вынуждены были привыкать к новому телевизионному языку и развлекательной доминанте в программной политике центральных каналов, сменившей идеологическую доминанту. Усомнившись в истинах коммунистической идеологии, они одновременно не могли полностью принять и ценности, предлагаемые западной массовой культурой.

¹⁴² Уже не дети, но еще не взрослые // ВЦИОМ. 2010. <<http://wciom.ru/index.php?id=266&uid=13556>>

¹⁴³ СМИ: предпочитаемые каналы информации. Опрос населения // ФОМ. 2007. <<http://bd.fom.ru/report/map/d073121>>

Таблица 2

Круг интересов телезрителей разных возрастов

Место	18–35 лет	36–54 года	55 лет и старше
1-е	Криминал, происшествя	Криминал, происшествя	Политика
2-е	Культура, искусство, кино, музыка	Международные отношения, события в мире	Международные отношения
3-е	Международные отношения, события в мире	Культура, искусство, кино, музыка, политика	Криминал, происшествя
4-е	Спорт	Медицина	Культура, искусство, кино, музыка, медицина
5-е	Политика	Спорт	Экономика и финансы

Если опираться на классификацию ответной реакции публики на произведения массовой культуры, предложенную С. Холлом¹⁴⁴, то реакция российского общества на телевидение очень отличается в разных социальных стратах. Анализ результатов фокус-групп, проведенных в ходе исследования «Обыденные телекритики»¹⁴⁵, свидетельствует о том, что реакцию основной массы телезрителей, скорее, можно назвать «договорной» (в целом система принимается, но определенные элементы идеи могут быть оспорены), чем «подчиненной» (идеи продукции массовой культуры принимаются полностью). Круг зрителей с «оппозиционным» восприятием (отвергаются не только идеи, но и система, производящая их) значительно уже и среди них многие являются пользователями Интернета. Эта более молодая по возрасту группа отвергает телевизионную реальность не активно, с митингами и диссидентским движением, а пассивно — через отсутствие интереса к внутренней политике и социальным вопросам при сохранении интереса к событиям в мире и обострении интереса к музыке

¹⁴⁴ Hall S. Notes on Deconstructing the Popular // People's History and Socialist Theory. L., 1981. P. 232.

¹⁴⁵ Российское телевидение: между спросом и предложением. М., 2007.

и спорту. Разумеется, здесь надо учитывать еще и специфику возраста: с годами интересы данной группы будут меняться. Однако надежды на то, что нынешнее молодое поколение само по себе вырастет другим и это решит все российские проблемы, на наш взгляд, излишне оптимистичны. Ведь даже при том, что молодежь может не смотреть выпуски новостей федеральных телеканалов целиком, как это делает старшее поколение, она, как правило, в курсе того, что показывает телевидение. (Смотрит сюжеты в Интернете, обсуждает новости с родственниками, получает ссылки от друзей и т.д.) Так что интерпретация реальности, которую предлагает телевидение, все-таки оказывает влияние на их картину мира, на систему ценностей. Некоторые мифы и стереотипы, тиражируемые телевидением, остаются в сознании, формируя мировоззрение.

Причину такой позиции надо искать в особенностях социокультурного развития России. Этой теме посвящена третья глава исследования. Но сначала мы подведем итоги второй главы, отметив наиболее важные положения.

- Для форматной программы телевизионная реальность есть картина действительности, обусловленная форматом программы. Формат определяет не только процесс создания программы, с его помощью создатели передачи пытаются руководить процессом восприятия зрелища как можно более широкой аудитории. Каждый формат предлагает создателям программы готовую схему интерпретации реальности, а телезрителям модель реальности, созданную по законам массовой культуры.

- Одной из важнейших характеристик формата является его склонность к гибридизации, к объединению в своем арсенале приемов и методов воздействия не только различных жанров, но и видов творческой деятельности. В частности, создатели форматных передач активно пользуются аттракционами и формулами, эффективность которых известна по массовой литературе и массовому кинематографу.

- Телевизионная реальность той или иной передачи является фрагментом интерпретированной реальности, общая же картина собирается из этих фрагментов благодаря программности и серийности телевизионного зрелища, которые позволяют воспринимать просмотр телевизионных передач как своеобразный ритуал.

- Телевизионная реальность конкретного телеканала есть взгляд на мир, соответствующий идеологии канала (медиабренду телеканала), который формируется с учетом охвата аудитории в целях коммерческой успешности, а проявляется в программной политике канала. Каждая передача, выходящая на канале, должна вписываться в тот образ реальности, который соответствует медиабренду канала и отвечает ожиданиям аудитории.

- Важной составляющей медиабренда того или иного канала становятся «социальные маски» телевизионных ведущих, которые создаются с учетом популярных архетипов. «Социальные маски», населяющие телевизионную реальность, претендуют на выражение общественного мнения, мировоззрения и социально-психологических установок определенной части аудитории, представляя собой обобщенный портрет этой группы населения.

- Современная телевизионная аудитория неоднородна. Ее приятие или неприятие телевизионной реальности того или иного канала зависит от множества факторов (от возраста и уровня образования до психотипа и субкультурных особенностей). Однако можно отметить две общие тенденции: телевизионный зритель ожидает от телевидения в первую очередь развлечений и все больше заинтересован в том, чтобы занимать в коммуникации (в частности, в ходе развлечений) активную позицию участника, а не просто зрителя.

- Несмотря на декларируемое нежелание молодой аудитории смотреть телевизор, она все равно оказывается в курсе диктуемой ей повестки дня, поскольку получает ее через Интернет.

- Ведущие национальные российские телеканалы при интерпретации реальности активно используют способность телевидения смешивать повседневность и праздник. Это позволяет им выполнять функции компенсаторной культуры, с одной стороны, тиражируя ценности, декларируемые властью, а с другой — предоставляя зрителям возможность эскапистского ухода от реальности.

ВЛИЯНИЕ СОЦИОКУЛЬТУРНЫХ И ИДЕОЛОГИЧЕСКИХ ФАКТОРОВ НА ИНТЕРПРЕТАЦИЮ РЕАЛЬНОСТИ

3.1. Телеэкранная реальность 1990–2000-х годов как следствие социокультурной травмы

Вопрос о понимании того, кто такие «мы», встал перед гражданами СССР во второй половине 1980-х годов. Жизнь в тоталитарном обществе снимала эту проблему, предлагая людям пусть во многом схематичный и мифологический, но понятный образ «советского человека». Однако на рубеже 1970–1980-х годов традиционные российские проблемы идентификации, которые были актуальны в начале XX в., вновь стали беспокоить людей. Подрастающее поколение не верило в идеалы социализма и все чаще обращало свой взгляд на Запад или на Восток (в зависимости от республики проживания). В поисках себя значительное число людей пыталось вернуться к дореволюционным (православным, а кто-то и еще более ранним, языческим) традициям, стремясь в прошлом разглядеть будущее. Настоящее же не увлекало и не предлагало путей выхода из застоя.

Трудно однозначно определить, стало ли крушение СССР закономерным итогом кризисных процессов в обществе или кризис наступил вследствие развала СССР. Однако взаимосвязь этих явлений очевидна. Государство на рубеже XXI в. не могло существовать по законам, которые сформировались в середине XX в. Развал СССР совпал с началом новой эры коммуникации, для определения которой чаще всего используется словосочетание «информационное общество»¹. Это событие стало началом периода длительного социокультурного кризиса, последствия которого не преодолены до сих пор. Они усугубляются тем, что обществу одновременно приходится искать новые ценности и цели, адаптироваться к внедрению новых технологий, например Интернета²

¹ Уэбстер Ф. Теории информационного общества. М., 2004.

² Засурский И. Интернет в России // Реконструкция России. Массмедиа и политика в 1990-е годы. М., 2001. С. 162–202.

и сотовых телефонов, сопротивляться глобализации, которая из научной концепции превратилась в новое ощущение реальности, овладевшее широкими слоями населения планеты. Безусловно, индустрия массмедиа активно способствовала и продолжает способствовать процессам глобализации, так как интеграция и унификация являются обязательными условиями успешного функционирования медиабизнеса.

Уже в первые перестроечные годы стало очевидно, что ценности нового общества и советские ценности вступают друг с другом в непреодолимое противоречие. Подобная смена приоритетов не могла не отразиться на психологическом состоянии как отдельных людей, так и общества в целом. Попытка возврата к досоветскому прошлому не удалась — возвращаться некуда. Возрождение монархии в России оказалось невозможным, процесс перестратификации общества, проходивший в странах Западной Европы на фоне индустриализации, царская Россия провести не успела, отечественная буржуазия сформироваться не смогла, а ростки ее были тщательно уничтожены за годы советской власти. Национальное государство в России не сложилось, актуальный для времени перестройки национальный вопрос в дореволюционной России тоже не был решен, весь XX в. наша страна оставалась империей³, объединенной идеей пролетарского интернационализма и строительства коммунизма.

Размышляя об этом феномене, философ Б. Гройс пишет: «Вопрос о культурной идентичности, в сегодняшнем понимании этого слова, является вопросом о прошлом, о до-современной культурной традиции, которую тащит на себе ее носитель, находясь на пути в современность. При этом ожидается, что свойства этой традиции зависят, прежде всего, от этнического, вернее, национального происхождения ее носителя. Однако в прошлом у сегодняшнего, постсоветского русского — вовсе не таким образом понятая национальная культурная традиция, а коммунизм, марксизм-ленинизм и пролетарский интернационализм. Прошлое сегодняшнего, постсоветского русского антинационально. Его культурная идентичность — неидентичность. Или, если угодно, она является наследием универсалистской мечты — мечты

³ Яковенко И.Г. Российское государство: национальные интересы, границы, перспективы. М., 2008.

взорвать все частные идентичности, трансцендировать их и даже уничтожить»⁴. В той же статье Б. Гройс отмечает, что и в царской России культурная идентичность строилась на имперской идее, так же подавлявшей национальные традиции. Поэтому, по мнению А. Панарина, для большевиков не составило большого труда в 1930-е годы, когда пришлось реконструировать свою идеологию, ввести в нее «старый русский патриотизм»⁵. А. Тойнби тоже полагал, что сталинский проект построения марксизма в одной стране базировался на идее об уникальности российского пути, уходящей корнями в русскую культурную традицию: «К славянофилам она перешла в свое время от русской православной церкви, хотя никогда ранее она не получала официальной секулярной санкции»⁶.

Перестройка вновь обнажила болезнь, которая быстро привела к распаду СССР. Кризис идентичности в России проявился острее, чем в других бывших социалистических странах. Он затронул и ядро культуры — руководство страны долго не могло определиться, какие же ценности сделать общенародными. Нестабильность экономики привела к разрушению профессиональных социальных страт. Ученые, инженеры, врачи, учителя были вынуждены сменить специальность (пойти торговать на рынок) или уехать из страны, желая сохранить социальный статус и профессию. Военные оказались перед выбором: присягать заново другому государству (например, Украине) или уйти в отставку (или пополнить ряды криминальных структур).

Перестройка и развал СССР, поначалу встреченные многими советскими людьми с радостью, стали для общества в целом и для каждого гражданина в отдельности тяжелым испытанием, а состояние, в котором оказались люди, квалифицируется социологами как культурная травма. Под культурной травмой П. Штомпка понимает состояние напряжения, переживаемое отдельным человеком, социальной группой или целым обществом. Оно возникает как следствие травматических социальных изменений, к которым относятся: 1) резкие, внезапные, быстрые изменения; 2) изменения, происходящие в широкой общественной сфере, охватывающие одновременно различные области общественной жизни;

⁴ Гройс Б. В ожидании русской культурной идентичности: Критическая масса // Русский журнал. 2003. № 1. <<http://magazines.russ.ru/km/2003/1>>

⁵ Панарин А. Стратегическая нестабильность в XXI веке. М., 2003. С. 228.

⁶ Тойнби А. Цивилизация перед судом истории. М., 2003. С. 51.

3) глубокие, радикальные изменения, захватывающие главные для данной группы ценности, правила и убеждения; 4) изменения неожиданные, вызывающие изумление, шокирующие⁷.

Симптомы культурной травмы, выделяемые социологами, можно было наблюдать на примере общественной жизни и, в частности, журналистики 1990-х годов. *Синдром отсутствия доверия* находил свое воплощение в комментариях журналистов и интервью, причем с недоверием относились как к общественным институтам, так и к отдельным гражданам. *Синдром апатии* проявлялся, например, в отказе от участия в выборах. *Ориентация на сегодняшний день*, тоже являющаяся одним из симптомов культурной травмы, повлекла за собой увлечение зрителей развлекательными шоу. Следствием развития *состояния беспокойства, синдрома «моральной паники»* стало «забалтывание» в ходе дискуссий и ток-шоу реальных проблем. И наконец, венцом проявлений социокультурного кризиса на телевидении стала своеобразная «мода на советское», проявлявшаяся в популярности старых советских кинофильмов, возрастающем числе передач, посвященных истории СССР и т.д. Этот феномен был вызван *ностальгией о прошлом* (еще одним симптомом культурной травмы).

После распада СССР Россия пережила серьезную трансформацию системы ценностей. Стандарты, по которым строится повседневная жизнь граждан, существенно изменились. Молодые люди не стремились получить высшее образование, не дававшее в новых условиях никаких социальных гарантий в будущем, не ропотило заводить семью и детей и т.д. Базовые ценности советского человека, среди которых называют «социальную справедливость (всем сестрам по серьгам), государственный патернализм (отеческая забота сурового, но мудрого вождя, народ как малое стадо), интернационализм (национальные различия вторичны, первично классовое чувство), атеизм (вера большинства в то, что Бога нет)»⁸, оказались заменены на противоположные: духу коллективизма был противопоставлен индивидуализм, пассивности и покорности судьбе — активность, стремление к успеху, умение рисковать, патернализму — личная ответственность за свое буду-

⁷ Штомпка П. Социология. Анализ современного общества. М., 2008. С. 474–475.

⁸ Архангельский А. Базовые ценности: инструкции по применению. СПб., 2006. С. 29.

щее, послушанию властям — желание свободы и т.д. Формированием этой новой системы ценностей занималось в основном телевидение. Демонстрируя на экране западные (преимущественно голливудские) фильмы, а также кальки западных программ, телевидение тиражировало ценности и модели поведения, которые воздействовали на общественное самосознание. Примерами того, как можно и нужно адаптироваться к новым условиям и жить, ориентируясь на новые ценности, были герои телевизионных передач, гости студии и сами телевизионные журналисты и ведущие телепрограмм.

Однако недовольство основной массы населения результатами политики 1990-х годов, ориентировавшей россиян на формирование глобальной идентичности, позволило новому руководству страны на рубеже XXI в. сменить стратегию и снова приступить к формированию патерналистского государства на базе компенсаторной культуры. (В 2005 г. В. Путин заявил, что «крушение Советского Союза было крупнейшей геополитической катастрофой века»⁹.) Национальные телеканалы России, не свободные от влияния властных структур, поддержали политику правительства. В различных телевизионных проектах они начали реабилитировать советское прошлое, используя для этих целей старые советские мифы. Не умея и не желая соответствовать стандартам западного общества, россияне вновь ощутили советское наследие как проявление своей уникальности.

Процесс формирования в российском обществе новой идентичности легко можно проследить, анализируя изменения телевизионной реальности, которые происходили в эти годы. Одним из проявлений этого процесса стала «динамика советского» на национальном телевидении. Поначалу формирование нового «мы» происходило через отрицание советского. «Мы» периода перестройки — это те, кто больше не хочет жить по указке КПСС.

Первый этап — эйфория перестройки. Теле- и киноэкран наполнили передачи и фильмы, ставящие своей целью разоблачить и разгромить советский уклад жизни, они интерпретировали советское прошлое как ужасное. Одним из ярких фильмов того времени стала документальная картина С. Говорухина «Так жить нель-

⁹ Путин В. Крушение Советского Союза было крупнейшей геополитической катастрофой века // Правда. 25 апреля 2005 г. <http://www.pravda.ru/politics/2005/1/1/19687_POSLANIE.html>

зя» (1990). Основной его лейтмотив — яростное обвинение в адрес государства, которое уничтожило русского человека, унизив его, и превратив в алкоголика и преступника. Для подкрепления своей мысли С. Говорухин демонстрирует на экране панораму действительности: равнодушные лица убийц, бедствующий милиционер, живущий в коммунальной комнате с двумя детьми, алкоголики, проститутки. В те годы С. Говорухин, как и многие, считал, что нужно разрушить миф о советской России, чтобы на его обломках построить новую, демократическую Россию. А получилось, что: «Мы стреляли по советской власти, но попали по России...», позже признался сам режиссер, говоря об этом фильме. Многие авторы тех лет, руководствуясь благим намерением рассказать правду и только правду, формировали своими произведениями глубоко негативное тупиковое представление о действительности, углубляя и так тяжело переживаемое людьми в 1990-е годы состояние потери почвы под ногами.

Состояние культурной травмы подтверждает и анализ телевизионных программ того времени. На телевидении конца 1980 — начала 1990-х годов доминирующими симптомами культурной травмы¹⁰ были «моральная паника» (проявляется в горячих массовых дискуссиях, спорах, мобилизации чрезмерных социальных движений) и *повышенное беспокойство* (проявляется в вере в мифы и сплетни, повышенной тревожности). «Моральную панику» демонстрировали практически все публицистические программы, начиная со «Взгляда». Повышенное беспокойство призваны были погасить (а на самом деле еще больше подогрели), например, суггестивные телесеансы медийных «психотерапевтов» А. Кашпировского¹¹ и А. Чумака¹².

Второй этап — самоирония на фоне социальной депрессии. К середине 1990-х годов количество симптомов культурной травмы в телевизионной реальности еще возрастает. Массовые дискуссии о прошлом и яростное отторжение этого прошлого сменяются «*синдромом ностальгии о прошлом*», который в то время чаще прояв-

¹⁰ Штамка П. Указ. соч. С. 484–485.

¹¹ Украинский и российский психотерапевт, получивший известность в конце 1980-х годов благодаря телесеансам психотерапии.

¹² Телевизионный журналист, экстрасенс. Получил известность в конце 1980-х годов благодаря телесеансам, во время которых «заряжал энергией» воду, кремы, мази и т.д.

лялся в форме иронии. Самым ярким телепроектом о Советском Союзе того времени был цикл передач журналиста Л. Парфенова «Намедни. Наша эра. 1961–1991» (НТВ, 1997). Богатые архивные материалы в передачах иллюстрировали гротескные комментарии ведущего, выставлявшего советских руководителей и простых граждан в качестве глупцов либо чудаков. Видеошутки, подобные оживающим фотоколлажам, в программе Леонида Парфенова имели презрительный оттенок. Человек новой России должен был ощутить свое превосходство над самим собой десятилетней давности. «Мы» этого периода — это бывшие советские люди, которые стремятся разобраться в том, насколько они перестали быть советскими, что из своего прошлого надо ненавидеть, а что вполне можно взять с собой в будущее.

Кроме проекта Л. Парфенова на НТВ в те годы шло еще несколько популярных программ, с иронией анализирующих советское прошлое. Цикл документальных фильмов Е. Киселева назывался «Новейшая история». Его авторы искали в недавно ставших доступными архивах документы и кадры хроники, которые могли стать сенсацией и обличить советское прошлое. Один из фильмов этого цикла назывался «Мировая революция для товарища Сталина» (НТВ, 1999). В нем журналисты и историки пытались доказать, что Вторая мировая война могла бы начаться по инициативе Сталина, если бы Гитлер его не опередил.

Одновременно с обличительными проектами на национальных каналах стали проявляться программы совершенно другой направленности — ностальгической. Все чаще и чаще советская жизнь в новой версии телереальности представала потерянными раем. В этой связи интересен музыкальный телепроект «Старые песни о главном» (ОРТ, 1995). Можно сказать, это был первый случай на постперестроечном телевидении, когда «советское» представало не как объект для критики или иронии. В новогоднюю ночь (традиционно в России собирающую у телевизионных экранов большинство жителей страны) на главном национальном телеканале современные эстрадные звезды перепевали советские шлягеры и примеряли на себя роли из советских кинофильмов. Гротеск и фарс не могли скрыть важнейшее послание: советские песни в отличие от современных говорили *о главном*. И главным была не столько любовь, хотя большинство песен действительно было о любви, сколько *вера в светлое будущее*, которая пропитывала эти песни. Именно ориентация на будущее, вселяющая надежду, де-

лала советское мировосприятие таким притягательным. Зрители новогодних мюзиклов с примитивным сюжетом тосковали не по идеологии и не по колхозам, а по мечте, вере в завтрашний день, который будет лучше, чем вчерашний.

Проект «Старые песни о главном», растянувшийся на несколько лет (с 1995 по 2000 г. очередные серии появлялись в эфире в новогоднюю ночь и имели высокие рейтинги), задал тон первому теледесятилетию 2000-х годов. Синдром ностальгии о прошлом, «сопровождающийся идеализацией действий некой группы, идентифицируемой как своей, в целях преодоления кризисной ситуации»¹³, уже десять лет эксплуатируется программами различных форматов на многих каналах. «Своими» при этом оказались все рожденные в СССР, объединенные общей юностью и любимыми песнями. Постепенно ироничное отношение к эстраде прошлого, заложенное в проекте «Старые песни о главном» вначале, исчезло. Эти передачи стали своеобразной формой эскапизма.

Третий этап — уход в советское прошлое в поисках развлечений. Телевидение начала 2000-х годов своим культом развлечения продолжило сигнализировать зрителям о том, что душевное равновесие нации нарушено. И никакие звездные ледовые шоу («Звезды на льду», «Танцы на льду», «Ледниковый период»), как и «Старые песни о главном», использующие эмоциональный потенциал советских шлягеров и спортивных побед советских фигуристов, не избавили телезрителей от страха перед завтрашним днем.

В телесезоне 2009 г. каналы «Первый» и «Россия» продолжили процесс «советизации» эфира, предложив два очень похожих музыкальных проекта «Достояние Республики» и «Лучшие годы нашей жизни». В первом проекте достоинства советских песен обсуждают аудитории разных возрастов. Во втором — аудитория выбирает между двумя десятилетиями XX в. на основании сравнения советских песен, кинофильмов, персонажей, знаковых событий истории СССР. Зрители вполне поддержали такой продюсерский ход, о чем свидетельствуют стабильно высокие рейтинги как уже старых программ, так и новых ностальгических проектов. В топ-10 сразу же попало и новое музыкально-развлекательное шоу «Лучшие годы нашей жизни» («Россия») ¹⁴.

¹³ Штомпка П. Указ. соч. С. 484–485.

¹⁴ Рейтинги приводятся по данным TNS Глобал Медиа. <<http://www.tns-global.ru/rus>>

Мифы советского прошлого на современном российском телевидении используются не только для того, чтобы напоминать о потерянном рае. Одни и те же зрители, насладившись чувством ностальгии, готовы смотреть разоблачительную программу о советском прошлом, созданную специально, чтобы шокировать аудиторию. По сути, старые советские мифы используются не в их первоначальном виде, а в виде пародии на самих себя. Вместо того чтобы быть образцами строителей коммунизма, герои советского прошлого становятся средоточием всех пороков, свойственных человеческой природе.

Примером этого может служить форматная документалистика любого национального канала. Одни из наиболее популярных сюжетов — истории из жизни исторических деятелей, чьи биографии легли в основу советской мифологии. Например, вышедший в начале 2009 г. фильм «Привет от Кобы»¹⁵ («Первый канал») — детектив, рассказывающий о дореволюционном периоде жизни И.В. Сталина, полон криминальных подробностей. Сомнительные версии подтверждаются реконструкциями, сделанными с использованием метода докудрамы, который позволяет имитировать «воскрешение» прошлого и инкорпорирования его в телевизионную интерпретацию настоящего.

Другой фильм, вышедший в ноябре 2009 г. в цикле «Советские биографии» (НТВ), посвящен Сергею Кирову¹⁶. Он тоже построен на ярких, но не подтвержденных документально фактах из жизни героя, а то и просто на догадках. Сложные отношения с отцом (тунеядцем), мать, умершая от чахотки, благотворительное общество, которое вложило немало денег в образование талантливого мальчика, оплатившего впоследствии черной неблагодарностью (украл с завода станок — собственность того самого общества), — все это должно объяснить тот факт, что, став соратником Сталина, С. Киров расстреливал людей тысячами. Возмездием за все злодеяния становится, по версии авторов фильма, смерть от руки ревнивого мужа своей секретарши. Предполагается, что у зрителей нет ни малейшего желания поставить под сомнение достоверность шокирующей информации, продолжая процесс интерпретации реальности, начатый создателями программы. Им

¹⁵ Еще один псевдоним Иосифа Джугашвили (Сталин).

¹⁶ Сергей Костриков (псевдоним Киров) (1886–1937) — революционер, советский государственный и политический деятель.

вполне достаточно эмоционального эффекта, достигаемого обликом аттракционов.

Постоянно пересматривая российскую историю, обращаясь к одним и тем же персонажам, вытаскивая на свет все новые шокирующие подробности их биографии, создатели телефильмов, подобных тем, которые мы описали выше, мешают выходу общества из состояния культурной травмы. Ведь обращение к прошлому должно предостерегать от повторения ошибок. В противном случае исторические анекдоты становятся коммерчески выгодным аттракционом, демонстрирующим неуважение потомков к своим предкам, а это только усугубляет состояние культурной травмы.

Важным, на наш взгляд, телепроектом, который отражает поиск идентичности, было шоу «Имя Россия» («Россия», 2008). На сайте телеканала его позиционировали помпезно: «Главный телепроект года. Три этапа голосования и теледебаты первых лиц государства. Кто главный герой отечества? Правитель? Мученик? Поэт? Воин? Мыслитель? Выбери главное имя России до нового 2009 года»¹⁷. Финал оказался не менее громким: россияне путем голосования определили того, кто должен стать символом современной России. Им, по тенденции голосования в Интернете, должен был оказаться Иосиф Сталин, но стал святой благоверный князь Александр Невский.

Программа Би-би-си, по формату которой делалось шоу, называлась *Great Britons* («Великие британцы», 2002) или, по другим источникам, *100 Greatest Britons*. Прошедший успешно в Великобритании формат был куплен Францией, Германией, США, Канадой и другими странами. В большинстве западных стран он позиционировался, скорее, как просветительский и игровой, а не как политический или идеологический. Скандальный оттенок проект приобрел лишь в странах Восточной Европы, что стало следствием состояния культурной травмы, последствия которой не преодолены окончательно в странах бывшего социалистического лагеря.

Для авторов проекта на канале «Россия» важным, по-видимому, оказался выбор одного-единственного имени, которое могло бы объединить россиян, стать для них знаменем, под которым можно двигаться дальше в светлое будущее. Об этом свидетельствует то, что они не сохранили оригинальное название проекта, назвав его претенциозно и несколько странно с точки зрения

¹⁷ Официальный сайт канала «Россия». <www.rutv.ru>

русского языка «Имя Россия». Тут имеет значение и включенность в название проекта названия канала «Россия», и акцент на единственном числе слова «имя».

По условиям формата список великих имен определялся зрителями в ходе интернет-голосования. Во всех странах политические деятели в нем соседствовали с писателями и актерами, военными, учеными и художниками. По итогам промежуточных голосований определялись лидеры, набравшие большее число голосов. О каждом из них телезрители и пользователи Интернета, где выкладывались все материалы проекта, могли посмотреть документальный ролик, рассказывающий об основных достижениях исторического персонажа. Эти ролики совсем не были похожи на информационные сюжеты, а тем более на документальные фильмы. Более всего они напоминали рекламные клипы. В них мы видим такой же коллаж из кадров хроники, отрывков художественных фильмов, картин и фотографий и т.п. Уже на этом этапе личности великих исторических персонажей упрощались, логика поступков схематизировалась. Собственно, это можно было предсказать уже по тексту рекламы проекта, который мы цитировали выше.

Ведущий телешоу Александр Любимов (в прошлом один из ведущих программы «Взгляд») в последнее время специализировался на ведении предвыборных политических теледебатов. Так что позиция его как модератора, с одной стороны, нейтральная, с другой — надежно проправительственная. Для сравнения скажем, что подобный проект на Украине вела пара Савик Шустер, известный отечественному телезрителю по программе «Свобода слова» на НТВ, и Анна Гомонай (репортер и ведущая программ новостей). Такой выбор ведущих определил существенно отличавшийся от российского тон программы. Он был гораздо более демократичным, приближенным к народу (ведущие порой выходили из замкнутого игрового пространства студии, окунаясь в будничную атмосферу городской жизни). Впрочем, результат голосования на Украине оказался вполне сопоставим с российским. Самым великим украинцем был признан Ярослав Мудрый.

Биографии героев-финалистов были презентованы так, чтобы хорошо укладываться в архетипические схемы. Князь Александр Невский в проекте был представлен как воплощение архетипа Воина/Героя: «Твердый и храбрый, этот архетип учит нас ставить цели и достигать их, преодолевая препятствия, стойчески выдерживать тяжелые времена, хотя он также тяготеет к тому, что-

бы видеть во всех врагов и размышлять в категориях “или — или”¹⁸. Петр I как Правитель, который «с удовольствием берет на себя руководящую роль и старается максимально контролировать все происходящее»¹⁹. Д. Менделеев как Маг, досконально изучающий фундаментальные законы науки и метафизики, «чтобы понять, как преобразовывать ситуации, влиять на людей и превращать видения в реальность»²⁰. П.А. Столыпин как Мудрец, «ищущий истины, которые делают нас свободными», позволяющий «объективно увидеть себя и мир и корректировать наш путь на основе результатов наших действий и выбора решений»²¹. А.С. Пушкин как Творец, поощряющий «все воображаемые устремления — от высокого искусства до мельчайших инноваций»²². Выбор одного из этих персонажей должен был знаменовать выбор государственной стратегии и стать базой для создания новой мифологии. Дизайн проекта открыто сигнализировал о том, что зрители должны выбрать не столько Героя, сколько «Царя». Иначе как трактовать вращающийся царский венец — значимый элемент дизайна программы?

Защищая исторических деятелей, адвокаты «великих» спорили не об истории, а о настоящем и будущем. Это был разговор об интерпретации реальности, о ценностях, лишь слегка прикрытых дымовой завесой эпизодов из биографий исторических деятелей. Не зря же в российском варианте передачи «адвокаты» были подобраны так, чтобы они не просто защищали своих подопечных, а говорили отчасти от их имени. В украинском варианте «Великие украинцы» героев представляли в основном певцы и актеры, продюсеры и писатели. В России за спиной великих из прошлого оказались великие настоящего. Митрополит Смоленский и Калининградский Кирилл²³, представлявший Александра Невского, Виктор Черномырдин²⁴ — Петра I, Никита Михал-

¹⁸ *Марк М., Пирсон К.* Герой и бунтарь. Создание бренда с помощью архетипов. СПб., 2005. С. 19.

¹⁹ Там же. С. 20.

²⁰ Там же.

²¹ Там же.

²² Там же.

²³ Ныне Патриарх Кирилл.

²⁴ Лауреат премии им. Петра Великого 2002 г. «за выдающийся вклад в развитие и укрепление Государства Российского», Виктор Степанович еще в 1997 г. в качестве премьер-министра РФ выступал в Нидерландах с речью «Петр Великий и современность» (в рамках торжественных мероприятий, посвященных 300-летию визита Петра I в Голландию).

ков — П.А.Столыпина, Геннадий Зюганов — Ленина, Валентин Варенников — Сталина. Все они своей репутацией подкрепляли позиции своих подзащитных. Разумеется, авторы проекта это прекрасно понимали. Отвечая на вопросы зрителей по окончании проекта, А. Любимов прокомментировал итоги: «Думаю, высокая позиция Столыпина в финальном списке связана с популярностью и убедительностью Никиты Михалкова в нашем проекте»²⁵.

Немалую роль в формировании характера действия играла форма театрализованного судебного заседания. Театрализованные суды были очень распространены в России в первой половине XX в. Суды над литературными героями и историческими персонажами позволяли нести коммунистическую идеологию в массы, подтверждая постулаты яркими примерами²⁶. Собственно, форма эта не устарела и для современного театра²⁷, и для телевидения, ведь наши ток-шоу и реалити-шоу — тоже своего рода показательные суды.

В проекте «Имя Россия» политики, деятели культуры, серьезные и по большей части пожилые люди, изображали гражданское общество. В ходе шоу у зрителей должно было возникнуть ощущение, что в эфире происходит общественный диалог. На самом же деле никакой дискуссии быть не могло. Ведь позиции оппонентов зрителям были хорошо известны, за двадцать лет полемики к консенсусу они так и не пришли. Ожидать этого в результате шоу «Имя Россия» было бы странно.

Выбор Александра Невского — персонажа мифологического²⁸ — был сомоновым решением. Зрители голосовали за святого благоверного князя или за киногероя, которого сыграл Николай Черкасов, а совсем не за реального человека, жившего по законам совсем другого времени. Анализируя этот проект, можно сделать важный вывод по поводу «мы», как оно предстает в теле-

²⁵ Руководитель и ведущий проекта «Имя Россия» А.М. Любимов отвечает на вопросы зрителей по итогам проекта. Официальный сайт проекта «Имя Россия». <<http://www.nameofrussia.ru/interview.html?id=141>>

²⁶ Руднев В.А. Советские праздники, обряды, ритуалы. Л., 1979.

²⁷ Например, спектакль с участием А. Гордона «Одержимые» по мотивам «Бесов» Ф. Достоевского, поставленный в театре «Школа современной пьесы».

²⁸ С одной стороны, его биография давно уже была канонизирована в житие святого, с другой — этот образ использовался для мифотворчества в фильме С. Эйзенштейна «Александр Невский» (1938), который был сделан по личному заказу И.В. Сталина и под его строгим контролем.

визионной реальности. В данном случае «мы» — это прежде всего наши мифы о героическом прошлом. Технологию формирования и эстетику телевизионных мифов о прошлом, являющихся важной составляющей телевизионной реальности, мы подробнее рассмотрим в следующем разделе.

3.2. Телевизионная документальная драма как способ репрезентации прошлого

Одним из важнейших инструментов включения мифов о прошлом в контекст телевизионной реальности стала документальная драма. В понимании традиционного театроведения, документальная драма — это совокупное обозначение поэтического рода (драма) и метода построения драматического текста (он должен состоять из документов). В его основе лежит монтаж как прием, как творческий метод, как способ восприятия и переосмысления мира, т.е. его интерпретации. Патрис Пави, определяя понятие «документальный театр» (документальная драма), акцентировал внимание на том, что в нем в качестве текста используются «только документы, первоисточники, обработанные и “поставленные” в соответствии с социально-политической программой драматурга»²⁹. Рассказывая об оформлении постановок документальной драмы, В.И. Березкин писал: «Ее поэтика рассчитана на то, что зрителям будет предъявлена система документальных доказательств, в том числе и визуальных — в виде проекций, фотографий, текстов, кадров кинохроники и т.д.»³⁰. По его мнению, чаще всего такая форма избирается, когда перед автором стоит задача увязать театр с текущей политикой. В таком случае «вместо фабулы и вымысла мы находим материалы, упорядоченные в соответствии с их контрастивной и объяснительной значимостью. <...> Монтаж и театрализация политических событий сохраняют за театром его роль в эстетическом, а не прямом вмешательстве в действительность. Возникающая из этого перспектива освещает глубинные причины описываемого события и внушает идеи об иных решениях»³¹.

²⁹ Пави П. Словарь театра. М., 1991. С. 351.

³⁰ Березкин В.И. Искусство оформления спектакля. М., 1986. С. 35.

³¹ Пави П. Указ. соч. С. 352.

Стремясь расширить традиционную театральную палитру, Э. Пискатор, например, вводил в структуру своих политических обзоров хоры, комментирующие действие, как в античном театре. Кино, драматические эпизоды, джаз, цирковые аттракционы, песни, плакаты, лозунги, статистические таблицы, политические речи, газетные заметки, сообщения телеграфных агентств — все работало на общую задачу. Монтируя из коротких сцен-агиток «политическое пролетарское обозрение», он стремился соединить в своих спектаклях различные эпохи, свободно владеть сценическим временем, показывать зрителям «куски мира», объединяя их с помощью монтажа аттракционов³².

Классическая документальная драма отличается от исторической пьесы прежде всего тем, что в ней не разрушается структура положенного в основу документа, не меняется его содержание и стиль. Однако на практике (и в драматическом театре, и на телевидении) документальная основа и художественный вымысел в документальной драме часто совмещаются. Тогда вся система доказательств начинает работать в числе прочего и на подтверждение вымысла, а граница между документальной драмой и драмой исторической становится весьма условной. Причем зритель, как правило, легко прощает документальному театру этот грех, если сохраняется иллюзия достоверности. Например, Б. Брехт, работая в 1932 г. над постановкой спектакля «Мать» по мотивам романа М. Горького, включил в сценическое действие вместо хроники революции 1917 г., которой не существует, кинокадры из эйзенштейновского «Октября», подавая их как хронику. Осуществляя вторую версию спектакля в 1951 г., он дополнил кинопроекцию уже настоящими кадрами кинохроники времен китайской и кубинской революций. При этом режиссер использовал и художественное кино, и документальные кадры с одной и той же целью — как противовес театальной игре, по-видимому, полагая, что кино комментирует сценическое действие и заставляет зрителя задуматься. Эффективность этого приема во второй половине XX в. не раз подтверждала практика телевизионных спектаклей, сделанных с использованием кинохроники.

Документальная драма в европейском театре XX в. прижилась быстро и прочно. В 1960-е годы для драматических авторов,

³² Пискатор Э. Политический театр. М., 1934.

уоставших «от ложных идей и от жизни, идеями покинутой»³³, документ оказался спасительным конструктивным началом. И тогда, и много позже он вдохновлял П. Вайса, П. Брука, Ю. Любимова и многих других знаменитых режиссеров. Причем метод документальной драмы оказался востребован и пропагандистами коммунистической идеи, и теми, кто на капиталистическом Западе с середины XX в. пытался осмысливать мир с помощью иронии. Так, в английском театре 1950-х годов оказался востребованным гибридный жанр «документального мюзикла». Это было политическое обозрение нового типа, сочетавшее традиции театра и эстрады с опытом послевоенной документальной драмы. Ему было свойственно свободное обращение с материалом. Действие могло мгновенно перебрасываться из настоящего в прошлое. Тексты подлинных документов соседствовали с художественным вымыслом, эпизоды серьезные и драматические переплетались с фарсовыми, баллада сменялась сатирическими куплетами, танцем. Объединяющим стилистическим началом был принцип комментирования, который осуществлялся в приемах популярного театра³⁴.

Документальный мюзикл по форме близок к одной из разновидностей эстрадного концерта — ревю-феерии (обозрения на определенную тему), которые обычно ставились мюзик-холлами (эстрадными музыкальными театрами) и обязательно сопровождалась ярким сценическим оформлением и музыкой, которая играла в подобных представлениях чрезвычайно важную роль. По содержанию это была одна из разновидностей политической сатиры. Ее специфическими чертами являлось то, что она всегда имела точный исторический объект осмеяния, политсатирик отстаивал ясную идеологическую позицию, а документальность — неотъемлемое качество этого жанра — эту позицию аргументировала.

В конце XX — начале XXI в. метод документальной драмы дал начало новому направлению в истории театральной драматургии — «вербатим». Английское слово «verbatim» в переводе на русский язык означает «дословно». Суть технологии состоит в том, что драматург или группа драматургов записывают на диктофон

³³ Зингерман Б. Развитие идейных мотивов в послевоенной западной драме // Современное западное искусство. Идеиные мотивы. Пути развития. М., 1971. С. 87.

³⁴ Ряполова В.А. Английская драма перед новыми задачами // Искусство и общество: тенденции политизации. М., 1973.

интервью у представителей определенной социальной группы, расшифровывают записи и затем, сокращая и монтируя, создают связный драматургический текст. Кроме интервью драматурги, работающие в технологии вербатим, используют для создания произведений отрывки из высказываний, размещенных на различных сайтах в Интернете. Авторы, пытающиеся с помощью этой технологии создавать «новую драму», полагают, что вербатим, который утвердился на российской почве, коренным образом отличается от документальной драмы времен идеологических баталий³⁵. «В современной драматургии, — пишут сторонники нового метода в своем “манифесте”, — возобладала другая производственная схема: авторы определяют интересную им социальную группу, погружаются в эту среду, а затем уже из собранного материала рождается конфликт, сюжет и собственно художественная идея»³⁶.

Развитие документальной драмы в СССР осложнялось тем, что именно на нее была возложена миссия фальсификации многих событий, которые в подлинно исторически достоверном изображении не устраивали руководство страны. Благородное дело большевистского просвещения масс имело весьма определенные цели и границы. Как заметил немецкий историк Р. Миллер, большевики организовали народное образование так, чтобы никто не мог выйти за пределы официально разрешенного уровня знаний, дабы не возникла для пролетарского государства опасность приобретения гражданами излишнего объема знаний, что превратило бы их в «подрывной элемент»³⁷.

В этой ситуации искусство разделило судьбу общественных наук, на которые была возложена функция создания мифологизированной истории и теории советского государства. Среди всех методов искусства метод документальной драмы был ближе всего к научным методам познания мира, поэтому эта «научоподобная» форма искусства оказалась на передовой идеологического фронта, имитируя объективность повествования, заменяя собой историческую правду. В советском кино главным объектом интерпретации для документальной драмы стало недавнее прошлое. Эта интерпретация имела форму так называемого монтажного фильма, который точнее было бы назвать «перемонтажным», поскольку его

³⁵ *Забалуев В., Зензинов А. Verbatim // Октябрь. 2005. № 10.*

³⁶ Там же.

³⁷ *Fluor-Miller R. The Mind and Face of Bolshevism. N.Y., 1969. P. 243.*

создатели перемонтировали кинохронику. Так делала Эсфирь Шуб в «Падении династии Романовых», превращая домашние съемки Николая II в материал для революционной пропаганды, и Михаил Ромм в «Обыкновенном фашизме», монтируя памфлет из кадров фашистской кинохроники. В обоих случаях метод «монтажного фильма» позволял придать уже известному материалу новые смыслы. Ведь одна из главных интриг документальной драмы в том, что ее персонажи (герои хроники) не знают, что их ждет впереди, а режиссер и зрители знают и пытаются отыскать в прошлом зерна будущего, разглядеть предвестников грядущей трагедии.

Появление двух названных выше картин, соответственно, в 1920-е и 1960-е годы, весьма симптоматично, поскольку и та и другая вышли во время «документальных взрывов», знаменовавшихся новой волной увлечения кинематографа хроникой. Очень быстро стало очевидным, что один и тот же кадр можно в качестве иллюстрации подмонтировать под любой авторский посыл. Режиссеры пользовались этим феноменом, не очень задумываясь над социокультурными последствиями привыкания к такому отношению к документу. Впрочем, опасения на этот счет появлялись и периодически высказывались. Еще в 1973 г. Л. Рошаль писал, что при таком отношении к хронике «все многообразие внутрикадровой информации, а огромное большинство кадров, без сомнения, неоднозначно по смыслу, — сводится к иллюстративному минимуму. К использованию того, что лежит на поверхности»³⁸.

Режиссер Игорь Беляев, вспоминая о работе с материалами кинохроники, доказал, что фрагменты реальности, случайно попавшие на киноплёнку, могут вести к рождению образа: «Сначала я стал рассматривать хронику года в уже сложившейся манере “Летописи”, сюжет за сюжетом, — пишет он. — Потом (на монтажном столе) — не на киноскорости, а кадрик за кадриком. И вот тут-то и открылся неизвестный, неиспользованный еще материал. Кадрики, порой случайно, может быть, против воли их авторов закрывшиеся в сюжеты, вскрывали время изнутри, проходили трудные для тех лет редакторские барьеры»³⁹. Такой подход к документальному материалу позволял «разбудить в документе образ»⁴⁰. Происходило это, в частности, когда документы сталкивались и вступали в конфликт.

³⁸ *Рошаль Л.М.* Мир и игра. М., 1973. С. 45.

³⁹ *Беляев И.* Спектакль документов. М., 1997. С. 38.

⁴⁰ Там же. С. 59.

Подобного рода фильмы позволяют говорить о том, что телевидению не чужда интертекстуальность. Этот термин введен Ю. Кристевой и обозначает «особые диалогические отношения текстов, строящихся как мозаика цитат, являющихся результатом впитывания и видоизменения других текстов, ориентации на контекст»⁴¹. В рамках монтажного фильма имитируется вступление в диалог, который может рождать не одномерную — идеологическую, а многомерную — полифоническую картину мира.

По мнению В. Демина, причиной притягательности документальной драмы является ее способность заражать документальностью весь материал вне зависимости от его происхождения: «Две его противоположные стихии — фантазия и реальность — не только не разрушили, но каким-то неведомым путем слились в противоестественном союзе. Как история расступилась, чтобы вместить в себя вымышленный образ Исаева — Штирлица, так и Штирлиц, заряженный потенциалом истинной истории, приобрел добавочный драматизм, дополнительную красочность. <...> Фикция, не вскрытая как фикция, окруженная подлинными хроникальными кадрами, снабженная нумерацией мгновений, неизбежно воспринимается как документ. Историзм торжествует и здесь, но это мнимый историзм, оборачивающийся мифологией, документальной сказкой»⁴². Метод заражения документальностью позволяет превратить в документальный миф практически все события, демонстрируемые телевидением. Причем отбор эпизодов может производиться и на основании их привлекательности как аттракциона.

Поскольку шокирующие моменты не часто фиксируются хроникерами (по крайней мере так было до широкого распространения мобильных телефонов со встроенной камерой), одним из главных инструментов создателей документальных программ телевидения стали реконструкции, имитирующие документальную драму.

Вставные эпизоды, иллюстрирующие тот или иной яркий период жизни героев, сегодня присутствуют и в серьезных видеоисследованиях производства Би-би-си, и в фильмах канала «Культура», и в форматной документалистике «Первого канала»,

⁴¹ *Беляев И.* Указ. соч. С. 94.

⁴² *Демин В.* Многосерийный советский телефильм. Достижения и надежды // Принцип серийности в телевизионном фильме: Материалы творч. конф. М., 1975. С. 10–11.

«России-1», НТВ. И везде, вне зависимости от серьезности программы, их задача — беллетризировать исторические события, превратить их в продукт, легко усваиваемый массовым сознанием.

Один из ярких примеров — художественно-документальный сериал «Битва за космос», который в начале 2006 г. демонстрировал в своем эфире «Первый канал». Это фильм о космической гонке СССР и США. В съемках принимали участие «Первый канал» (Россия), BBC (Великобритания), National Geographic (США) и NDR (Германия). Рекламируя проект, создатели фильма особенно подчеркивали два тезиса: во-первых, что при написании сценария они «строго придерживались документов соперничающих сторон, свидетельства очевидцев и практически полностью реконструировали события недавнего прошлого»; а во-вторых, зрители, посмотрев фильм, «узнают многие шокирующие подробности, зачастую известные лишь узкому кругу специалистов»⁴³. В сериале действительно все это было: и новые подробности, и новые документы, и попытка воссоздать ту эмоциональную среду, в которой происходили события... И не беда, что посмотревшие фильм зрители окончательно запутались в исторических хитросплетениях, не беда, что ученые в прессе спорили с документальной достоверностью сериала. Главная задача была выполнена — эмоции вызваны.

Еще более сильные эмоции вызвал у зрителей и критиков телевизионный показ фильма-мистификации Алексея Федоченко «Первые на Луне». Этот нетипичный для отечественного кино жанр, который за рубежом называют *mockumentary* (мокьюментари от *англ.* *documentary* — документальный фильм и *mock* — насмешка, подделка, фальсификация, жульничество, подражание, копирование, пародия, дразнилка, стеб), на современном российском телевидении оказался вполне уместным. Он отлично укладывался в рамки традиции, идущей от Сергея Курёхина и Сергея Шолохова (в программе «Пятое колесо» рассказывавших о том, что Ленин был грибом) к Александру Гордону («Собрание заблуждений») и Леониду Парфенову («Намедни. Наша эра»).

По версии создателей фильма, первыми на Луне еще в 1938 г. оказались советские космолетчики. Однако в результате экспедиция не удалась, и советские спецслужбы засекретили все подробности. Создатели «Первых на Луне» имитируют фильм-

⁴³ «Битва за космос»: правда и вымысел о соперничестве СССР и США // Правда. 29 марта 2006 г.

расследование. Документальная хроника 30-х годов XX в.⁴⁴, торжественный голос диктора, который сообщает, что советские пионеры в рамках космической программы страны успешно провели опыт по выявлению способности живого организма выдерживать многократные перегрузки (эксперимент проводился на утенке, которого закинули в центрифугу), или если поросенка напоить кагором, то он вполне благополучно перенесет невесомость. Зритель видит «поцарапанные записи скрытых наблюдений», которые НКВД вело за всеми участниками проекта.

Съемочная группа отправляется в Чили на поиски остатков ракеты, а также опрашивает оставшихся в живых псевдосвидетелей знаменательных событий: оператора НКВД, следившего за разработчиком летательного аппарата, медсестру психиатрической больницы, ухаживавшую за одним из героев, и даже последнего из отряда первых советских космолетчиков, который умирает при загадочных обстоятельствах прямо во время съемок фильма-расследования.

«В подлинности происходящего на экране убеждают не только приводимые создателями “Первых на Луне” факты, — пишет журналист газеты “Известия”, — но и упоминаемые по ходу дела реалии советского времени: кузнец-стахановец, который ковал втулки до тех пор, пока не сломался пресс; гордые заявления ученых, что очень скоро металлические ребра помогут советскому человеку выживать в автокатастрофах; а также дурдом, в котором самыми эффективными методами лечения считаются завертывание пациента в мокрую простыню, электрошок и инъекции, вводящие больного в коматозное состояние»⁴⁵.

Показанный в телевизионном эфире практически одновременно с «Битвой за космос»⁴⁶ фильм-мистификация⁴⁷ был воспринят не сам по себе, а в контексте большой развлекательно-пропагандистской акции «Первого канала», посвященной 45-летию первого полета в космос Ю. Гагарина. Его демонстрация в рубрике

⁴⁴ Подлинная кинохроника занимает всего 5% фильма. *Циркун Н.* Девятый вал // Сеанс. 2005. № 25/26. <<http://www.russiancinema.ru>>

⁴⁵ *Федина А.* Вышвырнули в космос. Мистификацию «Первые на Луне» показали на «Кинотавре» // Известия. 6 июня 2005 г. <<http://www.izvestia.ru/culture/article1854657>>

⁴⁶ Мировая премьера («Первый канал») — 10 апреля 2006 г.

⁴⁷ Первый телеэфир 14 апреля 2006 г. («Первый канал»). <<http://www.russiancinema.ru>>

«Премьеры со зрителями» имела чрезвычайно высокий для подобного рода продукции рейтинг (по стране, где зритель, как принято считать, менее искушенный, доля фильма составила 23%, а в Москве более — 21%)⁴⁸ и сопровождался оживленной дискуссией: «Еще более впечатляющими выглядят показатели дискуссии, посвященной фильму “Первые на Луне”, которая длилась около часа и закончилась около двух часов ночи. Процент зрителей канала к ее началу вырос и составил более 24%. Такие цифры в это время суток для дискуссионного формата — абсолютный рекорд. Причем само обсуждение было не менее острым, провокационным и запоминающимся, чем сам фильм»⁴⁹. Потрясенные зрители, вплоть до финальных титров не понимавшие, что они видят на телевизионном экране, оказались вполне готовыми к подобного рода мистификациям.

Изыщная и ироничная игра с документами и вымыслом воспринималась насмешкой не только над советскими мифами о нашем превосходстве над всем остальным миром, а еще и как насмешка над современными телевизионными мифами. Над реконструкциями, сделанными грубо и примитивно, над пикантными подробностями-аттракционами, не помогающими глубже осмысливать события, а лишь обнаруживающими и вытаскивающими на первый план низость и пошлость жизни.

Не менее важным событием истории отечественного телевидения стали фильмы А. Пивоварова «Ржев. Неизвестная битва Георгия Жукова» (НТВ, 2009), «Москва. Осень 1941» (НТВ, 2009), «Брест. Крепостные герои» (НТВ, 2010), которые названы создателями документальными драмами с эффектом присутствия. В создаваемой ими телевизионной реальности воспоминания участников войны плотно переплетаются с домыслами, документы — с реконструкциями, журналист становится одновременно репортером, исследователем, актером. Если в фильмах Леонида Парфенова «Живой Пушкин» и «Птица-Гоголь», в его цикле «Российская империя» структурообразующим жанром остается путевой очерк, то у Алексея Пивоварова на первом плане именно расследование, которое основывается на реконструкциях, сделанных методом докудрамы.

⁴⁸ *Бородин А.* Телелидеры с Ариной Ё-Бородиной // Коммерсантъ. 19 апреля 2006 г. <<http://www.kommersant.ua/doc.html?DocID=668007&IssueId=30072>>

⁴⁹ Там же.

Успешность такого подхода к истории оказалась столь очевидной, что даже Л. Парфенов, считающийся родоначальником подобных телевизионных зрелищ на российском телевидении, в своем очередном фильме («Зворыкин-Муромец», 2010) сделал реконструкцию доминирующим приемом. Роль постановочных вставок с Сергеем Шакуровым в роли Зворыкина была гораздо более значимой для фильма, чем постановочные дивертисменты в предыдущих проектах Парфенова. Хотя Шакуров и утверждал в интервью, что он играл не так, как обычно играет в художественных фильмах: «Постоянно приходилось сдерживать себя, потому что документальный фильм очень сильно отличается от художественного, в котором есть расширенный материал, эмоциональное изображение образа. А документальный жанр предполагает повествование, и оно не предусматривает мощной актерской игры, которой я владею. Пришлось надавить на самолюбие»⁵⁰.

Свободное смещение хроники и реконструкций не только в документальных программах, но и в новостях (имитаций реконструкций, инсталляций) приводит к смещению представлений о границах реальности, интерпретируемой телевидением. От форматной документалистики на исторические темы не требуется обязательной линейной последовательности в изложении событий, сохранение причинно-следственных связей, идеи единой истины. Наиболее отчетливо эта тенденция проявилась в фильме Алексея Пивоварова «22 июня. Роковые решения» (НТВ, 2011), где о трагедии Второй мировой размышляют бывшие враги, а авторы фильма предлагают зрителям такой калейдоскоп истин, который невозможно объединить в единственный правильный ответ на вопрос: «кто виноват?». Такая полифоничность равнозначных, но противоречащих друг другу истин — признак новой современной мифологии, рожденной постмодернизмом, которая оказывает влияние на экранную интерпретацию реальности, предлагаемую современным телевидением.

Более того, специфика интерпретации реальности средствами форматной документалистики оказывается часто важнее, чем идеологические установки авторов проекта и продюсеров канала. Это доказывает сравнение документальных проектов каналов НТВ и «Россия-1». Канал НТВ с момента своего создания и до сих

⁵⁰ Сергей Шакуров о фильме «Зворыкин-Муромец»: «Для меня это было открытием» // Комсомольская правда. <<http://www.kp.ru/daily/24476/634665/>>

пор (в работах лучших своих творческих сотрудников) претендует на роль оппозиционеров власти, стремящихся к разрушению имперского сознания и имперской мифологии и созданию национального государства⁵¹. Канал «Россия-1» позиционирует себя как лояльный к власти и ее идеологии. Тем не менее, документальные программы, предлагаемые этими каналами, рисуют очень сходный образ прошлого, что и документальные программы НТВ. Это очевидно даже только из названий передач, сделанных в формате телевизионной документалистики: «Тайны Туринской плащаницы», «Тайны блокадного города», «Кремлевские тайны академика Арбатова», «Мифы без грифа. Диктатор Крыма», «Битва за Гималаи. Авантюрный роман», «Загадки Брестской крепости» и т.д.⁵² Они должны привлекать зрителей и свидетельствовать о том, что главным в интерпретации прошлого становится отбор из архивов материала, который может быть представлен как аттракцион. Доминирующее в обществе отношение к прошлому, навязанное когда-то самим телевидением, оказывает влияние на медиабренды таких разных каналов, как НТВ и «Россия-1». Оба они вынуждены строить свою интерпретацию прошлого на шокирующих подробностях и версиях.

Ту же тенденции можно наблюдать и в программах, ориентированных на показ не прошлого, а настоящего.

3.3. Гламуризация и трешизация настоящего на телевидении 2000-х годов

Интерпретация настоящего на современном телевидении тоже заключается в выборе из реальности фрагментов, которые могут быть рассказаны как отдельные истории, базирующиеся на формульных жанрах и аттракционах. На наш взгляд, последние десять лет в интерпретации реальности на отечественном телевидении есть два генеральных направления (два тренда): гламурная телереальность и трешевая телереальность. Проанализируем их последовательно подробнее.

⁵¹ В данном случае мы опираемся на концепцию национального государства, сформулированную в книге *Яковенко И.Г.* Российское государство. Национальные интересы, границы, перспективы. М., 2008.

⁵² Документальные фильмы выложены на сайте канала «Россия-1». <http://www.rutv.ru/video.html?tvpreg_id=&cid=5079&d=0&p=8>

Гламур — не термин с устоявшейся дефиницией, а, скорее, широко употребляемое понятие, в которое каждый вкладывает свой смысл. Гламур в переводе с английского — это «роскошь», «блеск», «шарм», «очарование». Для кого-то гламур — это то, что модно и дорого, это подчеркнутая женственность в одежде и поведении, стиль жизни, восходящий к образам кинодив 1930–1940-х годов XX столетия — Марлен Дитрих и Греты Гарбо. Если говорить о близости к классическим художественным стилям, то гламур — это, вероятнее всего, «реинкарнация» стиля модерн, но уже в других, более жестких индустриальных условиях производства предметов потребления. Для некоторых гламур — это прежде всего искусственность и ложный пафос, не настоящая жизнь, а ее имитация, обставленная с показной роскошью.

Это понятие родилось на пересечении литературы, моды и стиля жизни. В толковом словаре английского языка можно прочитать, что гламур — это некое волшебное влияние, которое заставляет человека видеть объекты в ином свете, чем они есть на самом деле⁵³. По достаточно распространенной версии, слово «гламур» происходит от слова «грамматика», ведь в Средние века ученые, владевшие премудростями грамматики, считались чуть ли не чародеями, волшебниками⁵⁴. В XVIII в. в Шотландии *grammar* стали произносить как *glamour*, и это новое слово обозначало таинственную силу, магическое заклинание, чудо⁵⁵. А потом уже возник современный смысл — пленительный шик, дивное сияние шарма.

Гламур — это сказка, другая реальность, инкорпорированная в реальную жизнь, в первую очередь с помощью товаров и услуг, но еще и с помощью образцов поведения, которые тиражирует телевидение. Образы гламурных ведущих и гламурных звезд — это сказочные образы, а истории их жизни, рассказанные в гламурных программах, подобных «Истории в деталях», — это сказки о том, как золушки становятся принцессами.

На телевидении подобные «социальные маски» стали появляться достаточно давно. Уже в середине 1990-х годов с «амазонками информационных программ» в телевизионном эфире конкурировал другой тип энергичных женщин — «красотки».

⁵³ The Free Dictionary. <<http://www.thefreedictionary.com>>

⁵⁴ *Вайнштейн О.* Денди: мода, литература, стиль жизни. 2-е изд. М., 2006.

⁵⁵ The Merriam-Webster Book of Word Histories. N.Y., 1976. P. 89–90.

Отечественные «Барби» отнюдь не были дурочками. Ум, деловая хватка и самоуверенность часто позволяли им давать фору мужчинам. Недаром одна из самых известных программ, возглавляемая такой ведущей, носила говорящее название «Я сама». Однако повелевать они хотели, используя не только слова, но и личный пример. Миловидная Юлия Меньшова, экстравагантная Елена Ханга и десятки других «стильных девушек» учили зрителей, как надо красиво жить и как можно заткнуть мужчин за пояс. Они обсуждали с гостями студии такие темы, о которых в советское время не принято было говорить даже с близкими подругами. Они носили наряды, которые можно было увидеть только на страницах глянцевого журнала или в дорогих клубах. Одеваться ярко, вести себя свободно, проживать каждый день как фейерверк ощущений и впечатлений вслед за телеведущими стремились не только молодые девушки, но и почтенные матроны.

С развалом «империи НТВ» отечественное телевидение вместо идеалов гражданского общества стало предлагать зрителям эскапистский уход от действительности в мир телевизионной фантазии о «красивой жизни». Главным же героем телевидения стала женщина и ее проблемы, которые с легкостью разрешали заметно скорректировавшие «социальную маску» Елена Ханга и Елена Ищеева (очень похожая на Юлию Меньшову). В программе «Принцип домино» (НТВ) они создали телевизионную «ассоциацию добропорядочных дам». Теперь они никого не эпатировали, а если звали, то не на политическую арену или в «большой секс», а к семейному очагу. Одеты и причесаны они были в классических традициях, так что в одной из программ приглашенный в студию знаменитый директор школы Евгений Ямбург даже сделал им комплимент, сказав, что они похожи на учительниц. Направление вещания оказалось настолько удачным, что позднее образовался канал «Домашний», телевизионная версия женского глянцевого журнала.

На ОРТ Лариса Кривцова тоже открыла телевизионную школу добропорядочных домохозяек — «Город женщин». В ней она совместно с Даной Борисовой и другими дамами учила женщин консервировать помидоры и делать чудодейственные кремы из подручных материалов. Учтя опыт западного телевидения и НТВ, сегодня различные отечественные каналы предлагают множество разнообразных программ о стиле жизни. В этом направлении

вещания есть все: от моды и фэн-шуя до рецептов экзотических блюд и советов, как содержать дома редких животных. Зрителей обучают методам приготовления пищи и способам ее поглощения — программа «Смак» («Первый канал»), «Кулинарный поединок» (НТВ), кулинарный раздел в программе «Православная энциклопедия» (ТВЦ), «Едим дома» (НТВ), «ИноСтранная кухня», «Кулинарный техникум», «Мир в твоей тарелке» («Домашний») и т.д. Канал «Домашний» также предлагает целую серию программ об обустройстве жилища («Дом с мезонином», «Гнездо», «Правильный дом», «Декоративные страсти») и формировании имиджа («Модная прививка», «Бездонные антресоли», «Время красоты»). С ним соперничают СТС («Снимите это немедленно»), МузТВ («Очень важная персона»), ТНТ («Школа ремонта»).

Все эти программы, очень разные по формам и профессиональному уровню исполнения, объединяет то, что они скользят по поверхности «картины мира», предлагая шаблоны, но не вторгаясь в суть тех явлений, которые эти шаблоны (стандарты красоты, течения моды, правила расстановки мебели в квартире) породили. По сути, это даже не пропаганда определенного образа жизни и ценностей, как было в программах канала НТВ, а бесконечное мелькание в клиповом ритме ярких картинок. Ощущение от просмотра таких программ близко к эффекту от просмотра глянцевого журнала, где минимум текста, а рекламный плакат трудно отличить от фотографии творения именитого дизайнера. В этих программах ироничное отношение к миру и его ценностям соседствует с утрированным раболепством по отношению к VIP-персонам.

Калейдоскоп образов, соединяющихся в гламурную теле-реальность, состоит из брендов известных европейских и американских торговых марок, рекламных роликов ресторанов и салонов, рассказов о достоинствах дорогих машин и программах ночных клубов, из анонсов концертов и репортажей из особняков теле- и кинозвезд. В качестве альтернативы — притягательная тишина восточного быта (недаром ведь так популярны во всем мире, а значит, в мире телевизионном, восточная кухня, восточные единоборства, восточные правила обустройства дома — фэн-шуй). Такая противоречивость в «стилях жизни», которые предлагает зрителям отечественное телевидение, — вполне закономерное явление, описанное еще американским философом Э. Тоффлером в книге «Третья волна». По его мнению, знакома аудитории при по-

мощи передач, «облегченных» по содержанию и клиповых по ритму, с проявлениями «картин мира» разных народов, телевидение в определенной мере позволяет зрителю остаться самим собой. Влияние же клиповой культуры происходит на ином уровне: «На личностном уровне нас осаждают и ослепляют противоречивыми и не относящимися к нам фрагментами образного ряда, которые выбивают почву из-под ног наших старых идей, и обстреливают нас разорванными и лишенными смысла “клипами”, мгновенными кадрами»⁵⁶.

Ведущие, которыми может быть населена такая телереальность, должны создавать хотя бы иллюзию того, что живут именно такой жизнью и вне телевидения. Что, собственно, они и делают, своим примером и своими эмоциями доказывая зрителям, что подобная жизнь возможна и желанна. Одним из самых ярких представителей этого типа стал Андрей Малахов («Большая стирка», «Пусть говорят»).

События гламурной телереальности разворачиваются чаще всего в некоем искусственно созданном пространстве телевизионного мира: в студии, напоминающей сцену античного театра или цирковую арену. Эта студия обычно снабжена атрибутами дома: столом, стульями, диванами и мягкими креслами, но они не похожи на обычные домашние вещи — изыски дизайнеров превращают их в театральные декорации. Это может быть и студия ток-шоу, и студия утреннего эфира, и студия канала «Домашний», и празднично украшенная студия, где снимается новогодняя программа, и концертная площадка, где проходят выступления участников «Фабрики звезд», и помещение, где они живут и постигают секреты мастерства, и т.д.

Предполагается, что современный телезритель не должен слишком сосредоточиваться на жизни внешней, реальной. Закончив насущные дела, он предпочтет устремиться к экрану телевизора, чтобы вернуться в мир, где живут его «настоящие друзья» и «близкие люди». Зритель должен идентифицировать себя в первую очередь с этим пространством телевизионного зрелища, жизнь в котором намного приятнее, а главное — безопаснее, чем реальная. На фоне этих декораций все персонажи, существующие в телеэфире в виде ведущих, гостей программ, экспертов, актеров

⁵⁶ Тоффлер Э. Третья волна. М., 2004. С. 277.

сериалов, становятся героями развернутой документальной драмы продолжительностью в месяцы и годы. За экранной жизнью Андрея Малахова или Ксении Собчак заинтересованные зрители могут следить бесконечно. И интерес к процессу не угасает. Его подогревают газетные публикации и светские сплетни, эстрадные концерты и профессиональные конкурсы. Вся индустрия PR работает на то, чтобы у этих людей, ставших телевизионными персонажами, была насыщенная жизнь вне рамок их программ. Так, летом 2011 г. поклонники А. Малахова вместе с ним радовались его вступлению в законный брак, празднование которого происходило во французском замке.

«Социальные маски» журналистов (даже не гламурных) находят применение и в кино (чаще всего, правда, они играют самих себя, как В. Соловьев и М. Осокин в сериале «Богиня прайм-тайма»), в рекламе, в развлекательных телепроектах и т.д. Они становятся прототипами для героев сериала. По мнению телекритика Ю. Богомолова, в сериале «Богиня прайм-тайма» некоторые вымышленные персонажи «загримированы» под реальные телевизионные персонажи: «Кто такая Алина Лаврова? Уж не Арина ли Шарапова?... А кто такой бизнесмен Ахмед? Не глубоко ли законспирированный известный в прошлом медиамагнат? Кто такая отважная журналистка Ольга Столетова, что мается в заложниках у жестоких боевиков? Уж не Елена ли Масюк?... А некий теленачальник Олег, добывающий деньги на выкуп своих сотрудников?... Уж не сам ли это Добродеев?... А брезгливо помянутые телеведущие юмористических программ Сосновская и Павлонян?... Не Дубовицкая ли с Петросяном? <...> Боже, как они трогательны и наивны в выражении своих чувств! Хочется смеяться и плакать, причем одновременно. Например, когда Алина за сорок секунд до выхода в эфир, срывая с себя микрофоны, расталкивая гримеров и редакторов, кидается в объятия любимого, а потом возвращается на место и, светясь от счастья, начинает зачитывать “подводки” к событиям текущего дня (тут хорошо бы врезать, как в ситкоме, закадровый смех). Или их объяснение в любви по мобильному: она — на фоне останкинской иглы, он — из “горячей точки” (здесь хорошо бы, чтобы из-за кадра доносились бы коллективные всхлипывания). На Западе такого сорта зрелища называются “драмеди”»⁵⁷.

⁵⁷ Богомолов Ю.А. Обратная сторона «Останкино» // Российская газета. 5 сентября 2006 г.

И ведущие реальные, и ведущие вымышленные (герои сериалов) в сознании аудитории уравниваются и являются персонажами большой телевизионной «мыльной оперы». Причем их профессиональные качества, личностные характеристики, «социальные маски» практически без изменений врастают в «виртуальный мир Заэкранья». «Вообще-то жизнь телевизионных ведущих, — пишет Ирина Петровская, — уже давно превратилась в один бесконечный сериал. Они не только день за днем или неделю за неделей ведут собственные программы, но еще рекламируют товары и услуги, снимаются в других проектах, где они катаются на коньках, танцуют, поют или выживают в нечеловеческих условиях необитаемых островов, а также становятся героями светских хроник и многочисленных интервью, благодаря которым зрители узнают о своих любимцах то, что они всегда хотели знать, но стеснялись спросить»⁵⁸.

Еще более активен обратный процесс: актеры и эстрадные исполнители легко превращаются в телевизионных ведущих, при этом тоже сохраняя «социальную маску», которую выработали в процессе работы. Так, Анастасия Заворотнюк легко перенесла маску Вики Прутковской из «Моей прекрасной няни» не только в рекламу соков, но и в конферанс телевизионного шоу «Танцы на льду» («Россия»). Легкая «конвертируемость» большинства «социальных масок» из телесериалов в другие области телевизионной индустрии (игры, шоу, реклама) еще раз свидетельствует о том, что различные виды телевизионных зрелищ живут по единым законам. Телевизионные ведущие — это не личности, а собирательные образы, по которым можно многое сказать о нации в целом, ее специфике, системе ценностей и исторических перспективах.

Если в конце 1980 — начале 1990-х годов телевидение было полно ярких личностей, чьи «социальные маски» не повторялись, то сегодня в эфире доминируют «маски-клоны», которые легко можно заменить друг на друга. Так, после ухода из эфира НТВ чеченки Асет Вацуевой ей легко нашли преемницу, тоже «этническую ведущую», Лилию Гильдееву из Казани. Рокировка прошла почти незаметно, ведь «социальная маска» изменилась незначительно, главный ее ингредиент — «мусульманка с человеческим лицом» — остался неизменным.

⁵⁸ *Петровская И.* Божки прайм-тайма // Известия. 1 сентября 2006 г. <<http://www.izvestia.ru/petrovskaya/article3096184>>

Изменение масштабов личностей телевизионных ведущих привело к тому, что в отличие от перестроечного телевидения и НТВ середины 1990-х современные экранные персонажи не оказывают влияние на стиль жизни активных граждан. Последние слишком мало времени проводят перед телевизором. Зато телеведущие формируют представление о современной жизни «пассивных» ее членов — пенсионеров, домохозяек и подростков, а также создают легенду о «столичной жизни» у телезрителей из регионов, часть которых, невзирая на возраст, по причине безработицы тоже оказываются активными телезрителями.

В результате ядром российской культуры становится телевизионная культура, которая формируется хаотично, исходя из соображений прибыли и личных пристрастий продюсеров. Однако это разнородное содержимое, вложенное в формы телевизионных зрелищ, несмотря на свое неправдоподобие, достигает заданной цели. У зрителя возникает иллюзия того, что он знает, чем живут страна и ее граждане. Но гламурные ведущие — не граждане. Это сделанные по шаблонам яркие обертки, за которыми может быть скрыто все, что угодно. А может, за ними вообще ничего не скрыто. Пустота. Но зрителям, кажется, совсем не важно, что там за упаковкой. Главное, чтобы внешне все соответствовало стандартам гламура.

«Эталоном гламура» для сегодняшнего телевидения является Ксения Собчак. Она пришла на телевидение не потому, что это ее профессия и она получила соответствующее образование, и не потому, что она профессиональная актриса или талантливый популяризатор. Ее называли «ветеран гламура» и «мамонт тусовки», поэтому она и была привлекательна для телевидения. Создается ощущение, что достаточно быть модно одетым и причесанным, проводить вечера в клубах и на «пафосных мероприятиях», а отпуск — на престижных курортах, жизненные трудности встречать с обезоруживающей беспечностью и уверенностью в своей полной правоте, и тебе обеспечена карьера на телевидении. Отчасти именно такой путь декларируют создатели и участники скандально известного реалити-шоу «Дом-2».

Задача телезрителя, желающего идентифицировать себя с такими ведущими, состоит не в том, чтобы разбираться в их взглядах на жизнь. Достаточно скопировать прическу, манеру одеваться и держать себя, накопить денег на пластическую операцию, чтобы

стать похожей на эталон (сделать силиконовый бюст и исправить форму носа), приобрести «статусные вещицы» (украшения, аксессуары и т.д.). А в итоге принять участие в съемках телепередачи. Ведь, по утверждению французского социолога П. Бурдьё, для многих «быть» — это значит «быть показанным по телевизору, т.е. в итоге быть замеченными журналистами или, как говорят, находиться на хорошем счету у журналистов (что невозможно без компромиссов и самокомпрометации)»⁵⁹. Но для человека гламура скомпрометировать себя как личность попросту невозможно, ведь суть не в личности, а в том, чтобы в любых обстоятельствах не утратить свой шарм. Главное — стать частью телевизионной реальности, которая и есть единственная для них подлинная реальность.

На наш взгляд, разнообразное однообразие героев «гламурного телевидения» сегодня уже может быть типологизировано. В основу типологии мы можем положить уже упомянутые нами «формульные жанры». Каждому из них соответствует определенный тип героя и героини, к которым и тяготеет большинство современных гламурных ведущих. Персонажами *приключения* чаще всего становятся мужчина — герой-одиночка (супергерой) и два типа женщин — женщина-партнер (полноправный участник приключения) или женщина-приз (награда за перенесенные испытания, например, освобожденная из плена). Традиционные персонажи *мелодрамы* — страдающая женщина (Золушка или матрона) и ее мужчины — предатель и спаситель. Персонажи *любовной истории* — «принцесса» и «солдат» или «принц» и «служанка» и т.д.

Современные отечественные гламурные ведущие тяготеют, на наш взгляд, к трем образам.

Золушка (может быть и мужской вариант), уже совершившая свое триумфальное восхождение на Олимп (таковы почти все звезды отечественного шоу-бизнеса и таковыми их показывает Оксана Пушкина в «Женском взгляде»).

Матрона, отстаивающая право устраивать свою жизнь и жизнь детей так, как ей нравится. Такова Лолита Милявская в ток-шоу «Без комплексов». Такими были Юлия Миньшова в «Я сама», Елена Ханга и Елена Ишеева в «Принципе домино», Екатерина Стриженова в «Добром утре». (Собственно, представители этого типа могут быть и гламурными и не гламурными. Все зависит от

⁵⁹ Бурдьё П. О телевидении и журналистике. М., 2002. С. 16.

того, какова телереальность того формата, в котором работает та или иная ведущая.)

Женщина-авантюристка, равноправная с мужчинами участница приключений. Таковы Ксения Собчак, Тина Канделаки, Анастасия Заворотнюк.

Мужчины гламура, если руководствоваться логикой формульного голливудского кино, должны тяготеть к типу *супергероя* с явно выраженными чертами *героя-любовника* либо *злодея*. Однако супергероями отечественный телеэфир зрителей сегодня явно не балует. К героям-любовникам без энергетики супергероя весьма условно можно отнести А. Малахова, Д. Нагиева, шоуменов М. Галкина и И. Урганта. Но, если присмотреться внимательнее, каждый из них явно не укладывается в отличие от женщин в стандартные рамки голливудских амплуа. Это, по-видимому, связано с тем, что социальная роль мужчины в формирующемся новом общественном устройстве не определена. Поэтому зрелища, в частности, телевизионные зрелища, отражающие движущуюся и меняющуюся жизнь, не в состоянии ни сохранять образцы традиционных мужских амплуа, отражающие господствующие в обществе социальные роли, ни предложить новые.

Альтернативой гламурной телереальности, а точнее, ее оборотной стороной, компенсирующей ее подчеркнутую оторванность от действительности и стремление к созданию «другой реальности», стала «треш»-телереальность, претендующая на отражение повседневности во всем ее неприглядном виде. Первым на отечественном телевидении такую телереальность предложил своим зрителям канал НТВ.

В определенном смысле сегодняшнее состояние телевизионной публицистики на НТВ стало закономерным продолжением развития традиции журналистских расследований. Формульные жанры-прототипы — приключение, история о тайне (детектив) и ужасная история (катастрофа). Постепенно перерождаясь, идеология программы «Намедни» со слоганом «События, люди, явления на неделе» превратилась в идеологию «Программы максимум»: «Скандалы. Интриги. Расследования». «Максимум жареных фактов, сенсационных подробностей, журналистских расследований» — это то, к чему стремятся создатели «Программы максимум». Но ведь и команда Л. Парфенова предпочитала именно такие аттракционы для «Намедни». Даже в сценарии программы,

опубликованном в качестве образца в учебнике «Телевизионная журналистика»⁶⁰, в выпуске от 21 апреля 2002 г., представленном на «ТЭФИ-2002», целый ряд материалов основывается на тех же аттракционах: «Катастрофа в Милане» (о том, как пятиместный частный самолет врезался в офисное здание — башню «Пирелли»), «Отцы и дети» (о педофилах среди католических священников США), «Ватикан в тайге» (о том, как живут в Сибири сектанты братства Виссариона), и другие, не столь громкие по теме, поданы через призму скандала. Преимущество программы «Намедни» было лишь в разнообразии используемых аттракционов.

Авторы «Программы максимум» оставили лишь самые эффективные аттракционы. Специализация репортеров, заявленная на страничке программы на сайте НТВ, говорит сама за себя: «криминальные дела», «политические интриги», «все самое громкое, жестокое, скандальное», «шоу-бизнес, человеческие драмы, бытовые преступления». Все, что сводится к аттракционам, — скандалу, смерти, жестокости, катастрофе. Причем все это показано с нарочитым натурализмом: трупы мелькают один за другим, оторванные руки-ноги, растерзанные тела, кровь хлещет прямо в камеру и т.п. Ошарашенные потоком жестокости критики заговорили о рождении трэш-телевидения.

Трэш (*trash*) в переводе с английского — мусор, отбросы. На телевидение трэш пришел из кино, где этим именем назывались низкобюджетные ленты с актерами-любителями и сюжетами, замешанными на сексе, садизме и страхе: «Особенностью восприятия фильмов такого рода является то, что персонажи-жертвы на экране не только близки вам по духу, а психологически родственны: они такие же, как я и ты»⁶¹. Это и вызывает из подсознания зрителей страх, а точнее, животный ужас вместе с физиологическим отвращением. Не менее важной составляющей трэш-фильмов является пародия на сказочно-райскую жизнь, обещаемую рекламой, сентиментальными «мыльными операми» и телевизионными шоу. Трэш зародился как концептуальная альтернатива глянцевым голливудским мелодрамам, это «истерический смех современного мира»⁶² и без иронии его воспринимать

⁶⁰ Телевизионная журналистика... С. 314–340.

⁶¹ Шеметова Т. Реклама в стиле трэш. Опыт интертекстуального анализа // Наука телевидения. Вып. 2. М., 2005. С. 164.

⁶² Там же.

нельзя. Треш в кино — продолжение концепции «театра жестокости» А. Арто⁶³, которая нашла отражение в произведениях и исследованиях постмодернизма⁶⁴. Однако, по мнению А. Лошака, «в столкновении с нашей действительностью все, как всегда, перевернулось вверх ногами, и оказалось, что “треш” — это не художественная игра, а хронический ужас реальности, захвативший экран. Сеанс уриротерапии в утренней программе? Треш. Петросян сразу на двух каналах? Треш. Отец и изнасилованная им дочь в дневном ток-шоу? Адский треш. Порог чувствительности понижается, аудитория требует самых примитивных, самых шокирующих зрелищ»⁶⁵.

Действительно, сегодня треш на телеканале НТВ можно идентифицировать как ироничный только при *очень* большом желании и доказать это при *очень* пристальном рассмотрении. И все же его создатели Н. Каргозия, С. Евдокимов, Г. Андроников явно ощущают свою ироническую миссию: «Сами они на ходу придумывают определения программе, одно другого убийственнее: кровавый “Ералаш”, мрачный “Фитиль”, “бескудниковский постмодернизм”:

— Мы делаем информационное телешоу, — говорит Каргозия, — с элементами агрессии, треша и так далее. У нас все через край, все чрезмерно. Моя любимая фраза: к сожалению, жизнь гораздо скучнее, чем это требуется респонденту панели Гэллага. Почему у нас трешевые анонсы? Это — установка на поражение. Ракета “Булава”, которая должна убить. Так люди вообще-то не разговаривают»⁶⁶.

Вот, например, перечень тем сюжетов одного (не самого кровавого) выпуска «Программы максимум» (февраль 2006 г.): скандал вокруг многократной перепродажи застройщиком квартиры в Пушкине; скандальный развод бывшего полпреда президента В. Казанцева с женой и раздел в суде имущества — колбасного завода; школьные банды, устраивающие драки и облагающие данью одноклассников; тайны гостиницы «Россия» — секреты звезд шоу-бизнеса, протитутток и прогулка по правительственным подземным ходам; разоблачение тех, кто снимается в рекламе меди-

⁶³ Арто А. Театр и его двойник. Театр Серафима. М., 1993.

⁶⁴ Кристева Ю. Силы ужаса. Эссе об отвращении. СПб., 2003.

⁶⁵ Лошак А. Быть подгузником // Esquire. 2006. № 8(14).

⁶⁶ Там же.

цинских препаратов, выдавая себя за врачей. Эти расследования, безусловно, — развенчание «гламура официальных новостей», но большинство зрителей воспринимает эти разоблачения без иронии, а с верой в искреннее желание авторов программы отстаивать интересы простых людей.

Из многочисленных приемов драматизации, выработанных на НТВ в лучшие годы, оставлены лишь немногие. Главным героем-следователем и спасителем является ведущий — Глеб Пьяных. Он агрессивен, жесток, ироничен, и благодаря этому возникает иллюзия его бескомпромиссности. Но его ироничная треш-жестокость вполне может восприниматься обывателем без тени иронии как форма социального служения. Он — Шерлок Холмс или комиссар Мегрэ нового времени, без присущих этим литературным героям личностной многоплановости и гуманности. Репортеры — сотрудники оперативного отдела. Мы видим, например, как один из них пытается без разрешения прорваться на территорию колбасного завода В. Казанцева. (Правда, из сюжета не совсем понятно, зачем, ведь скандал коренится не в том, как организовано производство, а в том, что муж и жена не могут поделить «нажитое неизвестным путем» имущество.)

Несмотря на то что на сайте НТВ «Программа максимум» отнесена к жанровой группе «Репортажи и наблюдения», наблюдений как таковых в программе немного, так же как и съемок на месте события, что желательно для репортажа. Большинство материалов — коллажи из кадров разнообразного происхождения, например официальных выступлений правительственных чиновников, снятых для выпусков новостей, съемок скрытой камерой («оперативная съемка» или съемка бытовой камерой — из программы это не очевидно), соединенных методом клипового монтажа, а также очень коротких синхронных с участниками событий и пострадавшими. Смена кадров и комментарии пролетают в эфире с такой скоростью, что зрители не в состоянии даже разглядеть в подробностях, не говоря уже о том, чтобы проанализировать увиденное и услышанное. Они лишь заражаются эмоциями, транслируемыми с помощью интонаций и оценочных суждений ведущими и корреспондентами. Эмоциями, которые возникают от постоянной смены шокирующих кадров-деталей. От избытка крови и слез репортажи приобретают черты классического фарса, который традиционно тяготеет к «выведению образов и картин,

построенных на насилии»⁶⁷. Если в музыке, по словам Ницше, получают наслаждение страсти, в мелодраме, по мнению искусствоведа Э. Бенгли, — страх, то в фарсе «наслаждается чувство враждебности»⁶⁸.

Однако фарс театральный и кинематографический, соединяя «прямые и неистовые фантазии с бесцветной будничной действительностью»⁶⁹, все же не дает зрителям повода принимать фантазии и гротеск за действительность, тогда как в «Программе максимум» эта граница теряется в суеде постоянных перемещений героев в пространстве и времени. В интерпретации треш-программ реальность приобретает характер фарса. Как и в фарсе, жизнь людей, создателей и героев этой программы, «сводится к этакому всеобщему коловращению, к лихорадочной беготне»⁷⁰. Ускорение всех действий людей, даже в театре с его условностью, ведет к тому, что они начинают утрачивать свою человеческую сущность. Ускорение движений в классических фарсах немного кино вело к тому, что их действия приобретали абстрактный и автоматический вид, а значит, заставляли зрителей наблюдать за себе подобными, как за пауками в банке.

Для телевизионной программы, заявляющей на официальном сайте, что она работает в жанре репортажа, журналистского расследования и пользуется методом наблюдения, такой подход к интерпретации реальности — это эффективный прием ее переакцентирования.

Очевидно, что такая позиция создателей программы — существенный элемент бренда программы и канала. Вполне вписывается в стилистику этого бренда и «социальная маска», которую создает на экране ведущий Глеб Пьяных. Он агрессивен сам и дает оценки происходящего от лица агрессивно настроенного зрителя, что явно нравится аудитории, так как его программа имеет высокий рейтинг. Так, 3 марта 2007 г. рейтинг «Программы максимум» (НТВ) был 10,8%, а доля 27,6%. Таким образом, программа вышла на первое место в общем рейтинге «Топ-100»⁷¹. А 10 марта 2007 г.

⁶⁷ Бенгли Э. Жизнь драмы. М., 2004. С. 250.

⁶⁸ Там же. С. 288.

⁶⁹ Там же.

⁷⁰ Там же. С. 279.

⁷¹ Рейтинги TNS. <http://www.tns-global.ru/rus/data/ratings/tv/russia/top_100/_20070226_20070304/index.wbp>. Исследуемый регион — Россия (города с численностью более 100 тыс. человек). Исследуемая аудитория — население в возрасте старше 4 лет.

следующий выпуск «Программы максимум» возглавил список самых популярных программ в разделе «социально-политические программы» (доля 20,3%, рейтинг 8,2%)⁷².

Сходную интерпретацию реальности предлагают зрителям и другие программы НТВ: «Русские сенсации» (информационный детектив, приложение к «Программе максимум»), «Победившие смерть» с Сергеем Полянским, «Следствие вели...» с Леонидом Каневским, «Профессия — репортер», «Особо опасен!», «Реальная политика». Все их можно считать брендообразующими (т.е. определяющими ценности медиабренда) для канала НТВ.

Образ героя-борца за справедливость традиционно пользуется у россиян уважением. Он хорошо знаком отечественному зрителю, по большей части сформировавшемуся в годы советской власти, по многочисленным телевизионным фильмам про революционеров и милиционеров. Кстати, эти ассоциации и воспоминания успешно использует канал НТВ, пригласив в качестве ведущего одной из расследовательских программ артиста Леонида Каневского, в памяти зрителей неразрывно связанного с образом майора Томина из телевизионного сериала советских лет «Следствие ведут знатоки». Актерская маска оказалась столь живучей, что, даже без подтверждения ее авторитета в современных сериалах про милицию, легко вписалась в структуру телевизионной публицистической программы. А ведь лицом подобных программ традиционно был не актер, а журналист, специализирующийся на криминальных расследованиях, имеющий личные контакты в силовых структурах и своей репутацией отвечающий за достоверность информации. Однако, поскольку «Следствие вели...» — документально-художественная программа, реконструкция расследований, проходивших в прошлом, образ Леонида Каневского для этого вполне подходит. Ведь события, показываемые в программе, по большей части происходили, когда в телеэфире демонстрировался фильм «Следствие ведут знатоки», а зрители еще в те годы воспринимали его героев как настоящих следователей. Так что сейчас, когда время практически уравнило документ и документальную драму (большинство серий «Знатоков...» сделано на основе уже раскрытых вполне реальных преступлений), превратив кино в документальный источник информации, актер-следователь может говорить от лица следователя советских времен.

⁷² Там же.

Алексей Пиманов, лицо программы «Человек и закон», — ведущий другого типа. Он журналист, в течение многих лет формировавший «социальную маску» человека бескомпромиссного по отношению к злу. Суровая сдержанность, культивируемая в программах Пиманова, позволяет ему конкурировать с полными эмоционального надрыва программами НТВ. Причем, по данным общенационального опроса, проведенного социологической компанией TNS Gallup Media по заказу журнала «Семь дней», Алексей Пиманов внушает телезрителям наибольшее доверие. Его авторитет выше, чем у Е. Малышевой, М. Шукшиной и В. Познера⁷³.

Детективная и приключенческая формулы, используемые при создании журналистских расследований, легко воспринимаются аудиторией и дают высокие показатели рейтинга, они привлекают к экрану молодую мужскую аудиторию, крайне интересную рекламодателю.

В отличие от гламурной телереальности большая часть событий которой разворачивается в студии или в других эстетизированных помещениях (клубах, концертных залах и т.д.), треш-реальность монтируется преимущественно из съемок на натуре. Создается иллюзия, что все эти жестокости происходят за каждым забором. Шокирующие подробности задевают зрителя за живое, рождают страх, что делает аудиторию легко управляемой и подготавливает ее к приходу героя-избавителя (образ, который давно уже стал доминирующим в политических избирательных кампаниях). Напуганный всевластием криминала обыватель с радостью проголосует на выборах за «сильную власть», предпочтя ее либерализму и упованиям на гражданское самосознание демократов, которые и довели страну, по убеждениям многих, до полного развала и расцвета криминала.

Успех медиабренда канала НТВ, обусловленный привлекательностью для зрителей треш-телереальности, породил последователей. Вслед за ним в стиле треш стали создаваться передачи на телеканале РЕН-ТВ. Мистическую тему, которая была для НТВ одной из нескольких часто используемых, подхватили на телеканале ТВЗ, названном «Первым мистическим». Активное использование аттракционов, типичных для формулы историй о чужих существах и чуждых состояниях, добавляет телереальности, соз-

⁷³ Рейтинг телеведущих // Семь дней. 2007. № 11. С. 14–17.

даваемой треш-телевидением, еще и иррациональный характер. Она не только оказывается полной жестокости и страха, но еще необъяснимой логически.

При этом, по мнению Д. Дондурей, большая часть телезрителей «не обладает таким важнейшим социально-психологическим инструментом, как чувство дистанции, необходимое для того, чтобы освободиться от пут идентификации», «зрители живут в том придуманном мире, который демонстрируется с экрана, переживая его как реальный»⁷⁴.

Таким образом, и гламурное телевидение, и треш-телевидение в своей интерпретации реальности сознательно искажают действительность в целях повышения рейтинга своих программ, предлагая массовому зрителю выбирать между идеологией общества потребления (которую иллюстрирует телевидение гламура) и идеологией гопников⁷⁵ (которую иллюстрирует треш-телевидение).

Другой стиль интерпретации реальности на современном телевидении предлагают программы, создающиеся на стыке информации и развлечения — инфотейнмент, сайнстейнмент, поллитейнмент и т.д. — рассказывающие неизвестное об известном. Адаптируя информацию разного рода, часто весьма серьезную, научную или культурную, для восприятия современного зрителя, воспитанного на клип-культуре и визуальной доминанте, привыкшего к изобилию аттракционов, авторы таких передач модернизируют телереальность, подготавливая зрителя к переходу на систему ценностей информационного общества.

3.4. Инфотейнмент как средство создания новой идеологии

Инфотейнмент (термин образован соединением слов информация и развлечение) зародился в 1980-е годы в США и был способом остановить падение интереса аудитории к новостям. Изменения коснулись в первую очередь принципа отбора информации: зрителей интересовали не официальные сообщения, а независимые оценки происходящих событий, любопытные и

⁷⁴ Дондурей Д. Фабрика страхов // Отечественные записки. 2003. № 4 (13). С. 150.

⁷⁵ Бессонова Е. Не говори «гоп», пока не перепрыгнешь... // Саратовский расклад. 20 мая 2010 г. <<http://www.rasklad.ru/articles/1307.html>>

общественно-полезные подробности, и журналисты эти интересы удовлетворяли. В репортажах на первый план выходили детали, интересные для всех зрителей. Кроме того, в программе «60 минут» (CBS), которую принято считать родоначальницей этого направления, журналисты начали активно высказывать в репортажах свое отношение к событиям, появляясь в кадре наравне с героями, что ранее было совершенно недопустимо. Новости, подававшиеся от лица репортеров, оформлялись очень изобретательно: с помощью графики, спецэффектов, необычных ракурсов и т.д. Однако традиционные американские ценности при этом, по-видимому, не затрагивались. Отечественный же инфотейнмент в том варианте, в котором он существовал на НТВ в программах «Намедни» и «Сегодня», используя испробованные американцами приемы, переакцентируя событие, делали ставку на игру с ценностями. Для того чтобы понять все заложенные в сообщении смыслы, нужно было не просто родиться и вырасти в СССР, но еще и владеть навыком «чтения между строк», столь хорошо усвоенного советской интеллигенцией. Так, в сценарии программы «Намедни» (выпуск 21 апреля 2002 г.)⁷⁶ один из сюжетов носит название «Обратный исход». Уже название отсылает зрителя к библейскому исходу евреев из Египта в поисках страны обетованной и к знаменитому 113-му псалму царя Давида «Во исходе Израилеву от Египта», который продолжается словами «дому Иаковля из людей варвар»⁷⁷. Одновременно исходом (и даже «великим исходом») в публицистике называют и эмиграцию евреев из СССР и России в современный Израиль. Если продолжать логику, то «обратный исход» — возвращение евреев к людям-варварам, в роли которых оказываются россияне. Далее корреспондент цитирует известный в среде советских евреев анекдот: «Во всем виноват Юрий Гагарин. Это он первым сказал: “Поехали!”»⁷⁸. Дальнейшее развитие сюжета — поступательное и аргументированное опровержение общего представления о том, что все евреи хотят уехать из России, что в Израиле им хорошо, а в Биробиджане жить невозможно. И ни отрывок из кинофильма, ни забавный лайф с бычком, которого герой-

⁷⁶ Телевизионная журналистика. Учебник. 5-е изд. М., 2005. С. 318.

⁷⁷ Псалтирь. М., 1991. С. 204.

⁷⁸ Телевизионная журналистика... С. 319.

фермер хлопает по спине, называя Чубайсом⁷⁹, вызывают улыбку, но не меняют угол подачи, выбранный репортером. Но в финале зрителя ждет новый парадоксальный поворот сюжета: синхрон героини, рассказывающей, что часть евреев не только остается в Биробиджане, но еще и учит китайский, делая ставку на Дальний Восток и бизнес с Китаем. В итоге у зрителя должно остаться чувство удивления и удовольствие от того, что ему помогли взглянуть на жизнь иначе, чем прежде. Еврей и китаец — совершенно новая пара героев в уже устоявшейся мифологии российского еврейства.

Еще раз повторим, что в момент своего формирования российский инфотейнмент практически весь строился на ироническом осмеянии советских мифов, стереотипов, образцов поведения и ценностей. Он утверждал ценности западные, либеральные и помогал зрителям отказаться от штампов коммунистической пропаганды в пользу провозглашаемой постмодернистами свободы от идеологии и культа парадокса. (Что соответствовало концепции канала НТВ.) А эксперименты с формой, подчеркнутая персонафикация, спецэффекты, использование графики, анимации были не целью, а средством. Если бы не очевидная ироничность и игра с ценностями, можно было бы сказать, что во второй половине 1990-х на НТВ журналисты создавали не развлекательные новости, а просто увлекательно подавали серьезную информацию.

Советское телевидение не могло себе позволить развлекать зрителей в рамках информационных выпусков. Новости должны были служить идеологическим задачам. Ни сенсация, ни ирония здесь были не уместны. Когда НТВ заявил о своем желании пересмотреть подход к верстке информационной программы, сделав ее менее официальной, это помогло каналу быстро сформировать свою аудиторию, разделяющую круг интересов и способную оценить новаторство.

Тяготение композиции телевизионных новостей к тому, чтобы стать драматизированным зрелищем, в первую очередь проявляется в формировании повестки дня. Когда канал НТВ только начинал свою работу, его руководители заявили, что изменяют структуру выпуска новостей. Советские информационные про-

⁷⁹ Юмор этой ситуации тоже может понять только тот, кто жил в России в 1990-е годы. Кто еще оценит идею назвать бычка, которого скоро отправят на мясо, именем министра финансов, нелюбимого в народе за организацию «чековой приватизации».

граммы строго придерживались схемы, в соответствии с которой первыми должны идти «новости из Кремля», съезды и пленумы ЦК КПСС, потом новости внутренней и внешней политики, а завершали выпуск культура, спорт и погода. Новости НТВ должны были начинаться с происшествий. Если в течение дня произошло событие, повлекшее за собой человеческие жертвы, эта новость должна была стоять в выпуске первой, ей уделялось особое внимание. Такой выбор «повестки дня» дал старт превращению выпуска новостей в формульное произведение. Жанры-прототипы — тайна (детектив) и «ужасная история» (катастрофа). В такой истории обязательно должен быть положительный герой, который помогает окружающим преодолеть трудности. В телевизионных новостях его место может занять спасатель, которого делают героем сюжета, следователь или адвокат, помогающий пострадавшему отстоять свои права. В этой роли может оказаться государственный чиновник, приехавший наводить порядок и организовывать спасательные работы. Средства массовой информации долго представляли министра по чрезвычайным ситуациям С. Шойгу, а потом В. Путина в период его первой предвыборной кампании.

Кроме героя и лихо закрученного сюжета в новости, сделанной в стиле инфотейнмента, крайне важен второй план, подтекст, который может многое прояснять в интерпретации события журналистом. Выводя крупным планом детали, журналист в закадровом тексте или в стендапе делает зрителю намеки, призывая его включиться в игру и угадать, что хотел сказать ему корреспондент. Здесь работает та же логика, что и у создателей видеоклипа. Вот, что пишет о клипе И. Овчинников: в нем «каждая деталь может стать — и становится — смыслообразующей. Но для клипа важно, что смысл этот неоднозначен, его поиск и обретение зачастую — задача зрителя»⁸⁰. Для инфотейнмента показ деталей — один из важнейших приемов.

Однако по мере распространения инфотейнмента по другим каналам ситуация изменилась. Из средства эти приемы превратились в цель. Журналисты соревновались в том, кто проявит большую изобретательность в манере подачи новостей. Информационные программы разных каналов пестрели отрывками из кинофильмов и клипами, метафорическими деталями и малозна-

⁸⁰ Овчинников И. Театр рок-н-ролла. Видеоклип как форма театрального мышления // Ракурсы. Вып. 2. М., 1996. С. 86.

чительными подробностями, а журналистские тексты — перефразами, аллюзиями и каламбурами⁸¹.

2000-е годы с их политическими преобразованиями изменили ситуацию в стране, в медиабизнесе и, как следствие, в стиле журналистских материалов. Инфотейнмент как метод чаще всего служит инструментом для создания светских и криминально-мистических новостей или специальных репортажей. Однако часть корреспондентов информационных программ канала НТВ сохраняют верность и классическому инфотейнменту, который, впрочем, претерпел некоторые изменения. Сегодня все чаще под инфотейнментом понимаются так называемые легкие новости. К ним относили репортажи о якобы зависших над городом НЛО или соревнованиях дрессированных лягушек. Подобные новости можно использовать в качестве «консервов» на случай отсутствия действительно важных новостей или ставить в конце информационного выпуска в качестве «бантика». К этому же типу относятся светские (из жизни как артистической, так и политической элиты) новости. Они интересны только тогда, когда в их основе лежит воздействие какого-либо аттракциона.

В основе легкой новости не политическое или общественно значимое событие в качестве информационного повода, а аттракцион (лучше всего — аттракцион-казус). Один из ярчайших примеров — репортаж Айрата Шавалиева с гастролей одесского океанариума в Днепропетровске («Сегодня», 22 января 2011 г.)⁸². Казус выносится сразу в подводку репортажа, привлекая аудиторию.

Подводка

Сегодня в Одесском океанариуме, который сейчас на гастролях в Днепропетровске, был анилаг. Телекомпания НТВ вряд ли стала бы об этом рассказывать, если бы не случай, привлечший к океанариуму внимание всей Украины.

Один из артистов — крокодил Гена — на глазах у всех проглотил мобильный телефон одной из зрительниц. Поначалу телефон даже звонил, и публика развлекалась, слушая диковинные звуки, доносившиеся из живота рептилии. Сейчас они прекратились, но беспокойства от этого меньше не стало. Теперь крокодила донимают ветеринары, пытающиеся во что бы то ни стало извлечь телефон.

⁸¹ Зорков Н. Инфотейнмент: возникновение, функции, способы воздействия // Relga. № 19. <www.relga.ru/Environ/WebObjecte/tgu-www.woa/wa/>

⁸² Официальный сайт канала НТВ: <www.ntv.ru/novosti/218041/>

Закадровый текст Айрата Шавалиева

Утренний консилиум ветеринаров разработал смелый план спасения. Живых перепелов наполнили слабительным и бросили на верную гибель. Больной Геннадий сначала инстинкту поддался, но глотать любимое блюдо не захотел. Перепелка не смогла встретиться в кишечнике крокодила с причиной всей этой невероятной истории — мобильным телефоном.

Уже в первом куске закадрового текста репортер дает эмоциональную оценку происходящему, описывая событие с использованием лексики захватывающего приключенческого романа: «смелый план спасения», «бросили на верную гибель». Пафосные фразы соседствуют с физиологическими подробностями: «живых перепелов наполнили слабительным», «перепелка не смогла встретиться в кишечнике крокодила <...> с мобильным телефоном». А на экране мы видим сам драматический момент: перепелке вводят слабительное, бросают в бассейн с крокодилом, он лязгает зубами, но есть птицу не собирается. И она остается плавать у самой его пасти.

При этом рассказ героини звучит весьма буднично.

Римма Головки: «Я фотографировала крокодила, когда он открывал свою пасть. Эффектный кадр должен был получиться, но не получился. Просто выскользнул телефон».

Айрат Шавалиев, по классической методике инфотейнмента, проводит «следственный эксперимент»: проходит по набережной, осматривает зверей, начинает мобильным телефоном фотографировать крокодила, роняет телефон. По сути, это реконструкция, сделанная методом докудрамы.

По ходу дела корреспондент комментирует событие.

В жизни все получилось почти по Корнею Чуковскому: «крокодил, крокодил, телефон мой проглотил».

Однако падающий телефон подхватывает в сачок служитель, а корреспондент пытается позвонить в желудок крокодилу.

Если набрать номер сейчас, включается автоответчик. Можно оставить сообщение, например: «Верни хотя бы сим-карту!».

Эксперт-ветеринар Александр Шулежко комментирует происшествие весьма спокойно.

«Операция — это последнее, на что мы решимся. Но она технически возможна».

«Судьба самой мобилки, этого инородного тела, остается неясной, пока мы не сделаем рентген. Возможно, она там и растворилась».

Однако такое будничное разрешение ситуации противоречит эстетике инфотейнмента, поэтому корреспондент посылает зрителям два ассоциативных сигнала.

Если слабительное не поможет, придется резать к чертовой матери.

На первый взгляд, неуместное ругательство в устах журналиста, но внимательный зритель вспомнит знаменитый фильм М. Козакова «Покровские ворота» и даму-хирурга с сигаретой, провозглашавшую: «Резать, к чертовой матери! Не дожидаясь перитонитов!».

А для тех, кому ассоциации из советского прошлого неблизки, другая забавная деталь и шутка:

<...> владельцы океанариума радуются, что рука Риммы Головки не дрогнула, к примеру, перед вольером с карликовой игрункой по кличке Рэмбо. Она бы такого количества информации не переварила бы точно.

В итоге просмотра репортажа в игру могли включиться зрители разного возраста, круга интересов и уровня эрудиции, и все они в результате получали эмоциональный заряд, развлекаясь и отвлекаясь от повседневных проблем.

По большому счету этот репортаж — не инфотейнмент. Информация, которую несут так называемые легкие новости, столь несущественна, что их правильнее называть просто развлекательными.

Гораздо более сложная для анализа ситуация складывается в том случае, когда информационным поводом для «легкой новости» становится трагическое событие или катастрофа, происшедшая, например, на другом континенте. Пример репортажа, построенного на аттракционе-катастрофе, посвящен надвигающемуся на США снежному циклону. (Новости, «Первый канал», 10 февраля 2010 г.)⁸³.

Закадровый текст

Восточное побережье США перешло на осадное положение. Синоптики предупредили о второй волне снегопадов, которые надвигаются на регион. В Вашингтоне уже третий день закрыты многие государственные учреждения, не работают аэропорты, а по дорогам невозможно проехать из-за огромных сугробов. Необычная картина

⁸³ Официальный сайт «Первого канала»: <<http://www.1tv.ru/news/world/160892>>

и в супермаркетах — пустые прилавки. Жители пережидают непогоду дома и стараются запастись всем необходимым. Прогнозы синоптиков выглядят угрожающе: уже в ближайшие часы мощные снегопады обрушатся сразу на двадцать штатов вдоль всего восточного побережья США. Ожидается, что за сутки в Нью-Йорке выпадет до 30 сантиметров снега. Тревогу восприняли всерьез. В Нью-Йорке сегодня не откроет свои двери штаб-квартира ООН, отменены все рабочие встречи Генерального секретаря организации — Пан Ги Муна. Не выйдут на занятия и около миллиона учеников, закрыты все частные и муниципальные школы.

Каждое предложение закадрового текста нагнетает атмосферу. Каждая деталь — озвученная или показанная в кадре — иллюстрирует страхи современно человека, артикулированные в концепции «общества риска», о которой мы говорили выше. Подтверждает апокалиптический настрой и метафорическое обозначение ситуации, предложенное Бараком Обамой, — «Снегмагеддон».

Отечественный же зритель легко может получить от этого удовольствие, ведь это опровергает привычный тезис массовой культуры о величии США и способности этой сверхдержавы легко решать все проблемы. Беспомощность людей перед стихией, которая подчеркивается корреспондентом, одновременно и будит в подсознании зрителя первобытный ужас, и тешит первобытное же национальное самосознание, позволяя ощутить стихию союзницей в борьбе «своих» и «чужих». Ведь у этих «чужих» сейчас все, как у нас: непроходимые сугробы, пустые прилавки, автобусы не ходят.

Кати Битсан: «Я должна была улететь еще в воскресенье, но мой рейс откладывали уже четыре раза. Я уже почти потеряла надежду выбраться отсюда когда-нибудь».

Джейсон Кири, работник супермаркета: «Сегодня творится что-то невероятное. Никогда еще не было такого ажиотажа».

Корей Бриско: «В магазинах закончились самые необходимые товары: молоко, яйца, хлеб. Я, похоже, урвал последний кусок мыла».

Впрочем, один из героев репортажа — «чужой» — не слишком огорчен ситуацией. Как и наши студенты, студент американский, отнюдь не страдает от внеплановых каникул. И это тоже разрушение стереотипа.

Студент: «Хорошо, конечно, что у нас лишние выходные. Но на улицах столько снега, что никуда и не поедешь».

На первый взгляд, в этом репортаже есть все, чтобы его можно было назвать инфотейнментом: есть информация, есть attrak-

цион, развенчание стереотипов, следовательно, есть и зрелище, и развлечение, пусть и слишком гуманное. Но ведь и раньше люди развлекались зрелищем чужих бед, например, уродством ряда балаганных артистов (карликов, горбунов и т.д.) или смертью гладиаторов. Однако, по нашему мнению, и этот репортаж не стоит относить к инфотейнменту.

Подлинный инфотейнмент не столько совокупность приемов, сколько идеология, производная от идеологии модернизма и постмодернизма. Инфотейнмент, как и сайнстейнмент, спорттейнмент, калчертейнмент, политтейнмент и историтейнмент и т.д., определяется отношением к миру, его ироническим переосмыслением ради выполнения определенной социальной миссии — модернизации сознания зрителей, настройки его на освобождение от политических, культурных и других штампов. Это мы видели на примере разобранного выше репортажа из программы «Намедни». «Легкие новости», напротив, от штампов не освобождают, а паразитируют на них. Призвание инфотейнмента — злить зрителя, подначивать его, указывая, где в его сознании засели штампы и стереотипы. Сам же репортер при этом оказывается и борцом, и образцом для подражания. Поэтому каждый журналист, работающий в стиле инфотейнмента, узнаваем. Он имеет свой авторский почерк и своих зрителей.

Показательный пример — репортаж Антона Вольского о том, как впервые один фильм под названием «Жизнь за один день» снимут разом тысячи режиссеров — пользователи Интернет-сервиса YouTube («Сегодня», 24 июля 2010 г.; НТВ, 19 июня)⁸⁴. Основной прием — активное участие журналиста в событии, о чем уже в подводке объявляет ведущий.

Подводка

Корреспондент НТВ Антон Вольский попробовал объединить участие в проекте со съемками репортажа.

Модернизация общества неразрывно связана с изменением системы ценностей. То, что происходит сейчас во всем мире под влиянием так называемых социальных медиа, исследователи называют «расширением публичного пространства»⁸⁵. То, что

⁸⁴ Официальный сайт канала НТВ: <www.ntv.ru/novosti/199699/>.

⁸⁵ *Задорожная К.* «Fake news» как эффективный маркетинг и расширение публичного пространства // Журналистика в 2010-м: СМИ в публичной сфере: Сб. матер. Междунар. науч.-практич. конф. М., 2011. С. 109–110.

традиционно считалось частной жизнью и не интересовало окружающих, будучи выложено в Интернете, не только становится доступным любому, но и может стать новым видом искусства, а значит — увеличить свою ценность.

Заявление об изменениях системы ценностей становится для корреспондента Антона Вольского завязкой сюжета.

Говорят, что нет скучнее занятия, чем рассматривать фотографии чужого отпуска. А если вам предложат посмотреть видео чужого дня, а если это тысячи чужих дней? Каждую минуту на YouTube появляются сразу несколько видеороликов, рассказывающих о чем-то смешном или очень грустном. Чаще, правда, о смешном.

Прогулка с режиссером фильма по городу тоже может быть воспринята как часть будущего фильма. Кевин Макдональд и Антон Вольский прогуливаются как друзья и единомышленники.

Кевин Макдональд, режиссер: «Это не фильм, это поэма». «YouTube — это крошечные видеоролики, это уже летопись планеты, которая пишется ежеминутно».

Режиссер просит участников проекта ответить на простые вопросы: что вы больше всего любите, чего вы боитесь, что вас может насмешить? Журналист задает эти же вопросы людям на улице, но почти все они не хотят отвечать. Как же должен вести себя модернизированный человек будущего? Разумеется, так же, как и корреспондент Антон Вольский: он уже показал нам как чистит зубы в ванне, варит кофе, едет в такси. И он явно не одинок.

Сегодня с утра из разных концов мира в YouTube уже посыпались кадры будущего фильма.

В финале проекта авторы самых выдающихся роликов будут вознаграждены. Их главный приз — слава.

Фильм будет показан в январе на кинофестивале в Америке, после чего появится на YouTube. А 20 авторов самых выдающихся видеороликов будут приглашены лично на фестиваль в штате Юта.

Ни комментарии, ни видеоряд, казалось бы, не увлекают зрителей в игру. Однако смонтированный в финале клип из кадров, взятых с YouTube, и стенд-ап корреспондента, стоящего за компьютером, на котором видео этого же стенд-апа, завершают игру-эксперимент, начатую в первых кадрах. И весь репортаж показывает, как это здорово — жить в интерактивной медиасреде. Инфотейнмент в этом случае нужен для того, чтобы снять у консервативного зрителя страх перед новыми технологиями и учит по-новому относиться к творчеству.

Другой пример модернизирующей новости — репортаж Айрата Шавалиева о польском священнике, исповедующем на трассе девушек легкого поведения («Сегодня», 19 декабря НТВ⁸⁶, 8 января 2011 г.). Уже в подводке ведущие обещают опровержение одного из стереотипов: священник должен ходить в рясе и вести себя подчеркнуто благопристойно, с преступниками и проститутками он может встретиться только в храме, куда они, раскаявшись, пришли замаливать грехи.

Подводка

Польский священник Марек Порызала, спрятав рясу под кожаной курткой, снова выехал на трассу в поисках девушек легкого поведения. Он жаждет от них как можно более откровенных разговоров. Читая проповеди, слушая исповеди, подвозя тех, кто сбился с пути, отец Марек готов рисковать жизнью и вступать в конфликт с сутенерами.

Закадровый текст репортера

Кадры, конечно, выглядят скандально: католический священник съезжает с трассы, подруливает к девушке на обочине и предлагает ей подсесть. Подозрения усиливаются, когда рассматриваешь водителя вблизи. Типичный дальнбойщик, любитель выпивки и доступных женщин. Но, судя по разговору, пассажирка обнажает в машине не тело, а душу.

Рассказанные проститутками истории, опровергают и общественные представления о падших женщинах. Они не погрязшие в грехах чудовища, а жертвы обстоятельств: они тоскуют об оставленных на родине детях, не решаются признаться мужьям, оставшимся на родине, чем зарабатывают на хлеб для них и детей. Герой-священник подтверждает это наблюдение и как пастырь, и как исследователь.

Марек Порызала, священник

Я предлагаю девушкам четки, и они всегда выбирают белые. Это значит, в душе они тоскуют по чистоте и невинности.

Надо было собрать материал для книги, я сел в машину и поехал общаться на ближайшую от церкви трассу. Поначалу было страшно, потом девушки ко мне привыкли. Книгу написал, но бросать их было уже неприлично, вроде использовал их, как все остальные.

Но и это не все. У польского священника незнакомые нам представления о церкви в современном мире, и это подчеркивает репортер и закадровым текстом, и синхронном, и деталями видеоряда.

⁸⁶ Официальный сайт НТВ: <<http://www.ntv.ru/novosti/216135/>>

Закадровый текст

Машина — это и передвижная церковь, и продовольственная лавка. Вот только часть ее содержимого. Святой отец попросил нас не показывать его автомобильные номера. Польские сутенеры его ненавидят, однажды гнали на двух машинах, еле сбежал. Его цель — хотя бы показать проституткам, что они кому-то нужны, две его подопечные уже пообещали бросить это дело.

Марек Порызала, священник

Здесь мой головной убор, бутерброды для девушек, их монахи приготовили. Здесь же мое облачение и крест. Если проститутка хочет исповедаться, я это надеваю и исповедую прямо на обочине. Возму с собой воду для изгнания дьявола, соль для этой же цели.

Развенчав стереотипы с помощью приемов инфотейнмента, Айрат Шавалиев заканчивает репортаж как традиционный проблемный.

Закадровый текст

Европейские законы запрещают польским властям вести статистику по проституткам, поэтому неизвестно, сколько их в стране. Евро-2012 превратит Польшу и Украину в центр мировой проституции.

Когда нужна не проповедь, а юридическая или социальная помощь, отец Марек отправляет девушек в фонд «Ла страда», борющийся с торговлей людьми. Семь дней в неделю телефонистки принимают звонки от пострадавших женщин. Сотрудница фонда «Ла страда»: «Каждую среду ведем прием на русском языке. Девушки из Белоруссии, Украины — это почти половина всех обращений. Россия представлена в основном приезжими из Калининградской области».

Однако несмотря на глубину и неразрешимость проблемы, поднятой журналистом, у зрителей остается ощущение, что польский священник хотя бы наметил вектор ее решения.

Модернизирующий эффект инфотейнмента распространяется и на репортажи с официальных правительственных мероприятий («паркетную журналистику»). Акцентируя внимание зрителей на любопытных деталях, корреспондент также играет с общественными стереотипами, модернизируя сознание зрителей.

Так, например, репортаж корреспондента НТВ В. Кондратьева о приеме в Кремле по случаю интронизации Патриарха Кирилла⁸⁷ (НТВ, 2 февраля 2009 г., «Сегодня», 14.19) начинается

⁸⁷ Официальный сайт НТВ: <<http://www.ntv.ru/novosti/149529/>>

с показа застолья в роскошном Андреевском тронном зале Кремлевского дворца, разносящих подносы официантов, контрастирующих с черными рясами рассеявшегося за столами и чувствующего себя вполне свободно духовенства. При этом В. Кондратьев так комментирует происходящее.

Такого приема в Кремле еще не было, но надо иметь в виду, что и Патриарха впервые избрали после советской власти. Представители церкви весьма польщены и очень рады такому вниманию со стороны государства, но это естественно. Ведь сейчас другие времена, другая эпоха, другие отношения и другие обычаи.

Зрителю сразу предлагается настроиться на то, что это событие — аттракцион (нетипично, должно удивить). Следующий далее синхрон с митрополитом Санкт-Петербургским и Ладожским Владимиром, который свидетельствует, что раньше власть подвергала священнослужителей гонениям, а не удостоверяла их торжественными приемами, должен подтвердить зрительский стереотип, чтобы остальным было что опровергать. Главным ниспровергателем выглядит президент Д. Медведев. Руководитель его администрации С. Нарышкин дважды подтверждает (корреспондент провоцирует его на это дополнительным вопросом), что идея проведения приема принадлежала именно президенту.

Далее репортаж развивается по классическим законам официального отчета, однако зритель был уже настроен на определенный иронический лад, он внимательно вслушивается в текст, чтобы уловить еще какие-нибудь сигналы. Он готов воспринять в качестве такого сигнала слова Патриарха об отношениях церкви и государства, которые должны строиться по византийской модели (как симфония, предполагающая гармоничное сочетание интересов, распределение ответственности).

Эти слова, произнесенные в по-византийски роскошном кремлевском интерьере, контрастируют с крупным планом Дмитрия Медведева, который, слушая речь Патриарха Кирилла, пристальным и очень жестким взглядом всматривается в лица гостей. После такого взгляда ни уютные кадры того, как духовенство тщательно вытирает руки салфетками перед тем, как приступить к трапезе, ни обещания, что торжества будут продолжены в РПЦ, не способны убедить зрителей в возможности достижения симфонии между современной властью и Православной церковью. Однако

каноны официального репортажа-отчета при этом не нарушены, репортера трудно обвинить в том, что он необъективно оценивает события.

Однако подлинный постмодернистский подход к телевизионным развлечениям под силу единицам. Чаще всего журналисты используют приемы, характерные для инфотейнмента, совсем в других целях: либо для того, чтобы увлекательно подать социально значимую новость или проблему, либо для того, чтобы просто любой ценой развлечь зрителя. Ведь человек, привыкший видеть в различных теле-шоу аттракционы, и от выпуска новостей ждет того же. И тогда в погоне за рейтингом, ради достижения эффекта драматизации журналисты не останавливаются ни перед чем: ни перед нарушением журналистской этики, ни перед искажением фактов. Главное — чтобы сообщение вызвало у телезрителей яркие эмоции: страх, любопытство, удивление, эротическое наслаждение и т.д. Для этого могут быть использованы те же аттракционы и «формульные жанры», о которых мы говорили выше.

Просмотр репортажей с места катастрофы вызывает у зрителей интенсивное возбуждение и интерес, которые заставляют забыть о скуке и раздражении, часто сопровождающих спокойную организованную жизнь. Но одновременно и отвлекает от мыслей о реальных опасностях и проблемах, которые окружают их в обыденной жизни. Суть эскапистского переживания в том, что оно на время синтезирует эти две потребности и снимает напряжение, которое в современном обществе гораздо сильнее, чем было на более ранних этапах культурного и экономического развития общества.

Точно такие же проблемы мы наблюдаем, анализируя телевизионные передачи, развлекающие и одновременно перестраивающие сознание зрителей, пользуясь материалами искусства, истории, науки. Отечественный сайнстейнмент и калчертейнмент в отличие от образцов, предлагаемых, например Би-би-си, отнюдь не всегда популяризируют науку и культуру, актуализируя их достижения, не исчерпавшие свой модернизирующий потенциал. Это успешно удается П. Лобкову (серия проектов «Гены против нас» и др.) и Л. Парфенову («Птица-Гоголь», «Зворыкин-Муромец» и др.).

В большинстве же случаев ученые и художники — герои подобных передач — выставляются на посмешище не как гении,

перевернувшие наши взгляды на мир, а как «твари дрожащие», погрязшие в пороках. Примером этого могут служить передачи из цикла Артема Варгафтика «Партитуры не горят» («Культура»). Судя по названию, автор должен был повествовать об истории шедевров музыкального искусства, однако гораздо больше внимания в программе уделялось не музыке, а пикантным подробностям биографии композитора⁸⁸.

Такой рассказ, безусловно, привлекает публику, в большинстве своем не слишком готовую к серьезному разговору об искусстве. Создатели подобных передач будут говорить, что руководствуются благими намерениями: лучше пусть аудитория, хотя и привлеченная подробностями, достойными бульварной прессы, все же узнает о творчестве Вагнера или Шуберта, чем так и проживет, не подозревая об их существовании. Однако приученный оценивать высокое искусство как «побочный продукт» бурной событиями жизни публичных персон, незритель, и без того скептически относящийся к авторитетам прошлого, может привыкнуть рассматривать, например, поэзию А.С. Пушкина исключительно в контексте его любовных походов, а творчество Н.В. Гоголя — как следствие прогрессирующей болезни. Не каждый зритель в силах разглядеть за ширмой из аттракционов массовой культуры многоуровневый модернизирующий подтекст. Но это, кажется, совершенно не беспокоит Леонида Парфенова, который в телевизионных циклах «Живой Пушкин» (НТВ, 1999) и «Птица-Гоголь» («Первый канал», 2009) реализует подобный постмодернистский подход к культуре и истории.

По нашему мнению, калчертейнмент, сайнстейнмент и т.п. — это лишь варианты инфотейнмента, просто информация, которая подлежит интерпретации, и может относиться к разным областям знаний. Их стоит рассматривать не как самостоятельные явления, а как единый феномен, различные проявления которого слегка варьируются. Перечень приемов и драматургических ходов при этом сходный. От национальной и языковой специфики инфотейнмент зависит гораздо сильнее, чем от тематической. Не всегда артикулируемые авторами условия игры базируются на ассоциациях и символах, специфичных не только для граждан разных стран, но и представителей разных возрастных групп. Участие

⁸⁸ Петрушанская Е. Разрешающая способность телеизображения // Наука телевидения. Вып. 2. М., 2005. С. 33–34.

в игре, предлагаемой зрителю, требует от них творческой активности в разгадывании ребусов.

С учетом этого очень трудно оценивать программы, сделанные методом инфотейнмента, телеканалами других стран. Например, сюжеты в программе «Галилео» (СТС), сделанные в Германии (программа производится по немецкому формату и включает в себя как их, так и наши сюжеты), существенно отличаются от тех, что делают отечественные авторы. Уровень их развлекательности для отечественного зрителя значительно ниже. Похожая ситуация и с программами производства Би-би-си. Их научные и исторические сериалы тоже принято относить к сайнстейнменту, историтейнменту, калчертейнменту (например, «Прогулки с пещерным человеком»), хотя, с нашей точки зрения, они скорее могут быть отнесены не к развлекательным, а к увлекательным программам. Исторические реконструкции и путешествия ведущего, знакомящегося с работой, например археологов, хотя и опровергают достаточно часто сложившиеся стереотипы, но не включают зрителей в игру (или эта игра пропадает при переводе). Не приходится говорить и о модернизационной составляющей подобных программ.

Впрочем, возможно, что европейский зритель воспринимает рассказ о средневековом городе или кострах инквизиции иначе, чем российский. Но несмотря на это, подобные фильмы могут развлекать и зрителя, принадлежащего другой культуре, ведь в центре рассказа — человеческие судьбы, страсти, которые знакомы любому человеку. В этом случае простор для фантазии огромен, материала скорее избыток, чем недостаток, его надо не собирать по крупицам, а просеивать через крупное сито, беря в разработку только очень яркие детали и конфликты. На протяжении веков практически любой культурный центр — средневековый европейский замок, развалины древнего города или музеев — видел столько драм, что их с лихвой хватит на длинный-предлинный сериал. Так же и любое культурное явление сопровождалось множеством конфликтов, подчас перераставших в трагедии. При этом на первый план телевизионного зрелища всегда выходят люди, а культурный центр становится лишь декорацией, в лучшем случае создающей неповторимую атмосферу, а в худшем — лишь обозначающей те или иные исторические реалии.

Развлекательные же историко-политические программы, как выясняется, гораздо хуже поддаются переводу на язык дру-

гой культуры. Пример тому — шоу «Имя Россия», произведенное по британскому формату и подвергшееся существенным изменениям, о котором мы говорили выше. И все же на отечественном телевидении появляются адаптированные форматы политтейнмента или программы, навеянные западными традициями демократии: «Итого» В. Шендеровича (НТВ), «Куклы» (НТВ), «Реальная политика» с Г. Павловским (НТВ), «Прожекторперисхилтон» («Первый канал»), «Мультиличности» («Первый канал»). Постмодернистский настрой позволяет авторам этих программ шутить на любые темы, иногда ниспровергать общественную иерархию, развенчивать кумиров. Острота и объекты их критики могут быть разными, но все они имеют в основе традиции карнавала, который при соединении его законов с возможностями современных технологий только увеличивает свою силу воздействия.

Однако сказать, что телевизионная интерпретация реальности, которую предлагают зрителям программы в стиле инфотейнмента, близка к реальности эмпирической, очевидно неправомерно. В тех случаях, когда репортажи и передачи, сделанные в стиле инфотейнмента, действительно имеют целью модернизацию сознания зрителей, она часто оказывается гротескной. Ведь комическое начало позволяет легко расставаться с мифами прошлого и легко принимать правила, диктуемые будущим.

Повторим наиболее существенные выводы этой главы.

- Телевизионная реальность включает в себя набор социальных, политических и культурных мифов, получающих свое экранное воплощение или рождающихся благодаря телепрограммам. Эти мифы воздействуют на культуру общества, большая часть которого является активными (регулярно смотрящими телевизор) или пассивными (присутствующими при просмотре телевизионных передач родственниками или получающими информацию о них в Интернете) телезрителями.

- Телевизионная реальность рассматривается нами как отражение национальной картины мира и как инструмент формирования целей и ценностей, определяющих стратегию развития общества в целом.

- Интерпретация реальности, конструируемая отечественным телевидением 1990-х годов, свидетельствовала о том, что общество находится в состоянии социокультурной травмы. Однако, несмотря на это, она была ориентирована на модернизацию об-

щества, на формирование культуры нового типа, предполагающей диалог представителей разных социальных страт.

- В телевизионной реальности 2000-х годов базовыми вновь становятся мифы советской культуры, адаптированные к господствующим эталонам западной массовой культуры. В частности, это ярко проявляется при создании образа прошлого: исторических программ и фильмов, сделанных методом документальной драмы. При этом законы формата оказывают на конечный продукт большее значение, чем медиабренд того или иного канала, на котором выходит передача.

- Интерпретируя настоящее, отечественное телевидение 2000-х годов опирается на две доминирующие идеологии: идеологию общества потребления, которая определяет ценности гламурного телевидения, и идеологию гопников, которая определяет ценности треш-телевидения.

- Гламурное телевидение и треш-телевидение в своей интерпретации реальности сознательно искажают действительность в целях повышения рейтинга своих программ. Они не способствуют выходу общества из состояния кризиса и не предлагают стратегию социальных преобразований.

- Эту задачу реализуют гибридные программы, сделанные в стиле инфотейнмента. Их анализу мы уделили в работе значительное внимание, разграничив просто развлекательные новости и инфотейнмент, который формирует иной взгляд на мир, подразумевающий его ироническое переосмысление ради выполнения определенной социальной миссии (модернизация сознания зрителей, настройка его на освобождение от политических, культурных и других штампов, подготовка к жизни по законам нового информационного общества).

В следующей главе мы проанализируем характер действующих лиц наиболее популярных (рейтинговых) передач трех ведущих федеральных телеканалов («Первый канал», «Россия-1» и НТВ), а также характер взаимоотношений этих персонажей, типы конфликтов, благодаря развитию которых зритель получает представление о тех ценностях, которыми ему предлагается руководствоваться в повседневной жизни.

Анализ характера оппозиций, доминирующих в телереальности того или иного канала или передачи, позволяет делать значимые выводы не только о специфике интерпретации, но и о потенциальном воздействии телевизионных программ на аудиторию.

Глава 4

ОППОЗИЦИЯ «МЫ — ОНИ» В ТЕЛЕЭКРАННОЙ РЕАЛЬНОСТИ

4.1. Классификация современных телепрограмм с точки зрения специфики коммуникации «мы — они»

Анализ традиционных зрелищ с точки зрения типов конфликта их героев — традиционный искусствоведческий подход к исследованиям¹. Однако обычно речь идет именно о персонажах художественных произведений, плоде типизации или авторского воображения, о конфликтах, смоделированных автором сценария или режиссером. Мы же предполагаем анализировать действия и высказывания обычных людей, попадающих в телевизионный эфир.

Нам представляется такой подход правомерным, потому что при всех отличиях традиционных зрелищ от зрелищ телевизионных последние выполняют те же социально-психологические функции, что и зрелища традиционные. Они призваны регулировать отношения в обществе, преодолевать «возможные столкновения существующих в региональной общности и оппозиционно настроенных групп»², снимать напряжение и конфликтность. В различные исторические периоды эффективность тех или иных зрелищ может изменяться. Обозначенную функцию могут выполнять не только художественные, но и нехудожественные зрелища, в частности, зрелища спортивные. Немаловажное значение при этом имеет и тип конфликта, нуждающийся в урегулировании. Под конфликтом мы в данном случае понимаем столкновение различных ценностных ориентаций.

Теоретики зрелищных искусств выделяют три формы, в которых может реализовывать себя конфликт: состязание, диалог и игра. Форма состязания зародилась в первобытном обществе,

¹ Хренов Н.А. Зрелища в эпоху восстания масс. М., 2006; Гудкова В. Рождение советских сюжетов: типология отечественной драмы 1920-х — начала 1930-х годов. М.: НЛО, 2008; Прохоров А. Унаследованный дискурс: парадигмы сталинской культуры в литературе и кинематографе «оттепели». СПб., 2007; Поколения в социокультурном контексте XX века // Сб. статей. М., 2005.

² Хренов Н.А. Указ. соч. С. 9.

когда община в ритуально-производственных целях делилась на две части. Соревновательность, вытекающая из этого разделения, носила не только игровой характер, но и содержала определенный уровень агрессии. Противоборствующие партии, например, осыпали друг друга насмешками³. Необходимость инвективы (обличение определенного лица или группы), являющаяся отличительной чертой подобного состязания, позволяет использовать этот тип конфликта для пропагандистских целей. Противоположным проявлением этого принципа становится безоговорочное прославление героя, чьи взгляды и поступки точнее всего отражают важнейшие ценности доминирующей субкультуры.

Состязание было основой драматургии эпохи классицизма, театральных и карнавальных зрелищ в России XVIII в. (где маски представляли такие пороки, как невежество, злословие, праздность и т.п.), оно присутствовало в пьесах А. Сумарокова и Д. Фонвизина. Обычно подвергаемый инвективе герой — представитель какой-либо субкультуры, а осмеяние — метод борьбы с ней официальной идеологии (надо отметить, что «мягкий» метод, применялся, когда вина инакомыслящего не столь велика, чтобы казнить его или заточить в монастырь, посадить в тюрьму и т.д.).

Современное телевидение чаще всего демонстрирует зрителям именно состязательные формы решения конфликта, демонстрируя одну группу действующих лиц (тех, чьи взгляды соответствуют ценностям правящей элиты) в качестве «своих», а другую — в качестве «чужих» (чье поведение требует осмеяния или осуждения). Второй тип конфликта в зрелище — это диалог. Если состязание утверждает доминирование одних ценностей над другими, то диалог является шагом к признанию за взглядами «других» не только право на существование, но и определенной ценности. Состязание в своей основе имеет коммуникативный принцип монолога, диалог, соответственно, — диалогическую коммуникацию.

Основанная на диалоге драма не во все периоды истории в равной мере позволяла осуществляться свободному транслированию инакомыслия. Это зависело и от политической ситуации в стране, и от готовности зрителя воспринимать «другого» хотя бы на театральных подмостках, и от существования этого «другого»

³ Золотарев А. Родовой строй и первобытная мифология. М., 1964.

как реальной социальной силы. Драматургия и театр второй половины XVIII в. в России, да и не только в России, были опытом утверждения диалогического начала в культуре, а также утверждения разночинца как социальной силы, определенного типа культуры. Кроме того, в этот же период в культуре России налаживается диалог с западным миром, до этого часто представлявшимся как средоточие зла. Из хаоса, противостоящего русскому космосу, Запад превращается для некоторых субкультур в объект для подражания. Разумеется, ареной для этого диалога являлся не только театр, но и литература. Этот тип конфликта преобладает в романах И.С. Тургенева (в частности, «Отцы и дети», «Новь» и т.д.).

Диалогические зрелища начинают доминировать в обществе, где «фигура еретика оказывается не исключительной, а пространственной, а следовательно, возникает необходимость вступить с ним в диспут, диалог, выслушивать его аргументы и излагать свои собственные»⁴. Долгое время наиболее подходящей формой для подобного диалога являлось театральное зрелище. В России середины XX в. таким «еретиком» стала субкультура только что сформировавшейся советской интеллигенции (которых называли шестидесятниками). Выражением их взглядов на мир стала драматургия В. Розова, спектакли театра «Современник», театра на Таганке под руководством Ю. Любимова.

Хотя конец 1980-х годов и стал для шестидесятников коротким периодом перехода в разряд доминирующих субкультур, для общества в целом они уже не несли модернизирующий заряд. У культуры конца 1980-х годов (период перестройки) появились свои герои-«еретики». Поначалу это были молодежные субкультуры. Примерами зрелищ, стремящихся выстроить диалог с ними, был документальный фильм «Легко ли быть молодым» Ю. Подниекса (1986), программы «Музыкальный ринг» (Ленинградское телевидение начало 1986), это был диалог с музыкантами-идеологами молодежных субкультур и ток-шоу «Акуна матата» (РТР, 1998–2000), диалог детей и родителей.

На сегодняшнем федеральном телевидении диалогические передачи (т.е. передачи с диалогическим типом конфликта) — редкость. Связано это со слаборазвитой культурой диалога в нашем обществе, долгое время существовавшем при тоталитарном

⁴ Хренов Н.А. Указ. соч. С. 113.

режиме с государственной идеологией, не приветствующей проявления самобытности в эфире, хотя и не преследующей ее в жизни. Причиной или результатом (по этому поводу можно полемизировать) этого становится отсутствие в российском социуме субкультуры, способной претендовать на роль «другого», с которым необходимо вступать в диалог. Большинство «других» на телеэкране выглядят либо врагами (мусульмане, выходцы с Кавказа и т.д.), либо людьми «низшей расы», строить диалог с которыми бессмысленно и неинтересно (трудовые мигранты, бомжи и т.д.). Не становятся значимыми «другими» ни предприниматели (они предстают либо в виде врагов-олигархов, либо подстраиваются под доминирующую картину мира, отражающую интересы власти), ни, например, православные, которые предстают обычно союзниками государства (при этом отличительные черты их картины мира нивелируются). Таким образом, доминирующая на отечественном телевидении форма конфликта-состояния тяготеет к одному из двух типов противостояния: «свои — чужие» или «высшие — низшие».

Герои исторических программ, представители других наций и рас тоже редко предстают в отечественном телеэфире в качестве «других», хотя, казалось бы, диалог с ними не должен угрожать единству нации. Поступки знаковых фигур прошлого (например, советского периода истории) создатели программ судят с точки зрения современных ценностей, азиатов, арабов, индусов — через призму западного мировоззрения и т.д. Вместо конфликта-диалога в основе их драматургии часто оказывается конфликт-состояния (свое лучше чужого или чужое лучше своего) или другой тип конфликта — игра.

Просмотр игровых зрелищ, в отличие от зрелищ-диалогов, не подразумевает интерпретацию эмпирической реальности. Игра уводит участников и зрителей в другую реальность или вторгается в повседневность, изменяя ее течение своими правилами, что вполне соответствует ожиданиям современного общества. Говоря о современных игровых зрелищах, в частности, телевизионных, необходимо вслед за С.А. Кравченко развести понятия «игра» (такой, какой она была веками) и «играизация жизни».

В классическом понимании, традиционно возводимом к исследованию Й. Хейзинги, игру называют «свободной деятельностью, которая осознается как “незавражду” и вне повседнев-

ной жизни выполняемое занятие, однако она может целиком овладевать играющим, не преследует при этом никакого прямого материального интереса, не ищет пользы, — свободной деятельностью, которая совершается внутри намеренно ограниченного пространства и времени, протекает упорядоченно, по определенным правилам и вызывает к жизни общественные группировки, предпочитающие окружать себя тайной либо подчеркивающие свое отличие от прочего мира всевозможной маскировкой»⁵.

Выдвигая социологическую концепцию играизации общества, С.А. Кравченко понимает под ней «внедрение принципов игры, эвристических элементов в прагматические жизненные стратегии, что позволяет индивидам посредством саморефлексии достаточно эффективно выполнять основные социальные роли, адаптироваться к неравновесности»⁶. Находящиеся в состоянии дезинтеграции общества, их идеологии, ценности, иерархии, границы, стили жизни нуждаются в формировании механизмов адаптации к вызовам современности. Играизация представляет такую «новую формирующуюся парадигму рациональности, характерную для современных условий неопределенности, распространения институциональных рисков», «играизация выступает в качестве фактора, *связывающего ранее разрозненные фрагменты социальной среды* (курсив автора. — А. Н.)»⁷. Играизация отличается от игры, поскольку «прагматична, что проявляется в следовании узкопрактическим интересам, соображениям выгоды и пользы», «не знает строгих правил, напротив, она их постоянно корректирует, что предполагает изменения и даже деформацию сознания и, соответственно, постоянное создание новых моделей поведения»⁸. Играизация охватывает практически все слои общества, она распространяется на все сферы жизнедеятельности и является эффективным фактором «конструирования, поддержания, а во многих случаях — изменения социальной реальности»⁹. Телезритель может наблюдать этот процесс на примере гибридных программ:

⁵ Хейзинга Й. Homo ludens. В тени завтрашнего дня. М., 1992. С. 24.

⁶ Кравченко С.А. Играизация общества: контуры новой постмодернистской парадигмы // Матер. II Всерос. социол. конгр. Москва, 30 сентября — 2 октября 2003 г. <<http://lib.socio.msu.ru/l/>>

⁷ Там же.

⁸ Там же.

⁹ Там же.

инфотейнмента, сайнстейнмента, калчерстейнмента, политтейнмента и т.д., которые связывают воедино труд и игровые практики, сферу обслуживания и игру, традиционную рациональность и дух страсти, шанса, счастливого случая.

По мнению С.А. Кравченко, игроизация общества, как и диалог, может выполнять социально-стабилизирующую роль, способствуя «формированию *пересекающихся социальных кругов* (Г. Зиммель, П. Блау), что в итоге может смягчить нетерпимость субъективных миров»¹⁰. Причем в сложившейся ситуации этот путь предпочтительнее, чем традиционный путь установления диалога между противоборствующими группами «Мы» и «Они» (по П. Бергеру и Т. Лукману), признания их права на инаковость и изменения общественного сознания.

Роже Кайуа предлагает следующую классификацию традиционных игр: «соревнование» (интеллектуальное и спортивное), «удача» (казино, лотерея), «симуляция» (подражание, маскарад, театр), «головокружение» (карусели, альпинизм, опьянение скоростью)¹¹. Она вполне подходит для анализа не только собственно телевизионных игр, но и большинства гибридных программ, в основе драматургии которых лежит игра, а в основе идеологии — игроизация (или геймеризация), как называют эти процессы на Западе.

Игровые зрелища чаще всего проходят в условном пространстве (сцены, арены и т.п.), ведь игра связана с праздником, традиционно дистанцирующимся от повседневности. Однако зрелища, создаваемые в рамках игроизации жизни, легко допускают выход в реальный мир (который — к этому выводу мы пришли во второй главе — на самом деле жизнеподобный мир телевизионного зрелища), так же как и игра впускается в повседневность каждого человека, сметая границы между повседневностью и праздником, превращая жизнь в нескончаемое развлечение.

Диалогические зрелища гораздо более свободны в выборе пространства действия, так как от него не зависят. Главное зрелище в них — сам диалог. А где он происходит — в телестудии, в доме или на лавочке в сквере, — не слишком важно. Важно, чтобы все, что оказывается в кадре, работало на единую задачу — узнавания «другого» и принятие его как равного.

¹⁰ Кравченко С.А. Указ. соч.

¹¹ Кайуа Р. Игры и люди. Статьи и эссе по социологии культуры. М., 2007. С. 86.

Синтезируя опыт предшественников, как исследователей телевидения, так и других ученых, мы в целях нашего исследования классифицируем (табл. 3) современные телевизионные зрелища по типу конфликта между «мы» и «они» на состязательные, диалогические и игровые/геймеризационные (последние мы рассматриваем вместе, так как современные телевизионные форматы объединяют их в гибрид). Ряд программ может строиться на комбинации из двух или трех типов конфликта одновременно: состязание + игра (политтейнмент), диалог + игра (инфотейнмент), состязание + диалог + игра (сложные проекты, подобные детективным расследованиям П. Лобкова).

Таблица 3

Классификация по типу конфликта между «мы — они»

Состязание	Игра	Игроизация	Диалог
«Свои — чужие»	Соревнование	Состязание + игра	
«Высшие — низшие»	Удача	Диалог + игра	
	Симуляция	Состязание + диалог + игра	
	Головокружение		

При этом признаки геймеризационных программ будут очень сходны с признаками игровых программ, выделенными С.Н. Ильченко. Им тоже будет присуще присутствие в завершенном эфирном продукте (или единице вещания) ситуации игры; наличие соревновательного момента как драматургически структурирующего элемента содержания программы или передачи; высокая степень вмешательства авторов и создателей эфирного продукта в развитие хода игры; использование выразительных средств телевидения для манипуляции как непосредственными участниками игры, так и воспринимающей ее аудиторией. Но в отличие от игровых программ геймеризационные могут быть в избытке насыщены полезной информацией и новостями. Кроме того, они должны нести в себе модернизирующее начало, противостоящее традиционалистским мифам соревновательных, диалогических и чисто игровых зрелищ.

При анализе телевизионных программ необходимо учитывать процессы, описанные А.В. Шпиловым¹², по мнению которого фундаментальное социально-психологическое противопоставление «мы — они» в обществе постоянно претерпевает изменения. Современное общество находится в начале пути от доминирования оппозиции «свои — чужие» к господству оппозиции «высшие — низшие». Смена доминант, обусловленная сложными общественно-политическими процессами, всегда интерпретировалась культурой и искусством. На примере истории зрелищных искусств тоже прослеживается динамика этих противопоставлений. Зрелища, утверждающие правоту «своих» и враждебность «чужих», сменялись зрелищами, представлявшими собой попытку понять «другого» и вступить с ним в диалог¹³.

На современном этапе состояние дезинтеграции общества, смены оппозиций, идеологий, ценностей, иерархий, границ, стилей жизни особенно нуждается в формировании механизмов адаптации к вызовам современности. Это обуславливает рост числа геймеризационных передач в телеэфире (в частности, в телеэфире отечественном). Особенно это видно на примере канала НТВ, у которого за последние годы появилось множество гибридных проектов. Но и другие федеральные каналы увеличивают число подобных передач, однако социологические исследования не показывают эту тенденцию, так как подобные программы попадают в разряд либо развлекательных, либо познавательных.

В следующем разделе мы проследим, как развиваются обозначенные выше конфликты в итоговых выпусках новостей (которые являются показательными и рейтинговыми представителями типа состязательных передач). Являясь рупором власти, вечерние новости федеральных каналов создают телевизионную реальность, наиболее полно интерпретирующую те элементы информационной повестки дня, которые отвечают ценностям и приоритетам, транслируемым правящей элитой народу. В них зрители имеют возможность увидеть и услышать представителей тех социальных страт, которые поддерживают интересы власти или являются ее врагами, а также узнать результаты конфликта-состязания: прославляемых героев и обличаемых еретиков.

¹² Шпилов А.В. «Свои», «чужие» и другие. М.: Прогресс-Традиция, 2008.

¹³ Хренов Н.А. Указ. соч.

4.2. «Свои — чужие» и «высшие — низшие» в экранной реальности теленовостей

Чтобы понять, кем населена телевизионная реальность информационных выпусков новостей, мы провели контент-анализ вечерних (итоговых) выпусков новостей на трех федеральных каналах: на «Первом канале» («Время», 21.00), на канале «Россия» («Россия-1», «Вести», 20.00) и на НТВ («Сегодня», 19.00). Первая волна исследования проводилась с 4 по 8 октября 2010 г., вторая — с 16 по 20 мая 2011 г. Анализировались сделанные в Москве записи эфира вышеназванных каналов. Выбор именно этих каналов обусловлен их лидирующими позициями по объемам аудитории.

Мы сознательно не включали в объект исследования новости выходных дней, поскольку итоговые выпуски за неделю по формату значительно отличаются от ежедневных.

В качестве единицы контент-анализа мы использовали действующих лиц сюжетов новостей. Среди них были как «персоны», т.е. конкретные люди, являющиеся самостоятельными субъектами информационного пространства (в частности, президент и премьер), так и персонажи — представители какой-либо социальной группы или общности (учитель, врач, пенсионер, ребенок и т.д.), которые выступают именно от лица своей социальной группы, так что их имена и фамилии существенного значения не имеют. Мы выделили в качестве персонажей «рядовых граждан» (принадлежность которых к социальной группе по сюжету не определяется) и толпу (группу людей, объединенных каким-либо общим действием). В ходе анализа мы считали количество их появления в эфире в различных сюжетах выпусков новостей. Кроме того, мы анализировали типичные действия, которые производят те или иные персоны или персонажи: ездят с инспекцией, выполняют служебные обязанности, делают заявления, дают экспертные оценки событий и т.д. Также мы смотрели, где происходят события, о которых идет речь в сюжетах, как журналисты оценивали деятельность и слова представителей тех или иных социальных групп¹⁴. (Подробные результаты исследования отражены в Заключении.)

¹⁴ Новикова А.А. Экранная интерпретация реальности средствами телевидения. Дисс. ... докт. культурологии. М., 2011.

Кто же они — главные герои выпусков новостей, на которых надо надеяться телезрителям и чьи ценности и поступки воспринимаются как эталон? По итогам нашего исследования можно однозначно сказать, что это представители правящей элиты, т.е. те люди, которые могут оказывать влияние на власть (табл. 4). В нее входит политическая элита (руководители государства, члены правительства, депутаты законодательных органов), экономическая элита (крупные собственники, владельцы и топ-менеджеры финансово-промышленных корпораций и т.д.) и бюрократическая элита (чиновники государственного аппарата). Судя по выпускам новостей федеральных каналов, президент, правительство и чиновники — это самая активная часть нашего общества. Деятельность же экономической элиты становится достоянием обществу гораздо реже.

Таблица 4

**Действующие лица выпусков новостей
(число появлений в качестве героя в сюжете за неделю)**

Герой	4–8 октября 2010 г.			16–20 мая 2011 г.		
	«Рос- сия»	«Первый канал»	НТВ	«Рос- сия-1»	«Первый канал»	НТВ
Д. Медведев	7	8	5	5	11	6
В. Путин	6	8	4	4	8	4
Министры	5	4	4	4	3	2
Чиновники	23	30	19	11	13	17

У представителей субкультуры чиновников есть четко очерченная среда обитания — столица и крупные города. Именно поэтому наиболее часто встречающееся место действия в выпусках новостей — Москва (табл. 5).

Кроме того, данные, представленные в табл. 5, демонстрируют, что сюжетов из-за границы в эфире федеральных новостей больше, чем сюжетов из регионов России. Но и всех вместе сюжетов не из Москвы порой меньше, чем сюжетов из Москвы (например, «Первый канал»: Москва — 31 и 30, другие места — 31 и 26). К тому же регионы России фигурируют как место действия чаще всего в тех случаях, когда туда приезжает представитель властной элиты либо когда там происходит какое-то чрезвычайно происшествие.

Таблица 5

**География новостей
(число сюжетов, действие которых разворачивается
в том или ином месте)**

Место	4–8 октября 2010 г.			16–20 мая 2011 г.		
	«Рос- сия»	«Первый канал»	НТВ	«Рос- сия-1»	«Первый канал»	НТВ
Москва	21	31	16	12	30	17
Санкт- Петербург	3	2	3	3	4	4
Другие го- рода России	8	13	9	6	7	7
Ближнее зарубежье	4	9	3	0	2	2
Дальнее за- рубежье	13	17	8	14	13	9

Таким образом, несмотря на то что по законам формата телевизионных новостей реальность информационных программ с точки зрения пространства должна охватывать наиболее широкий круг мест действия, подтверждая идею абсолютной проницаемости пространства, на практике она часто ограничивается не просто Москвой, но Садовым кольцом.

Вероятно, за счет малого числа новостей из регионов достигается баланс позитивных и негативных новостей в выпусках. В качестве позитивных мы оценивали как сообщения о радостных событиях, так и эмоционально нейтральные сообщения, повествующие об изменениях в сфере государственного управления, которые в перспективе могут улучшить жизнь россиян. Негативные события — это чрезвычайные происшествия, повлекшие жертвы и разрушения, скандалы, судебные заседания, в ходе которых акцент делается не на торжестве правосудия, а на проблемах пострадавших, неблагоприятные экономические или научные прогнозы и т.д. В качестве негативных мы оценивали и те сюжеты, где зло наказано, но они все равно оставляют у зрителей негативный осадок. То, что один высокопоставленный чиновник отдан под суд, не должно вызывать у зрителей радость. Ведь плохо

уже то, что у нас есть такие чиновники. Не должен радовать зрителя и сюжет о том, что под стражу взят глава религиозной секты. Показанные подробности с объяснениями сути преступления все равно вызывают у зрителей негативные эмоции.

Также мы не различали, где происходят позитивные или негативные события (в России или за ее пределами), так как географическая удаленность проблемной зоны не мешает зрителям переживать происшествие как негативное. В сознании современной аудитории очень сильны глобалистские ощущения, позволяющие воспринимать планету как маленький шарик, жители которого зависят друг от друга. В табл. 6 не учитывались новости, оценка которых зависит от индивидуального опыта зрителя (например, новость о закрытии рынка в «Лужниках»).

Таблица 6

Число позитивных и негативных сюжетов в выпусках новостей

Сюжет	4–8 октября 2010 г.			16–20 мая 2011 г.		
	«Россия»	«Первый канал»	НТВ	«Россия-1»	«Первый канал»	НТВ
Позитивные новости	21	42	16	12	24	18
Негативные новости	18	20	21	18	16	11

Результаты анализа позволяют говорить о том, что на «Первом канале» при определении повестки дня отдают предпочтение позитивным новостям, соотношение же позитивных и негативных новостей на канале «Россия — Россия-1» и НТВ зависит от конкретной ситуации и может меняться.

Разумеется, кроме представителей политической элиты в выпусках новостей мы видим и других героев. Чаще всего это те, кто должен поддержать решения власти от лица народа. Мы назовем их «группой поддержки» (табл. 7). Эта группа может быть поделена на две подгруппы: «выделенные персоны» (те, кого в кадре представляют с помощью субтитров и которые говорят от своего имени) и «невыделенные персоны» (те, кто действуют в кадре в интересах власти, могут быть опознаны по униформе, но их не на-

зывают по имени, или те, кто назван по имени, но высказывает не свое мнение, а озвучивает информацию от лица ведомства).

Таблица 7

**Группа поддержки — «выделенные персоны»
(число сюжетов)**

Группа	4–8 октября 2010 г.			16–20 мая 2011 г.		
	«Рос- сия»	«Первый канал»	НТВ	«Рос- сия-1»	«Первый канал»	НТВ
Учителя и врачи	7	8	5	2	14	3
Ученые и деятели культуры	16	25*	7	9	12	15
Бизнесмены	10	7	7	2	4	3

* Такие высокие показатели обусловлены тем, что в это время проходило объявление лауреатов Нобелевской премии, и в числе победителей оказались наши бывшие соотечественники А. Гейм и К. Новоселов.

Чаще всего зрителям показывают представителей традиционно уважаемых субкультур — учителей, врачей, ученых, деятелей культуры. Интеллигенция должна засвидетельствовать, что власть хорошо справляется со своими функциями. Бизнесмены, традиционно не слишком почитаемые массовым зрителем, появляются на экране реже и тоже, как правило, высказывают удовлетворение жизнью в стране.

Есть среди героев выпусков новостей группа, представители которой разговаривают в эфире редко (табл. 8). Это силовики, чьи действия чаще озвучивают работники прокуратуры или сами журналисты, и толпа (в данном случае мы говорим о толпе, которая поддерживает начинания лидеров).

Учителей мы видим либо тогда, когда они реализуют в классе на уроке какие-то инициативы Министерства образования (например, преподают русский язык в чеченской школе), либо получают награды из рук чиновников. Врачей мы тоже видим за работой (часто во время операции). Врачи в новостях подтверждают серьезность ранения пациента или проблемы в системе здравоохранения (юридические сложности при пересадке донорских органов, антисанитарные условия в давно не ремонтировавшихся больницах). Они демонстрируют работу новой, только что полученной отдаленными районами медицинской техники.

Таблица 8

**Группа поддержки — «невыведенные персоны»
(число сюжетов)**

Группа	4–8 октября 2010 г.			16–20 мая 2011 г.		
	«Рос- сия»	«Первый канал»	НТВ	«Рос- сия-1»	«Первый канал»	НТВ
Силовики	8	11	9	7	11	10
Работники прокуратуры	4	9	4	1	8	7
Поддер- живающая толпа	7	9	7	8	13	11

Силовики (военные, милиция-полиция, охранники, спасатели) всегда заняты делом. Они почти не дают комментариев, зато мы видим их при исполнении служебных обязанностей (в горячих точках и при чрезвычайных происшествиях, в суде и на посту в городе). Их деятельность практически всегда оценивается положительно. (За исключением тех случаев, когда идет акция по поиску «оборотней в погонах» или переподготовки милиции.) Изредка военных пытаются представить в качестве жертв плохой социальной политики: у них проблемы с жильем, семьи проживают в сложных условиях. Но при этом в роли «пострадавших» оказываются жены и дети военнослужащих, а не они сами. Создается ощущение, что самим силовикам нет дела до бытовых проблем, они целиком и полностью отдают себя делу служения и спасения: герои-летчики сажают самолет в тайге, спасатели снимают с крыш разрушенных зданий стариков и детей. Чтобы такая презентация силовиков не выглядела мифологизацией, изредка в выпусках новостей появляются истории о неуставных отношениях в армии и сообщения о наказаниях, которые понесли командиры, не предотвратившие это безобразие.

Толпа оказывает поддержку, как правило, молчаливо соглашаясь. Чаще всего толпа — это толпа слушающих выступления президента или премьера. Другой случай — толпа на улицах, являющаяся просто фоном размышлений журналистов. Значительно реже мы видим протестующую толпу.

Недовольство герои теленовостей высказывают преимущественно в том случае, если они лично пострадали в результате

какого-то происшествия. Поэтому мы назвали их «страдающими героями» (табл. 9). Это не представители организованных групп, они протестуют не против системы, а высказываются по поводу своих личных бед. Зрители чаще всего не знают их профессий и интересов, а только пол, приблизительный возраст, имя и место проживания. Если пенсионеры, студенты и дети могут быть расценены как представители субкультуры, то остальных, про которых мало что известно, мы назвали «рядовые граждане». Представители общественных организаций появляются в новостях крайне редко. На первой анализируемой неделе это были члены группы «Архнадзор», на второй — руководители организаций и фондов, помогающих больным и инвалидам. Они позиционировались как страдающие не за себя, а за общие ценности.

Таблица 9

«Страдающие персонажи» выпусков новостей (число сюжетов)

Группа	4–8 октября 2010 г.			16–20 мая 2011 г.		
	«Рос- сия»	«Первый канал»	НТВ	«Рос- сия-1»	«Первый канал»	НТВ
Пенсионеры	0	2	1	0	2	0
Студенты и дети	3	5	4	5	7	6
Рядовые граждане	12	20	12	6	13	10
Члены обществен- ных органи- заций	3	0	3	1	3	0

В роли «страдающих героев» могут оказаться и женщины, и мужчины. Какой-то определенной тенденции в этом мы не заметили. «Страдающие героини», так же как представители правящей элиты и «группы поддержки», декларируют приверженность традиционным ценностям, но одновременно в отличие от них демонстрируют усталость, социальную апатию и неготовность жертвовать своими интересами ради поддержания репутации власти. И все же все они вместе с властимушцами, которые демонстриру-

ют старание им помочь, подаются на трех федеральных телеканалах как единое целое, которое правомерно назвать «своими».

Сплоченному большинству «своих» противостоит очевидное меньшинство «чужих» (табл. 10). Они воспринимаются как «враги» и являются нарушителями спокойствия, установленного порядка (террористы, бандиты, преступники и протестующая толпа). Инакомыслящие, не поддерживающие начинания героев, те, кого можно было бы воспринимать не как «врагов», а как «других», практически не появляются в эфире.

Таблица 10

«Враги» в выпусках новостей (число сюжетов)

Группа	4–8 октября 2010 г.			16–20 мая 2011 г.		
	«Россия»	«Первый канал»	НТВ	Россия-1	«Первый канал»	НТВ
Уволенные чиновники (из-за взяток и по другим причинам)	3	1	1	3	6	4
Террористы	1	1	0	0	2	0
Преступники и подсудимые	1	5	8	1	6	2
Алкоголики и люди, нарушающие законы морали (например, прелюбодеи)	0	1	2	7	4	5
Протестующая толпа	1	1	0	3	3	2

Чиновники-взяточники позорят государство, пренебрегая миссией бескорыстного служения народу. Террористы убивают невинных людей из-за бессмысленных принципов (их идеология зрителям неизвестна, да и предстают террористы не как носители идеологии, а как люди, которые действовали под воздействием наркотиков). Преступники нарушают законы в погоне за деньгами (как В. Бут или хозяева сгоревшего клуба, которые пожалели

денег на соблюдение правил пожарной безопасности). Поскольку их жизнь остается за рамками кадра, зритель вынужден верить тем обвинениям, которые против них выдвинуты, не подвергая анализу решения карающих органов.

Протестующая толпа и вовсе преподносится как бессмысленная и беспощадная стихия. Но анализ эпизодов, где она участвует, достаточно интересен. Ведь иногда за протестом толпы можно разглядеть силу, готовую оказать противодействие власти и отстаивающую свои особые интересы. Будь то толпа футбольных фанатов, громящих трибуны, или толпа повстанцев, часто она становится видеорядом, под который журналист может рассказать те сведения, которые ему не решаются поведать в кадре оппозиционеры, опасаящиеся преследований. В отличие от безликой толпы соглашающихся толпа протестующих может быть смыслодержашей.

Еще интереснее рассмотреть истории тех, кто ничего противозаконного не совершил, но нарушает привычный образ жизни. На первой анализируемой неделе таких фигур было две. Одна из них — В. Петрик, оспаривающий решение Нобелевского комитета по присуждению премии А. Гейму и К. Новоселову. Внимание на эту скандальную историю обратил только канал НТВ. Одиозного ученого (или псевдоученого, как утверждает приглашенный эксперт из Академии наук) выслушивают, но не поддерживают. Напротив, журналист внимательно ищет в его речи неточности, а в поведении — странности. В результате зритель приходит к выводу, что перед ним очередной «городской сумасшедший».

Другой нетипичный герой, которого можно воспринять как «врага» общества и государства, — молодая женщина, подыскивающая усыновителей своему находящемуся в утробе ребенку. Поначалу зритель не воспринимает женщину как «врага», ему не понятна мотивация ее поступка. У нее уже есть дочь и сын, ее жизнь складывается сложно. Так что она, скорее, жертва обстоятельств, не типично реагирующая на испытания. (Типично было бы просто отдать «лишнего» ребенка в детский дом.) Женщина же не доверяет органам опеки и размещает объявление в Интернете, что оказывается поводом либо заподозрить ее в желании продать ребенка, либо в сумасшествии. «Судьями» бессовестной мамы становится журналистка местной газеты, чиновница из органов опеки и соседка. Первая затевает журналистское расследование, вторая призывает действовать по правилам, а соседка и вовсе об-

виняет женщину в пьянстве и поясняет, что та хочет избавиться от будущего ребенка, потому что рассталась с его отцом и уже вступила в отношения с другим мужчиной.

Этот частный случай, оказавшийся первым в выпуске новостей «Первого канала» (опередив сообщение о запуске ракеты «Булава» и об официальном визите Д. Медведева на Кипр), может быть воспринят только как повод продекларировать патернализм государственной власти. Женщина достойна особого осуждения (ведь не показывают же в новостях «Первого канала» обличительные сюжеты о каждой матери, отказавшейся от своего ребенка в роддоме или позже), потому что она не доверяет государству, а пытается решить судьбу своего будущего малыша сама (минуя органы опеки). Она не хочет воспользоваться льготами, предоставляемыми многодетным матерям (особенно матерям-одиночкам). Это, по-видимому, должно подтверждать ее скрытую оппозиционность, эгоизм, неготовность к самопожертвованию, нежелание быть приверженцем традиционных ценностей. А значит, она — «враг», подрывающий основы государства.

На второй из анализируемых недель в роли нарушителей морали предстают американка, коловшая маленькой дочери ботекс, режиссер Ларс фон Триер, заявивший во время пресс-конференции на фестивале в Каннах, что он в чем-то сочувствует Гитлеру, и католический священник, выступающий за отмену целибата. Все они — на самом деле не «враги», а «другие», которым консервативно настроенное общественное мнение (не только российское, но и мировое) не решается предоставить право быть непохожими на большинство.

Анализ выпусков новостей позволяет нам сделать вывод, что традиционное телевидение продолжает выполнять идеологическую миссию, настраивая своего зрителя на пассивность и патернализм. Новости, полные официальных отчетов об эффективности работы власти, поддерживаемой представителями интеллигенции, и опасностях, от которых эта власть зрителей оберегает с помощью силовиков, не оставляют населению пространства для проявления общественной инициативы.

Предлагаемая зрителю идеология — вполне традиционно имперская¹⁵. Она включает в себя приоритет общественных иде-

¹⁵ Яковенко И.Г. Российское государство: национальные интересы, границы, перспективы. М., 2008.

алов над интересами частной жизни, готовность гражданина (но не человека массы, а того, который делает административно-правительственную карьеру) к самопожертвованию и героизму, готовность к экспансии (распространению данной формы цивилизации на другие регионы) и особый интерес к тем регионам, на которые эта экспансия может быть направлена. Образцы всего этого мы не единожды встретили в проанализированных нами выпусках федеральных новостей. Зрителю предлагалось либо примкнуть к рядам творцов общества (например, вступив в партию власти и став чиновником низшего звена) и создавать империю, сообразуя свою жизнь с канонами, либо довериться людям, формирующим ядро культуры, веря в то, что они работают для блага масс и не остановятся до тех пор, пока весь окружающий мир не обретет облик совершенства.

Признающий этот идеал человек сохраняет за собой право разнообразить повседневную жизнь особыми деталями («инаковостью»), присущими той или иной субкультуре. Не признающий идеал становится «врагом», ведь имперская идеология именно так оценивает отступления от канона.

На основании данных контент-анализа мы можем говорить о том, что главными действующими лицами телевизионной реальности ежедневных итоговых программ новостей является глава государства, официальное лицо или представитель государства, решения которых реализуют государственные служащие (чиновники) и силовики. Такая «перенаселенность» телевизионной реальности представителями властной элиты свидетельствует о том, что в обществе оппозиция «мы — они» переживается как оппозиция «высших — низших». Однако это противоречит тому образу власти, который стремится создать сама власть. В целях коррекции впечатления в сюжеты новостей вводятся эксперты из «группы поддержки» в лице профессионалов различных областей. Они должны помочь зрителям идентифицировать себя с властью в качестве «своих», которые вместе должны противостоять «чужим», представляемым в качестве «врагов». Таким образом, основной конфликт в телевизионной реальности имеет характер состязания между «своими» и «чужими», где заведомо побеждают «свои».

Однако эти выводы не дают нам повода утверждать, что в телевизионной реальности трех ведущих федеральных каналов в целом доминирует конфликт между «своими» и «чужими», по-

скольку в программах разных форматов, выходящих на одном и том же канале, могут доминировать разные типы конфликтов «мы — они». Например, можно предположить, что в специальных репортажах и форматной документалистике, которые больше по хронометражу, в большей степени наследуют традиции документального кино и претендуют на глубокое осмысление реальности, палитра конфликтов более разнообразна. Для того чтобы подтвердить или опровергнуть это предположение, мы проанализировали несколько программ, выходящих на тех же трех федеральных телеканалах.

4.3. «Другие» в экранной реальности публицистических телепрограмм

Идеальный вариант диалога с «другим» на телевидении — хороший документальный фильм. Фильм, авторы которого спокойно, вдумчиво, методом длительного наблюдения изучают повседневную жизнь «другого», вслушиваются в его размышления. Увы, такое документальное кино не может являться основой контента современного телевидения, так как его производство плохо согласуется с законами форматной телеиндустрии. В качестве приемлемой альтернативы можно назвать особый вид специального репортажа, который принято называть «трип». В нем незнакомый зрителям, подчас экстремальный стиль жизни социальных групп, как правило, представителей субкультур, подается как бы изнутри. Наблюдая за жизнью антиглобалистов на марше, хакеров, футбольных фанатов, скинхедов, лимоновцев или хасидов, съемочная группа живет в их среде и снимает привычной камерой события. За время съемок участники перестают обращать на операторов внимание, что позволяет им запечатлеть детали, а журналисту и режиссеру потом смонтировать репортаж так, что личная жизнь, бытовая деятельность индивида и «большой мир» оказываются как бы вписаны друг в друга, реализуя эталон взаимоотношения телевидения и личности, описанный В. Михалковичем¹⁶.

В специальных репортажах осмысление конфликта «мы — они» в большей степени, чем в новостях, зависит от общественной позиции автора-журналиста. Авторское начало в специальном

¹⁶ Михалкович В.И. Очерки теории телевидения. М., 1996. С. 15.

репортаже выражено по сравнению с другими телевизионными формами максимально полно. Наиболее часто встречающиеся варианты репрезентации «другого»: «другой чужой», «другой враг», «другой низший», «другой высший», «другой равный». Кроме позиции автора-журналиста в интерпретации «другого» имеет значение и позиция зрителя-интерпретатора: разные группы зрителей могут оценить «другого» в специальном репортаже с позиций своей картины мира.

В большинстве же специальных репортажей позиция автора-журналиста по отношению к героям столь значительна, что именно он оказывается одним из главных действующих лиц оппозиции «мы — они». И если герои вызывают у автора-журналиста сочувствие и понимание, то так же начинает воспринимать их и зритель, а если нет — то и зритель причисляет их к группе «чужих». Чем выше уровень социальной терпимости у журналиста, тем больше шансов, что он сможет показать конфликт с позиций диалога. Так, журналист А. Лошак в своих специальных репортажах стремится к максимально безоценочной позиции автора, что должно позволить зрителям оценить «другого» так, как им будет угодно. В качестве иллюстрации мы проанализируем его специальный репортаж «Кыштымский карлик» (24 февраля 2007 г.).

История, ставшая поводом для репортажа, настолько фантастическая, что изначально ее трудно оценить как конфликт между «своими» и «чужими», еще труднее вычленив из этой истории хотя бы крупицу правды. Анонс на сайте выглядел так: «Впервые на НТВ — полная версия невероятной истории. Его назвали земным именем Алешенька. Таинственный найденыш из крошечного сибирского города. Одни поклоняются ему, как пришельцу. Другие считают жертвой бесчеловечного эксперимента Кто такой кыштымский карлик? Почему умирают те, кто видел его живым? И кто наживается на вере в маленького принца? Смотрите расследование Андрея Лошака “Кыштымский карлик”»¹⁷.

Очевидно, что в основе драматургии формульная история о чужих существах. «Чужое существо» — то ли гуманоид, то ли ребенок-уродец, названный Алешенькой, выступает катализатором конфликта, помогает всем остальным героям проявить себя. Поначалу кажется, что конфликт этот между «высшими» и «низши-

¹⁷ Официальный сайт телеканала НТВ: <<http://www.ntv.ru>>

ми». В роли последних выступают алкоголики, в среде которых и оказалось «чужое существо». Однако по ходу сюжета выясняется, что некоторые «низшие» (алкоголики) гораздо выше по своей способности к состраданию, чем «высшие» (официальные лица, призванные разобраться в этой истории). Оказывается, пьянство — это защитная реакция несчастных людей, вынужденных жить в нищете, без работы, в условиях экологической катастрофы, до которой довели регион еще советские власти. Их вера в «пришельца» — плод больного воображения, укорененного в мифологическом сознании, и тоски по кому-то, кто сможет изменить их жизнь. Один из героев-алкоголиков дает весьма трезвую оценку действительности: вот прилетел инопланетянин, хотел с землянами в контакт вступить, а тут ему я пьяный попался. Самокритичность «пьяненького» и его способность по-простому сформулировать суть дела, о котором можно говорить много красивых слов и ничего не сказать, отсылает зрителей телевизионного специального репортажа к глубинным пластам русской культуры, к традиции «маленького человека» в произведениях Ф.М. Достоевского.

Главные герои — традиционные для массовой культуры — следователь Бендлин и контактер Тамара (романтичная молодая дама, пишущая стихи и мечтающая о новом пришествии инопланетян). Но в телевизионной реальности специального репортажа они не укладываются в каноны формульных персонажей. Благородный сыщик, расследующий на свой страх и риск вопреки общественному мнению смерть Алешеньки, в конце концов отдает его тело сектантам, хотя и понимает, что они обычные аферисты. Тамара, на словах тоскующая о «звездном мальчике», преспокойно уезжает на заработки, зная, что беспомощный «пришелец» остался один в доме свекрови, которую отправили в психиатрическую больницу. Так по ходу сюжета зритель дважды меняет свое представление о героях. Сначала из «низших» они превращаются в его глазах в «своих», а потом из «своих» — в «чужих».

«Высшие» (в лице японских журналистов), представляющие цивилизованный по отношению к российской глубинке мир, тоже для зрителя «чужие» (и представители другой цивилизации, и охотники за деньгами). Ведь они мечтают перекупить мумию инопланетянина, чтобы снять сенсационный фильм. Еще более «чужими» выглядят российские сектанты-уфологи, забравшие мумию, чтобы сделать из нее амулет и повесить свой авторитет.

В итоге «своим» зритель может считать только самого автора-журналиста. Только он, беспристрастный и объективный, настоящий герой, тратящий силы на то, чтобы докопаться до правды. Такая расстановка сил — типичная ситуация для публицистических программ. Вопрос только в том, как этот «свой» воспринимает окружающих: как «врагов» или как «других». Если в описанном репортаже А. Лошака ни один из персонажей не предстает как «враг», то в большинстве других, аналогичных по форме передач одной из главных целей журналистов оказывается показ как можно большего числа врагов.

Примеры этого (канал НТВ) мы приводили, в разделе о треш-телевидении. Однако даже если подобные программы выходят на других каналах, все равно они интерпретируют реальность, как полную врагов. К этому вынуждает их формульный жанр детектива, черты которого имеет в своей драматургии специальный репортаж, снятый методом журналистского расследования. Главная задача специального репортажа — не просто показать событие, проблему или явление, а вскрыть *опасность*, которую они в себе таят. Для этого репортер выстраивает материал так, чтобы зритель на протяжении всего времени репортажа мог наблюдать за развитием *драмы*, участниками которой становятся простые люди, а виновниками те, кого можно назвать «врагами». При этом защитником от этих врагов оказывается уже не государство в лице чиновников (они и сами часто оказываются врагами), а журналисты.

В выпуске программы «Человек и закон» (7 октября 2010 г.), выходявшем на «Первом канале» одновременно с проанализированными в предыдущем разделе выпусками новостей, все персонажи четко делились на три группы: «своих высших» (спасителей), «чужих врагов» и «своих жертв». В каждом из четырех сюжетов программы к первой группе всегда относились милиция, следователи и журналисты, к врагам — воры, убийцы и слабохарактерные обыватели-пособники, а вот список жертв был весьма многообразен: от стариков-пенсионеров до адвокатов и священников. Зритель должен был ощутить, что каждый (в том числе и он сам) может оказаться в роли жертвы.

Любопытно, что создатели программы декларируют попытку вступить с «врагами» в диалог. Так, одной из сотрудниц офиса по продаже биодобавок (врагу из группы пособников), находящейся на больничной койке, дают слово. Она может оправдаться и ска-

зять, что не знала, что предлагаемый ею товар убивает стариков. В другом сюжете (о «банде санитаров») слово дают одному из главных подозреваемых, который убеждает зрителей, что он «нормальный», «честный пожилой человек», честно работающий санитаром с 1989 г. Однако все эти детали не меняют картины в целом: репортажи тиражируют стандартные мифы о реальности, где беспрерывно сражаются между собой гангстеры и полицейские, мифы, хорошо известные зрителям массового кинематографа.

Более разнообразна палитра «своих» и «чужих» в специальном репортаже рубрики «Профессия — репортер» (НТВ, 9 октября 2010 г.) «Свести счеты...». Этот репортаж — попытка увидеть за цифрами статистики сложные судьбы жителей российской глубинки. Это своеобразный собирательный портрет россиянина, старающегося выжить в сложных условиях. Разумеется, и в этот раз среди «своих» оказываются журналисты, но они уже не одиноки. Их единомышленники: глава сельсовета, пожилые жители деревни, одинокая женщина (типичная среднестатистическая россиянка), бывшие сотрудники ГИБДД, отсидевшие за фальсификацию протоколов, их жены, вынужденные в одиночку содержать семью, аналитики и экономисты и т.д. В общем все, кто не доволен тем, как работают чиновники в России. Впрочем, «чужие» — тоже не враги, а просто эгоисты, думающие только о себе и своем кармане: самогонщики, чиновницы, формально подходящие к работе, милиционеры, подставившие друзей, «сотни усталых женщин, каждый понедельник выходящие со счетчиками, чтобы определить рост цен» и др.

Этот репортаж — попытка посмотреть на мир глазами тех, кто в новостях предстал в качестве «рядовых граждан», права которых призвано защищать государство. Но слиться с этим «мы» журналисты не могут. Зритель постоянно ощущает дистанцию между «высшими» (из группы «своих»), журналистами и их единомышленниками: аналитиком, экономистом, иностранцем и «низшими» (из группы «своих») «среднестатистическими россиянами». Причем «высшие» (можно назвать их своеобразными «народниками») претендуют на то, что они лучше, чем чиновники, знают нужды простого человека, но равными с ними быть не хотят.

Ни в одном из описанных нами репортажей нет рассказа о «другом» как о «равном», но имеющем право на инакомыслие. Вероятно, это обусловлено сформировавшейся за годы советской

власти позицией по отношению к «другому», которая артикулируется в словах: «кто не с нами, тот против нас». Услышать настоящий диалог, основанный на желании понять «другого», а не переспорить его, сложно даже в передачах, имеющих в основе формата жанр дискуссии. Причем это отражается даже в названиях передач. Например, программа В. Соловьева называется «Поединок». Очевидно, поединок — это тоже форма разрешения конфликта, но он существенно отличается от диалога. В соответствии с названием передачи герои ее ощущают себя противниками, призванными победить, а не вести конструктивный диалог. То же самое зритель может наблюдать практически во всех ток-шоу, где драматургия такова, что развитие действия — стравливание оппонентов, а кульминацией становится скандал. Еще один яркий пример — «Школа злословия», где специфика драматургии, как и в «Поединке», определяется самим названием.

Лишь профессиональным интервьюерам в современном телевизионном эфире порой удастся выстроить диалог с «другим». Показательными в этом отношении могут быть некоторые выпуски программы «Познер». Однако и здесь речь о подлинном диалоге может вестись не во всех случаях. Название «Познер» дает понять зрителям, что доминировать будет все-таки позиция самого В. Познера. Это он, а не зрители, будет делить гостей его студии на «своих» и «чужих».

Чуть лучше ситуация в программах об иностранных «других». Путешествуя по разным странам, журналисты чаще всего действительно пытаются понять правила и ценности, которыми руководствуются «другие». Это отражается и в названии программ. «Их нравы» (НТВ) — нетипичная для современного отечественного телевидения попытка показать повседневную жизнь «других». Разумеется, при этом журналисты все равно интерпретируют реальность, но делают они это, исходя из задачи сделать «другого» понятнее для зрителей. Один из журналистов программы «Их нравы» в своей статье акцентирует внимание на том, как важна для их работы возможность свободно общаться с местным населением, его открытость, отсутствие предубеждений по отношению к чужакам с кинокамерой: «этот фактор можно назвать “этнопсихологическим”»: стремительно убегающее от объектива местное население или, наоборот, надвигающаяся на него агрессивная толпа — первый и самый верный признак провала съемоч-

ной экспедиции»¹⁸. «На сами обряды, если это только не специальный аттракцион для туристов, попасть очень сложно даже без камеры, а уж с нею — тем более. Аттракцион обнаружится быстро: любопытные туристы неизбежно попадут в кадр, да и вспышки фотоаппаратов выдадут присутствие посторонней публики, прошедшей на представление по билетам. А это уже “неаутентично” (этот термин от искусствоведов перешел к тележурналистам, для которых охота за аутентичностью стала притчей во языцех)»¹⁹.

Но если для «Их нравов» аутентичность интерпретированной телереальности — необходимый элемент формата, без которого не будет диалога с «другими», то для Дмитрия Крылова, автора «Непутевых заметок» («Первый канал»), туристы — не помеха. Он сам один из них, главное действующее лицо. Он «свой» среди «чужих», который старается сохранить свой образ жизни и свои ценности в любых условиях независимо от жизни «других». Михаил Кожухов («В поисках приключений», «Россия») тоже не столько пытается понять «других», сколько доказывает, что современный человек способен освоить любое экзотическое древнее ремесло за несколько минут.

И все же привычка оценивать заграничное как «чужое» и враждебное, как это было принято в СССР, уходит быстрее, чем привычка требовать единообразия и единомыслия от своих соотечественников. Показательным образцом того, как «чужой» (иностранец не только евро-атлантической, но и восточной культуры) осмысляется как «свой», можно считать цикл А. Архангельского «Библиотеки мира», показанный в 2004 г. на канале «Культура». В ней библиотечные работники и филологи из США, России, Китая и Египта, Франции предстают как «свои», да и посетители библиотек и книжных магазинов разных стран — тоже интерпретируются как «свои», несмотря на разницу в языке, привычках, укладе жизни. Все эти различия не скрываются автором, а, напротив, акцентируются. В кадре смакуются подробности повседневной жизни, столь разные в США, Китае и Египте. Нам показывают «других» как равных, достойных того, чтобы у них чему-то научиться. За всеми этими деталями зритель не замечает,

¹⁸ *Баландинский Н.* Географические проекты российского ТВ: кто есть кто, и что есть что. <<http://www.geografia.ru/npprogr.html>>

¹⁹ Там же.

что перестает воспринимать этих людей как «других». Они становятся «своими» только потому, что любят и ценят книги и библиотеку, которую А. Архангельский сравнивает то с храмом, то с бенедиктинским монастырем, называет ее «городом будущего» или «земным подобием рая», «оазисом интеллектуальной жизни» или «утопическим миром».

Такой подход, на наш взгляд, характерен для всех зрелищ, построенных на диалогическом конфликте. Противостояние между «мы» и «они», свойственное человеческому сообществу с первобытных времен, преодолевается только через нахождение общих ценностей, что в современную эпоху разнообразия идеологий и стилей жизни оказывается еще труднее, чем прежде, во времена религиозных войн и великих идеологий. Современный человек гораздо более расположен к тому, чтобы, не углубляясь в суть мировоззрения другого, вступить с ним в игровые отношения, которые определяются не взглядами на мир и ценностями, а общеизвестными правилами игры и игровыми ролями, которые являются упрощенным вариантом «социальной маски».

4.4. Игровые и геймеризационные телепрограммы как форма контакта «я — другой»

Одно из важнейших свойств телевидения — гибридизировать повседневное и праздничное. Человек, включающий телевизор, по мнению исследователей, впускает внешний мир в свой дом и одновременно начинает воспринимать его как зрелище, т.е. развлечение, а самого себя — как зрителя. Е. Чернокожева полагает, что развлечения, вторгаясь в пространство быта, создают для человека новую реальность²⁰. Соглашаясь с ней, Е. Дуков утверждает, что обыденные вещи, попадая в поле развлечения, «перестают быть самими собой, становятся игровыми метафорами». «Но метафоризация уже творческий акт, даже если материал метафор самый рутинный, такой, например, как элементарные предметы обихода. Развлечение парадоксально дистанцирует человека от его бытовой реальности и в символической форме подчас позволяет ее преодолевать, иногда в самых драматических ситуациях»²¹.

²⁰ Чернокожева Е. Развлечение и культура. София, 1987. С. 10—17.

²¹ Дуков Е. Концерт в истории западноевропейской культуры. М., 2003. С. 45.

Бытовая реальность, с которой сталкивается каждый телезритель, воспринимается им как упорядоченная. В противоположность ей неповседневное, развлекательное, приходящее с телеэкранов, должно быть неизвестным и неожиданным. Телевидение, вынужденное подтверждать свой статус неповседневного, показывает телезрителям то, что манит и пугает одновременно. Это еще один аргумент в пользу того, что все, показываемое телевидением, является развлечением, воздействующим не на разум, а на эмоции, вынужденным манить и пугать.

С другой стороны, сам процесс просмотра телевизионных программ становится для зрителей делом вполне рутинным, привычным. Телевизионное развлечение — развлечение повседневное, которое часто перестает восприниматься как таковое. Двойственность телевидения, его положение между повседневностью и неповседневностью, способность превращать одно в другое — природное свойство телевидения. Оно оказалось крайне востребованным современным обществом, увлеченным идеями постмодернизма. Превращение повседневности в игру, к которой призывают идеологи постмодернизма, во второй половине XX в. легче всего было осуществимо средствами телевидения. Сегодня многие отработанные тогда приемы используются для продолжения этой игры на более высоком уровне интерактивности с помощью новых совершенных коммуникационно-компьютерных интернет-технологий. Однако даже без свойственных новым средствам коммуникации интерактивных возможностей телевидению удалось предложить телезрителям разнообразную палитру игр, вошедших как структурный или сюжетообразующий элемент в программы различных жанров.

Разговоры о развлекательной доминанте современного российского телевидения ведутся уже достаточно давно, однако определение понятия развлекательного телевидения пытались дать немногие. В классификаторе телепродукции, разработанном Медиакомитетом для нужд индустрии, развлекательной считается программа, «предназначенная в первую очередь для отдыха, направленная на доставление удовольствия и/или эстетического наслаждения»²². В целом с этим определением трудно не согла-

²² Методика по практическому применению и использованию «Единых требований (классификатора) к системам фиксации и расшифровки факта выхода в эфир телепродукции». М., 2008. С. 44.

ситься, однако в частностях оно вызывает ряд вопросов. Прежде всего, телевизионную программу практически всегда смотрят в процессе отдыха. Исключением, возможно, могут считаться информационные программы мобильного телевидения, дающие информацию о пробках на дорогах или стихийных бедствиях. Даже просмотр телевизионных новостей сегодня — вид отдыха. Просмотр всего, что попадает на телевизионный экран и через него входит в нашу повседневную жизнь (новости в стране и в мире, спортивные соревнования, документальные фильмы и проч.), воспринимается зрителем как вариант отдыха.

Таким образом, все телевизионные программы в той или иной мере развлекательные. Особенно если рассматривать развлечение как «особый вид целевой коммуникации»: «Развлекаясь, некто присваивает себе опыт и профессиональную квалификацию Другого с целью удовлетворения индивидуальных желаний и пристрастий, которые вовсе не считает для себя витально необходимыми, а скорее склонен рассматривать как приятное дополнение и украшение собственной жизни»²³. Все телепрограммы предлагают зрителям опыт и профессиональную квалификацию Другого (или «других» — героев, режиссеров, журналистов и т.д.). А потребность в просмотре телепрограмм не является витально необходимой.

С позицией А.В. Захарова согласуется и определение, данное развлекательным телепрограммам в диссертации С. Акинфиевым. По его мнению, развлекательные программы — это «те программы, которые без специальной предварительной подготовки позволяют любому зрителю снять напряжение, получить удовольствие, позволяют ему отдохнуть, эмоционально (как правило, позитивно) осмыслить происходящее вокруг него. Развлекательные программы — это программы, которыми человек заполняет свое свободное время, не имея на то жизненной необходимости, причем основными их признаками является сочетание юмора, азарта, легкости, получения удовольствия, наслаждения, эмоционального комфорта и снятие напряжения»²⁴.

Начало этого определения имеет отношение ко всему телевизионному контенту, а вот его конец позволяет взглянуть на фе-

²³ Захаров А.В. От Homo Ludens к Homo Entertaining: социальная антропология развлечений // Развлечение и искусство. СПб., 2008. С. 34.

²⁴ Акинфиев С. Жанрово-тематическая структура современного российского развлекательного телевидения. Дисс. ... канд. филол. наук. М., 2008.

номен телевизионного развлечения с другой стороны. Действительно, его основными признаками являются «сочетание юмора, азарта, легкости, получения удовольствия, наслаждения, эмоционального комфорта и снятие напряжения». Исходя из этого, развлекательные телепрограммы — это те программы, главной задачей которых является воздействие на эмоции как можно более широкой аудитории с целью доставить удовольствие, снять напряжение, увести от проблем повседневности (эскапизм). Этот подход обуславливает и доминирующий тип конфликта «мы — они» в подобных программах. Если речь идет о передачах «сферы фиктивного» (вымышленные персонажи в вымышленных обстоятельствах) и «сферы игрового» (реальные люди в вымышленных, искусственно созданных обстоятельствах), то конфликт «мы — они» разворачивается в форме игры, где участникам и зрителям хорошо известны правила действия и поведения архетипических персонажей (как и в комедии дель арте, они не могут измениться по ходу развития сюжета до неузнаваемости).

Через игровое развитие актуальных для общества конфликтов достигается не только развлекательный, но и психотерапевтический эффект. Этим, в частности, объясняется популярность телевизионных сериалов, ток-шоу и реалити-шоу. Моделируя как типичные бытовые ситуации, так и общественные страхи, они не только предлагают приемлемые правила поведения и поддерживают общественные стереотипы, но и помогают по-новому взглянуть на «другого», подчас избавляясь от однозначной трактовки «другого» как «врага».

Так, например, вечерние ток-шоу всех трех анализируемых нами каналов — «НТВшники» (НТВ), «Пусть говорят» («Первый канал»), «Прямой эфир» («Россия-1») — активно используют в качестве драматургического стержня вовсе не диалогический конфликт (в то, что ток-шоу может способствовать общественному диалогу, в России перестали верить уже давно), а чаще всего конфликт-состояние. Как программа, «НТВшники» изначально строится на том, что важнейшими персонажами ток-шоу становится группа «своих» — нынешних и иногда бывших журналистов НТВ, впитавших в 1990-е годы, с одной стороны, ценности демократического общества, а с другой — лишенный сентиментальности прагматизм современных креативных индустрий. «НТВшники» — напористы и безапелляционны, они задают го-

стям подчеркнуто жесткие вопросы и делают на основании полученных ответов весьма спорные выводы. В выпуске от 8 октября 2010 г., который назывался «ЗаМКАДыши», речь шла об отношении жителей провинции к москвичам, а москвичей — к тем, кто приезжает завоевывать Москву. Уже само название выпуска должно было провоцировать жесткое противопоставление «своих» и «чужих» (тех, кто живет внутри московской кольцевой автодороги, и тех, кто обитает за ее пределами). Несколько оскорбительное наименование «заМКАДыши», казалось бы, сразу должно было оскорбить аудиторию, большая часть которой живет за пределами МКАД. При такой формулировке темы москвичи оказывались «высшими», а провинциалы «низшими». Однако по ходу ток-шоу выяснялось, журналисты готовы изменить расстановку сил и позиционировать себя в качестве «своих» именно по отношению к жителям страны, а вовсе не к москвичам, которые в некоторых выступлениях предстают как «враги» для основной массы телезрителей и даже для ряда «НТВшников».

Провокация враждебности — один из любимых приемов отечественного ток-шоу. Число скандалов, происходящих в эфире ток-шоу А. Малахова «Пусть говорят», зрители и критики уже и не считают. Скандал на записи ток-шоу считается удачей творческого коллектива, гарантирующей высокий рейтинг. Но не только скандал способен привлечь внимание аудитории. В те же дни, когда выходили проанализированные нами выше выпуски новостей, на «Первом канале» в ток-шоу «Пусть говорят» Андрей Малахов обсуждал с героями десятилетний юбилей группы «ВИА Гра», демонстрируя аудитории длинноногих красавиц, принадлежащих к группе «высших» — звезд российской эстрады. Одной из главных тем для обсуждения становится вопрос: так ли хороши девушки от природы или их красота — заслуга пластической хирургии? Пикантные детали музыкальной карьеры должны сохранять у зрительниц надежду, что чудеса медицины скоро позволят и им самим обзавестись идеальными формами, выделиться из толпы и стать «высшими».

Впрочем, вопрос о том, так ли хорошо живется «высшим», не всегда решается в их пользу. В выпусках «Пусть говорят» от 4 и 5 октября 2010 г. прилюдно обсуждался конфликт вокруг наследства Натальи Дуровой, одной из последних представительниц знаменитой цирковой династии Дуровых. Семейные сплетни и

скандалы должны разочаровать зрителей ток-шоу и решить конфликт между «высшими» и «низшими» в пользу «низших» (хотя и не имущих, но сохраняющих достоинство в отличие от корыстных представителей элиты).

Ток-шоу канала «Россия-1» «Прямой эфир» тоже базируется свои выпуски на столкновении интересов разных сторон, задействованных в конфликте. Но, как подчеркивает название, для создателей программы важнее всего то, что скандалы эти разворачиваются в прямом эфире. Так что зритель, как на спортивном соревновании, может «болеть» за того или другого участника социального состязания. Впрочем, как бы ни развивался конфликт, какие бы темы ни поднимались, в роли «высших» всегда оказывается ведущий и его гости (звезды эстрады или политики). Причем «высшие» могут быть «своими» и «чужими», но они всегда остаются «высшими». А зрители в студии чаще всего оказываются в роли «низших», которым отведена роль статистов или чудаков. Зритель вряд ли получит удовольствие, идентифицируя себя с ними. Скорее, он будет развлечен чувством собственного превосходства над теми, кто так глупо и некрасиво ведет себя перед телекамерами. В глубине души он никогда не забывает о том, что ток-шоу — это своего рода игра, и часть героев в нем — статисты, которым отведена та или иная роль. Так что и конфликт-соревнование в ток-шоу, принадлежащем к сфере фиктивного или сфере игрового, не совсем настоящий конфликт, а игра в конфликт.

Разумеется, развлекающий зрителя геймеризационный конфликт отнюдь не всегда так примитивен, как это часто бывает в ток-шоу. Гораздо интереснее другие варианты, когда зритель вовлекается в игру по-настоящему, начиная ощущать ее частью своей собственной жизни. Такое воздействие могут оказывать даже программы из сферы фиктивного, когда аудитория точно знает, что наблюдает за вымышленными героями в вымышленных обстоятельствах. Пример этого — знаменитый американский телесериал «Lost», стартовавший на канале Эй-би-си осенью 2004 г. («Затерянные», в нашем эфире прошел под названием «Остаться в живых»), который впоследствии был продан 180 странам, собрал множество премий в разных номинациях и назван лучшей телевизионной драмой последних лет.

Просмотр сериала для многих зрителей превратился в своеобразный массовый сеанс психотерапии, избавляющий от одного

из сильнейших страхов современного общества — страха техногенных катастроф. Теоретическое обоснование этот страх получает в концепции общества риска²⁵. Одним из важнейших тезисов концепции становится утверждение, что в современном мире риск стал не столько природным, сколько «рукотворным» фактором существования людей. Он является своеобразной платой за комфорт, технический прогресс и эмансипацию от природы. И человечество вынуждено отказаться от привычного деления на «своих» и «чужих», поскольку техногенная катастрофа на периферии захватывает весь мир. В качестве примера У. Бек, в частности, рассматривает аварию на Чернобыльской атомной станции: «Чернобыль — это конец “других”, конец всех наших строго культивирувавшихся возможностей дистанцирования друг от друга...»²⁶.

Кошмары глобальных техногенных катастроф преследовали западный, в частности американский, массовый кинематограф на протяжении всей второй половины XX в. Чем совершеннее становились спецэффекты, тем более впечатляющими были сцены извержений вулканов и цунами, спровоцированные ядерными испытаниями, тем ужаснее были всевозможные монстры — плоды неудачных экспериментов ученых. Нет никакого смысла перечислять здесь эти фильмы. Любой интернет-сайт, посвященный кино, по запросу на «фильм-катастрофу» выдает длинный список новинок, сделанных в этом жанре, а также произведений, уже ставших классикой (таких как «Незабываемая ночь» (1958 г.) Великобритания или более свежая киноверсия того же события «Титаник» (1997 г.) или легендарный фильм «Годзилла» (1954, 1998 гг.)). Собственно, страх перед плодами рук человеческих начал беспокоить еще писателей романтиков, но по мере движения к XX в. характер этого страха и его место в художественной культуре существенно изменились.

На рубеже XX—XXI вв. Запад впервые осознал тот факт, что «основой всеобщей унификации может стать риск»²⁷. На волне этого осознания, на наш взгляд, и родился американский телесериал, который побил все рекорды популярности. На первый взгляд идея его не сложна и не нова: пассажиры самолета, попав-

²⁵ Бек У. Общество риска. На пути к другому модерну. М., 2000.

²⁶ Там же. С. 5.

²⁷ Мальковская И.А. Многоликий Янус открытого общества: опыт критического осмысления ликов общества в эпоху глобализации. М., 2005. С. 162.

шего в авиакатастрофу, оказываются на острове, затерянном в Тихом океане. Они вынуждены бороться за выживание и приспосабливаться друг к другу.

С точки зрения жанра это классический фильм-катастрофа, включающий в себя и элементы приключения, фантастики, мелодрамы и др.

Главное, что, по мнению критиков, отличает «Lost» от многочисленных предшественников, — это непредсказуемость поворотов сюжета (фильм называют сериалом-головоломкой, сериалом-загадкой) и тонкое проникновение в психологию героев, что вовсе нетипично для жанрового искусства. Но, на наш взгляд, «Lost» — гигантская метафора современности, а еще точнее, кинематографическая иллюстрация современных социальных теорий. Если взглянуть на сюжет фильма с этих позиций, то получится следующая картина. Остров — это модель мира. С одной стороны, он девственно нецивилизован, с другой — буквально нашпигован загадочными бункерами, оборудованными современной (компьютеры) и не очень (пневмопочта) техникой не вполне понятного назначения. Затерянный среди необъятных океанских просторов остров — та самая «периферийная окраина вестернизированной ойкумены»²⁸, о которой говорят социологи, размышляя о специфике «общества риска». Именно она становится той зоной, на которую в индустриальный период развития общества были вытеснены из «центра» все опасные технологические объекты, и откуда теперь плоды цивилизации грозят миру. Именно эти научные лаборатории, все еще таящие в себе опасность, находят заброшенные на остров в результате авиакатастрофы герои. Однако это не единственная угроза, перед лицом которой оказываются персонажи. Остров — средоточие практически всех страхов, преследующих человечество в разные периоды его истории. Он населен чудовищами (монстрами, белыми медведями и т.д.), по его территории спокойно разгуливают привидения. Но и это не все. Очень скоро выясняется, что вполне современные и цивилизованные люди, летевшие через океан на злополучном лайнере, должны «примерить на себя» жизнь древних племен, вынужденных вступать в коммуникативные отношения с природой и с «соседями», которые традиционно воспринимались как «другие», «чужие», «воплощение вредоносного колдовства, смерти»²⁹.

²⁸ Мальковская И.А. Указ. соч. С. 159.

²⁹ Поршнев Б.Ф. Социальная психология и история. М., 1966. С. 97.

Игры вокруг оппозиции «свои — чужие», когда каждый из героев и «свой» и «чужой» одновременно (тот самый конец «других», о котором говорил У. Бек), осознаются зрителем не сразу. Поначалу кажется, что обитатели острова оказываются разделенными на два «племени»: «свои» — вроде бы обычные, легко узнаваемые люди, жертвы авиакатастрофы и «чужие» — загадочные и опасные. Однако каждый из «своих», как выясняется по ходу сюжета, в жизни сделал что-то такое, за что он должен расплачиваться: совершил убийство или подлый поступок. У каждого свой «скелет в шкафу». «Чужие» — группа людей, происхождение и цель которых пока неизвестны (съемки и показ сериала на данный момент не закончены). Можно только гадать, кто они: такие же жертвы давней катастрофы, переодетые психологи или работники спецслужб или, может быть, «подсадные утки» — участники съемок реалити-шоу. По некоторым предположениям, это «жертвы эксперимента», которые уже перестали быть обычными людьми, «переродились» и теперь сами не хотят покидать этот странный остров.

Поначалу их отношения складываются по законам классического вестерна. С точки зрения героев, на острове законов нет, и им самим предстоит навести на нем такой порядок, который их бы устраивал. Главным апологетом традиционной для массового кинематографа американизированной, вестернизированной западной культуры становится доктор Джек Шепарт. В начале жизни на острове он выполняет «функцию “демократического воспитания” человечества»³⁰, осуществляемого в современном мире США. Однако очень скоро выясняется, что большинство героев вовсе не готово продолжать соблюдать предлагаемые законы. Оказавшись в «зоне риска», они предпочитают демократии анархию, как механизм самоорганизации общества более отвечающий сложившейся ситуации. К тому же и сам остров — один из главных действующих лиц — вовсе не поощряет демократические ценности, раз за разом ставя на место и доктора-рейнджера, и всех других, кто не готов пересмотреть свои взгляды на жизнь.

На острове собрались представители всех типов персонажей массовой культуры второй половины XX в. Сколько раз зрители видели на кино- и телеэкранах Джеков — мужественных, решительных, но вместе с тем ранимых и склонных к рефлексии вра-

³⁰ Мальковская И.А. Указ. соч. С. 162.

чей (полицейских, спасателей, ученых, журналистов и т.д. — профессия может меняться в зависимости от сюжета, но оставаться «социально значимой»), берущих на себя ответственность за спасение человечества от страшной катастрофы. Сколько перед глазами зрителей прошло женщин-полицейских (Анна Люсия), брошенных любовниками молоденьких девушек, ищущих способов избавиться от нежеланного ребенка и оправдывающих свой страх ответственности желанием обеспечить ребенку достойную жизнь в семье чужих людей (Клэр), бандитов, стремящихся в монахи или священники (Эко), наркоманов-музыкантов, севших на иглу «случайно», спасая от наркотической зависимости брата или друга (Чарли), закомплексованных толстяков, мечтающих о подвигах, славе и любви (Херли), воинов за «свободу» своей или чужой страны, со сломанной судьбой и психикой (Саид), очаровательных и искренних «преступниц поневоле» (Кейт), «зрелых мужчин», принадлежащих к «уходящей культуре», способных многому научить молодых (Джон Локк). Всеми ими полна продукция «фабрик грез» США и Европы. Они же, слегка адаптировавшись к нашим реалиям, оказались героями постсоветского большого кино и телесериалов. Те же герои-милиционеры, женщины-снайперы, «золушки», роковые женщины — все они стали архетипами современной массовой культуры, они не образы, а застывшие маски, обозначающие социальные роли и психологические типы. Они узнаваемы с первого взгляда и, на первый взгляд, предсказуемы.

Но в условиях острова они достаточно быстро выходят за рамки стандартных реакций и поступков, предписанных им законами массовой культуры. Оказывается, архетипы могут ожить, а их характеры заиграть доселе неведомыми гранями. И вот уже телезрители разных стран снова влюбляются в поднадоевших героев голливудских фильмов, потому что они, благодаря гибридизации, оказываются непредсказуемыми. Поиски взаимопонимания и пути превращения в единую команду (т.е. поиск путей для понимания «другого») — и есть главная тема сериала. На наших глазах на острове происходит процесс «социальной унификации» перед лицом постоянного риска и страха. Чем больше «внешних врагов» окружает героев, тем дружнее и сплоченнее становятся островитяне. Разделяют же их враги внутренние — их собственные «видения» (умершие родственники, сны, «двойники», ангелы и демоны). Как только кому-то из героев начинает что-то «чудить-

ся», он сразу уходит в оппозицию к остальным. Например, Джек (врач и лидер), позабыв о том, что он должен оказывать помощь больным, гоняется по джунглям за призраком отца. А Херли, его «друг-искуситель», предлагает броситься в море со скалы, сообщая, что все происходящее на острове — это всего лишь кошмарный сон, и падение вернет его в реальную жизнь.

Множество параллельных сюжетных линий позволяют авторам добиться органичного синтеза жанров «мелодрамы», «приключения», «любовной истории», «тайны» и повествования о «чужих существах или состояниях». В сюжете сериала задействованы в разных пропорциях практически все известные культурологам литературные и кинематографические «формулы». В результате оказывается, что телесериал «Остаться в живых» — удивительный синтез «формульного» масскультовского текста (детища процессов глобализации в культуре) и социокультурного подтекста, превращающего продукт телевизионной индустрии, сделанный по всем законам рынка, в фильм-утопию и антиутопию, создающую такую интерпретированную телевизионную реальность, которая позволяет зрителям переосмысливать реальность эмпирическую.

Подобные тексты, провоцирующие читателя на размышления и поиск новых смыслов Дж. Фиске называет «активированными», т.е. несущими определенный заряд, который должен перейти аудитории. Он утверждает, что в «реалистичной» программе (новости, особенно спортивные, документальные фильмы), содержащей фактологическую информацию, у зрителей практически отсутствует пространство для развития дополнительных смыслов. А чем более программа «полисемична», чем менее в ней заложено изначальных, первичных смыслов, тем шире простор для зрительской «фантазии». Таким образом, такой текст можно назвать «активированным», содержащим смысловой заряд, который подтолкнет аудиторию домысливать значения. Дж. Фиске в монографии «Телевизионная культура» вводит специальный термин для данного типа телевизионных передач и называет их «продюсерскими»³¹ (producerly). Ведь чем острее конфликт в передаче, тем большему числу зрителей она потенциально интересна. Возможен даже перевод этого термина как «коммерческий».

Однако наиболее полно реализуют потенциал полисемичности не собственно игровые программы из сферы фиктивного

³¹ Fiske J. *Television Culture*. L.; N.Y.: Routledge, 1987.

или игрового, а передачи, создающие иллюзию своей причастности к «сфере реального», но содержащие в своей драматургии элемент игры. Они предлагают зрителям иной тип конфликта, который мы назвали геймеризационным. Вовлекая зрителей в игру, делая их соучастниками или наблюдателями-болельщиками (в том числе в словесную ироническую игру, свойственную культуре постмодернизма), авторы этих программ заставляют аудиторию пересматривать традиционные ценности и стереотипы. Эту способность современное развлечение унаследовало из древних праздников, важным содержанием которых было перевертывание «верха и низа», которое так подробно описывает М. Бахтин³², размышляя о средневековой карнавальной традиции, снимавшей на время социальные запреты и дававшей психологический выход подавленным желаниям.

Дух игры, проникая и в телевизионные новости, и в специальные репортажи и очерки, и в научно-популярные фильмы, «активирует» заложенные в них смыслы. Зрители многих программ просто не имеют возможности понять, где заканчивается расследование и начинается реконструкция с элементами игры, а научный эксперимент подменяется игровой имитацией эксперимента. В документальном цикле «на равных» выступают ученый-эксперт и актер, изображающий, например, ученого в телесериале. Классифицировать такие телевизионные проекты, как «Плесень» («Первый канал», 2008), научные детективы Павла Лобкова «Гены против нас» (2009), «Формула любви» (2010) и другие (НТВ), очень трудно. Они не укладываются в рамки журналистского расследования, но и не являются просто игрой. Например, проект «Водка. История всероссийского застолья» (НТВ, 2010) — не дискуссия, не совсем ток-шоу, больше, чем просто расследование, он содержит в себе элементы сайнстейнмента и инсценировки.

Однако если взглянуть на такие гибридные проекты с точки зрения того, какую картину мира они предлагают зрителям и какой тип конфликта «мы — они» определяет специфику интерпретированной реальности этих программ, можно выявить, к какому историческому типу зрелищ они тяготеют и какое воздействие на общество могут оказывать. Главное, что такого рода телевизионные развлечения балансируют на грани профанного и

³² Бахтин М.М. Творчество Франсуа Рабле и народная культура Средневековья и Ренессанса. М., 1990.

сакрального (под сакральным мы в данном случае понимаем не только то, что относится к религиозному культу, но обрядовое, ритуальное). Кроме ритуального аспекта, понятие сакрального имеет и ценностный аспект. Сакральное — все то, что относится к поклонению особо ценным идеалам. Такими идеалами для советского общества (помимо идей марксизма-ленинизма) были наука (она была противопоставлена религии, удовлетворяла интеллектуальные потребности и давала ответы на все мировоззренческие вопросы), культура (она должна была удовлетворять душевные и духовные потребности) и спорт (на его долю оставались потребности игровые и военные). Наука, культура и спорт в СССР были практически святы и призваны формировать лицо государства. Достижения в этих областях идеологи представляли как заслугу советской власти. Естественно, социокультурный кризис 1990-х сильнее всего ударил именно по этим сферам. Видимо, следствием этих процессов стало то, что все, входившее в советское время в сферу сакрального, стало восприниматься с иронией и приобрело развлекательный оттенок. В первую очередь с иронией начала восприниматься телевизионная информация. Тогда же в сферу телевизионных развлечений была втянута академическая культура. Этот процесс начали еще журналисты «Взгляда», «До и после полуночи», «Матадора», «Тихого дома» (Ленинградское телевидение) и другие, а продолжили тот же Л. Парфенов, А. Гордон («Собрание заблуждений», ОРТ), А. Варгафтик («Партитуры не горят», канал «Культура») и т.д. А также контркультура, заменявшая в СССР иные демократические формы проявления гражданского общества и периодами подвергавшаяся преследованиям³³.

В конце 1980 — начале 1990-х русский рок, еще не ставший частью шоу-бизнеса и сохранявший свои политические амбиции, выплеснулся на телеэкраны не только в клипах и концертах, но и в разговорно-развлекательных шоу. Одним из самых ярких из них был «Музыкальный ринг» Владимира и Тамары Максимовых. Именно в этой передаче, шедшей по Ленинградскому телевидению, появились перед широкой аудиторией рок-музыканты Борис Гребенщиков, Андрей Макаревич, Александр Барыкин, Жанна Агузарова. Среди участников «Музыкального ринга» в 1980-х годах были группы «Аквариум», «Браво», «Секрет», «Звуки Му», «Поп-механика» Сергея Курехина и др. В программе музыканты не толь-

³³ Троицкий А. Back in the USSR (Назад в СССР). СПб., 2007.

ко исполняли свои произведения, но и отвечали в прямом эфире на острые художественные и политические вопросы.

Вслед за культурой в обиход развлечений попала история. Достоянием жаждущей эмоций публики стали программы, в которых аттракционы вытаскивались из «грязного белья» знаменитостей прошлого: артистов, революционеров, ученых, правителей. В этой сфере (гибрид культуры, истории и развлечений) преуспели Э. Радзинский и В. Вульф, а такие авторские коллективы каналов ОРТ (позже «Первого канала») и «России», которые с начала 2000-х годов смонтировали километры пленки, создавая продукт, который выше мы определили как форматная документалистика. Развитием этой тенденции стали документальные и постановочные телесериалы о жизни советских звезд экрана, например, «Звезда эпохи» (Ю. Кара, 2005), рассказывающие преимущественно о любви (цикл документальных фильмов «Больше чем любовь» телеканал «Культура», с 2006 г.).

Следующим объектом внимания индустрии развлечений, в частности телевизионных развлечений, стал большой спорт. В СССР спорт был частью государственной политики, хотя и подвергался тотальному руководству³⁴. Спортивные зрелища тогда выполняли функцию предохранительного клапана, компенсируя неудовлетворенность людей их обыденной жизнью. В перестроечные годы эта функция сохранилась, только став частью шоу-бизнеса, спортивные зрелища еще и приносили неплохой доход частным промоутерам. Тогда столичная публика впервые познакомилась с показательными боями в боксе и борьбе, с соревнованиями по бодибилдингу и эротическим ледовым ревью и т.п.

В начале 1990-х спорт на телевидении продолжал существовать преимущественно в тех же формах, что и в СССР. Трансляции соревнований (футбольных, хоккейных, по фигурному катанию) мало чем отличались от тех, что проходили в 1980-е годы, разве что увеличилось число трансляций из-за рубежа. Появились новые комментаторы (В. Гусев, В. Уткин, Г. Черданцев и др.), стиль которых отличался от стиля советских комментаторов. Они были более эмоциональны, сообщали зрителям больше подробностей из личной жизни спортсменов, больше закулисных сплетен и интриг. Спортивные команды становились участниками рекламных

³⁴ Эдельман Р. Серьезная забава. История зрелищного спорта в СССР. М., 2008. С. 355.

акций (в частности, реклама АО «МММ» С. Мавроди на Чемпионате мира 1994 г. с Леней Голубковым и слоганом: «Мы болеем за наш футбол! МММ» или выпуск напитка под названием «Спартак-кола» в конце 1990-х).

Пока спортивные менеджеры осваивали тонкости использования «клубных брендов» в большом бизнесе, сами спортсмены все чаще становились героями светской хроники. Этому, в частности, способствовали спортивные комментаторы, обращавшие на сплетни не меньше внимания, чем на спортивные достижения. В этой сфере продолжали лидировать, как и в СССР, футболисты, хоккеисты и фигуристы, имена и подробности из личной жизни которых обсуждала вся страна (например, переход пары фигуристов И. Роднина — А. Зайцев от тренера С. Жука к Т. Тарасовой в 1974 г.). Только в СССР обсуждения шли на уровне сплетен и анекдотов, а в новой России они стали главной темой светской хроники. В фоторепортажах глянцевого журналов с модных вечеринок наряду с лицами актеров и бизнесменов замелькали лица спортсменов. А провалы на соревнованиях часто объяснялись несоблюдением спортивного режима (трудно его соблюдать, ведя светскую жизнь). Все эти изменения плавно подготовили появление на отечественном телевидении ледовых шоу, участниками которых были звезды спорта и эстрады, кино и телевидения. Участниками проекта «Звезды на льду» («Первый канал», 2006) стали олимпийские чемпионы по фигурному катанию Т. Навка, Р. Костомаров, А. Сихарулидзе, М. Маринин, Е. Бережная, А. Ягудин, чемпионка по синхронному плаванию М. Киселева (уже успевшая прославиться как ведущая телеигры «Слабое звено») и чемпионка по художественной гимнастике Ю. Барсукова. Ведущими передачи были двукратная чемпионка мира И. Слуцкая и олимпийский чемпион Е. Плющенко. Тренером пар и продюсером программы был чемпион мира И. Авербух, а председателем жюри — знаменитый тренер по фигурному катанию Т. Тарасова.

Этот и последовавшие за ним аналогичные проекты показали, что спортсмены и артисты легко берут на себя роль телевизионных ведущих и журналистов, а журналисты и ведущие выпусков новостей примеряют на себя профессию спортсмена и актера. Результаты такой гибридации вполне удовлетворяют зрителей, хотя и выглядят как самодеятельность. Но это, видимо, и хорошо, поскольку наблюдение за профессионалом может обострить

у зрителей чувство неполноценности, а эти передачи создают иллюзию, что в любом возрасте можно встать на коньки и стать фигуристом.

Попадая в поле массовой культуры, ценности всех «сакральных» областей традиционной культуры подвергаются трансформации. Главным в спорте становятся не упорные тренировки и стремление к победе («Быстрее, выше, сильнее!» — девиз Олимпийских игр), а богатство и красивая фигура. В культуре — не исполнительская техника, а зрелищность концерта или провокационность художественной выставки.

Наука, одной из последних вошедшая в мир телевизионных развлечений под именем сайнстейнмент, привлекает не значительностью того или иного открытия, а возможностью опровергнуть сложившиеся стереотипы восприятия реальности. Зачем нужен простому человеку графен, создатели которого получили в 2010 г. Нобелевскую премию по физике, пока не очень понятно. А вот опыты В. Скулачева по созданию «таблетки от старости» позволяют говорить о том, что ученому удалось «обмануть природу», а заодно и раздуть скандал из того, что западные ученые из авторитетного научного журнала Nature якобы «статью Скулачева не приняли как фантастическую» («Таблетка от старости — реальность?», «Сегодня», НТВ, 15 ноября 2008 г.).

Потенциал науки как темы для произведений массовой культуры не только в пограничном положении науки и фантастики, физики и метафизики, но еще и в приключенческой фабуле научного исследования, зрелищности целого ряда научных экспериментов, не только приносящих пользу, но и удовлетворяющих естественное любопытство. Визуальный потенциал научных опытов использовался на советском телевидении в научно-популярных фильмах и продолжает использоваться в программах сайнстейнмента («Галилео», СТС; «Мозголомы», Рен-ТВ)³⁵. Но если в научно-популярном кино главным был рассказ о каком-то научном достижении или открытии, то «Галилео», например, больше внимания уделяет объяснению привычных вещей, о которых не принято задумываться, но которые таят в себе много интересного: почему вата впитывает воду? можно ли обмануть банкомат? и т.д.

³⁵ Обе программы производятся по лицензии и являются аналогами программы «Galileo» немецкого канала ProSieben и программы «Brainiac: Science Abuse» британского канала Discovery Channel.

Стремление к разрушению стереотипов — следствие общемирового увлечения постмодернизмом. Именно он заставил обывателя усомниться в привычных истинах. Разрушение штампов стало главным делом и образом жизни философов и художников постмодернизма. Но самое интересное заключается в том, что в этих передачах, на первый взгляд, адресованных массовой аудитории, «своими» оказываются не представители этой аудитории, а «люди будущего»: журналисты и те, о ком они рассказывают с восхищением, — авангард общества. Происходит удивительная подмена. Если в классическом искусстве о «других» рассказывали представители традиционных сословий (например, писатели-дворяне о нигилистах), то в геймеризационных телевизионных передачах, благодаря авангардистски настроенным журналистам, «новые люди» («другие») как бы рассказывают сами о себе. Такая ситуация переворачивает конфликт, заставляя аудиторию активизировать свою фантазию, преодолевать стандарты и стереотипы мышления. Более того, в некоторых случаях речь может идти о провоцировании зрителя на то, чтобы он видел «другого» в себе самом. Причем в некоторых случаях, например в программах треш-телевидения, рассказ строится так, что человек, идентифицируя себя с жертвой или с преступником, видел в себе самом не просто «другого», но «врага» («зверя»). Такой подход к телевизионной интерпретации конфликта «мы — они» принципиально отличается от того, который предлагают информационные программы. Выбирая между ощущением себя как части толпы или себя как «другого», зритель в любом случае оказывается вовлеченным в процесс коммуникации, стержнем которого является интерпретация реальности и поиск своего места в этой реальности.

Таким образом, сознательно или подсознательно участвуя в разрешении конфликта «мы — они», в какой бы форме он ни был представлен, — в форме соревнования, в форме диалога или в форме игры, снимающей необходимость ощущать себя членом какой-либо социальной группы или, напротив, заставляющей чувствовать себя членом команды, отменяющей существование «другого» или подталкивающей к ощущению себя как «другого» — телевизионный зритель испытывает на себе воздействие телевидения, которое оставляет след как на индивидуальной картине мира человека, так и на культуре в целом. На наш взгляд, геймеризационные программы помогают обществу и культуре адапти-

роваться к вызовам современности, среди которых необходимость существования человека в поликультурной среде, неизбежность формирования новой электронной культуры, с одной стороны, стирающей различия, а с другой — провоцирующей формирование этих различий.

Заключение

Исследование выявило специфику интерпретации реальности на современном телевидении, механизмы ее воздействия на телевизионную аудиторию и на социокультурную ситуацию в обществе в целом. Достижению поставленной цели способствовало сопоставление специфики телевизионной интерпретации реальности с интерпретацией реальности зрелищными и экранными искусствами. Экранная интерпретация реальности, формируемая и распространяемая техническими средствами, в рамках которых основным носителем информации является телевизионный экран, имеет много общих черт с киноэкранной реальностью. Однако специфика телевидения позволяет нам говорить о формировании особой телевизионной реальности и на уровне отдельной передачи, и на уровне телеканала, и на уровне телевидения в целом.

Для авторской передачи телевизионная реальность — такая картина действительности, которая соответствует представлению о ней авторов программы и стоящим перед ними социальным задачам; эта картина складывается из визуальных и звуковых элементов (выразительных средств) и технологических приемов их использования, сопоставленных (смонтированных) с учетом их воздействия на аудиторию. Монтаж является одним из важнейших инструментов интерпретации реальности, что подтверждает сходство основных механизмов интерпретации реальности кинематографом и телевидением. Однако для телевидения, в отличие от кино, магистральным и определяющим специфику стал коллажный монтаж, позволяющий моделировать телереальность конкретной передачи из разнофактурных (по содержанию) компонентов.

Конструируемая с помощью коллажного монтажа телевизионная реальность фрагментарна, т.е. не претендует на создание целостного образа реальности. В ней максимально жизнеподобные фрагменты могут соседствовать с подчеркнuto условными. Телевизионная реальность неоднородна, в ней есть сгущения (события) и пустоты. Телевизионное время может замедляться и ускоряться в зависимости от специфики события и формы его интерпретации. Однако доминирующим при этом оказывается время настоящее, через призму которого рассматривается и прошлое, и будущее. Пространство телевизионного действия тяготеет к рас-

ширению (выходу за границы студии), однако всегда сохраняет связь с замкнутым пространством студии, часто декорируемой атрибутами дома. Реальное пространство при этом интерпретируется телевидением как абсолютно пронизываемое (то, чего не видит телевизионная камера, как будто не существует вовсе).

Под воздействием изменений в культуре, идеологии, экономике, в результате технологических революций стиль интерпретации реальности средствами телевидения меняется. Так, в конце XX в. в моду входит клиповый монтаж, еще сильнее, чем коллажный, разрушающий жизнеподобную органику телереальности. Постепенно проникая в разные сферы аудиовизуальной культуры, клиповый монтаж формирует у зрителя клиповое сознание и как следствие — клиповую культуру. По декларируемым ею законам зрителю предлагается не целостная картина действительности с четко определенными ценностями, а фрагменты-ребусы, разгадывая которые зритель вовлекается в «игру с реальностью», являющуюся частью процесса интерпретации полисемичных телевизионных текстов.

Совмещая в пространстве телевизионной реальности и фрагменты авторских художественных картин мира, и картину мира массовой культуры, состоящую из представлений о мире и ценностях формульных жанров, таких как мелодрама, приключение, детектив, любовная история и т.д., телевидение подтверждает свой статус одного из наиболее эффективных инструментов постмодернизма. Оно активно участвует как в формировании медиареальности в целом, так и в формировании картины мира телезрителей, комбинируя в телевизионной реальности фрагменты картин мира различных социальных страт.

Это воздействие особенно эффективно осуществляется не авторскими передачами, а форматными телевизионными программами, рассчитанными на восприятие зрелища как можно более широкой аудиторией. Форматные программы производятся по лекалу, определяющему не только технологический процесс, но и образцы поведения, ценности. Каждый формат предлагает создателям программы готовую схему интерпретации реальности, а телезрителям модель реальности, созданную по законам массовой культуры. Одной из важнейших характеристик формата является его склонность к гибридизации, к объединению в своем арсенале приемов и методов воздействия не только различных жанров, но

и видов творческой деятельности. В частности, создатели форматных передач активно пользуются аттракционами и формулами, эффективность которых известна по массовой литературе и массовому кинематографу.

Телевизионная реальность той или иной передачи является фрагментом интерпретированной реальности, общая же картина собирается из этих фрагментов благодаря программности и серийности телевизионного зрелища. Она создается на стыке трех сфер, которые определяют особенности того или иного типа передач: «сферы фиктивного» (когда вымышленные герои находятся в вымышленных обстоятельствах), «сферы игрового» (когда реальные люди находятся в игровых обстоятельствах) и «сферы реального» (когда реальные люди находятся в реальных обстоятельствах). Телевизионная реальность конкретного телеканала — это гибрид реального, фиктивного и игрового, который в совокупности дает взгляд на мир, соответствующий идеологии канала (медиабренду телеканала), формирующейся с учетом охвата аудитории в целях коммерческой успешности канала и проявляющейся в его программной политике. Каждая передача, выходящая на канале, должна вписываться в тот образ реальности, который соответствует его медиабренду и отвечает ожиданиям аудитории. Важной составляющей медиабренда того или иного канала становятся «социальные маски» телевизионных ведущих, которые создаются с учетом популярных архетипов. «Социальные маски», населяющие телевизионную реальность, претендуют на выражение общественного мнения, мировоззрения и социально-психологических установок определенной части аудитории, представляя таким образом обобщенный портрет этой группы населения.

Современная телевизионная аудитория неоднородна. Ее приятие или неприятие телевизионной реальности того или иного канала зависит от множества факторов (от возраста и уровня образования до психотипа и субкультурных особенностей). Однако можно отметить две общие тенденции: телевизионный зритель ожидает от телевидения в первую очередь развлечений и все больше заинтересован в том, чтобы занимать в коммуникации (в частности, в ходе развлечений) активную позицию участника, а не просто зрителя. Ведущие национальные российские телеканалы, учитывая эти потребности современной аудитории, при интерпретации реальности активно используют способность телевиде-

ния смешивать повседневность и праздник. Это позволяет им, с одной стороны, тиражировать ценности, декларируемые властью, а с другой — предоставлять зрителям возможности эскапистского ухода от реальности в мир, полный развлечений.

Впрочем, телевизионные развлечения — это развлечения особого рода. Соединяя повседневное и праздничное, телевидение может повседневное превращать в зрелище, в развлечение. В таком контексте развлечением может считаться и просмотр теленовостей или серьезной аналитической передачи. Благодаря своей включенности в сферу развлекательного, социальные и политические мифы, являющиеся важной составляющей телевизионной реальности, не только получают свое экранное воплощение, но умножаются, рождаясь благодаря телевидению и тиражируясь им. Эти мифы воздействуют на культуру общества, большая часть которого является активными (регулярно смотрящие телевизор) или пассивными (просматривающие телевизионные передачи родственники или получающие информацию о них в Интернете) телезрителями. Таким образом, телевизионная реальность становится не только отражением национальной картины мира, но и инструментом ее формирования. Формулируя цели и ценности, ее создатели могут воздействовать на стратегию развития общества в целом.

Так, в 1990-е годы телевидение одновременно отражало состояние социокультурной травмы, в котором находилось общество, и ориентировало общество на формирование культуры нового типа, предполагающей диалог представителей разных социальных страт, без которого невозможна модернизация. Напротив, телевидение 2000-х годов способствовало усугублению состояния культурной травмы, возвратившись к тиражированию мифов советской идеологии, адаптированных к господствующим эталонам западной массовой культуры. В частности, это ярко проявляется при анализе форматных исторических программ и фильмов, интерпретирующих прошлое, сделанных с использованием метода документальной драмы.

Интерпретация настоящего отечественным телевидением 2000-х годов, происходящая с использованием всех форматов, осуществляется на современном отечественном телевидении, как правило, в рамках двух доминирующих идеологических доктрин. Это идеология общества потребления и идеология гопников. Первая из них определяет ценности так называемого гламурно-

го телевидения, а вторая — треш-телевидения. Гламурное телевидение сосредотачивает свое внимание на сфере фиктивного и сфере игрового, населяя условную телевизионную реальность, часто ограниченную рамками студии, телевизионными и эстрадными звездами, чья жизнь может восприниматься как воплощение всех ценностей потребительского общества. Реальность, попадающая в кадр передач гламурного телевидения, сознательно эстетизируется, интерпретируется таким образом, чтобы доказать возможность существования и достижимость земного рая. Треш-телевидение, напротив, интерпретирует реальность как мир, полный грязи, крови и жестокости. Активное использование аттракционов, типичных для формулы историй о чужих существах и чуждых состояниях, добавляет телереальности, создаваемой треш-телевидением, еще и иррациональный характер. Она не только оказывается полной жестокости и страха, но еще необъяснимой логически. Просмотр репортажей с места катастрофы, демонстрация трущоб и криминальных конфликтов вызывает у зрителей интенсивное возбуждение и интерес, которые заставляют забыть о скуке и раздражении, часто сопровождающих спокойную организованную жизнь. Но это одновременно и отвлекает от мыслей о реальных опасностях и проблемах, которые окружают их в обыденной жизни. Суть эскапистского переживания в том, что оно на время синтезирует эти две потребности и снимает напряжение, которое в современном обществе гораздо сильнее, чем было на более ранних этапах культурного и экономического развития. Таким образом, и гламурное телевидение, и треш-телевидение в своей интерпретации реальности сознательно искажают действительность в целях повышения рейтинга своих программ. Однако ни то, ни другое не способствуют выходу общества из состояния кризиса и не предлагают стратегию социальных преобразований.

Эту задачу выполняют гибридные программы, сделанные в стиле инфотейнмента. Их анализу мы уделили в работе значительное внимание, разграничив просто развлекательные новости и инфотейнмент, который формирует иной взгляд на мир. Его ироническое переосмысление ради выполнения определенной социальной миссии — модернизация сознания зрителей, настройки его на освобождение от политических, культурных и других штампов — способствует подготовке телевизионной аудитории к жизни по законам нового информационного общества.

В целях определения этих законов мы, используя метод контент-анализа, выявили активных действующих лиц (персон и персонажей) популярных (рейтинговых) передач трех ведущих федеральных телеканалов: «Первого канала», «России-1» и НТВ, а также характер взаимоотношений этих персонажей, типы конфликтов (благодаря их развитию зритель получает представление о тех ценностях, которыми ему предлагается руководствоваться в повседневной жизни). Анализ характера оппозиций, доминирующих в телереальности того или иного канала или передачи, позволяет делать значимые выводы не только о специфике интерпретации, но и о потенциальном воздействии телевизионных программ на аудиторию.

В итоговых выпусках телевизионных новостей главными действующими лицами оказались президент, премьер-министр и чиновники разных уровней, которые отчитывались об осуществлении главной своей задачи — улучшении жизни простых людей: рядовых граждан, пенсионеров, детей и одного из ключевых персонажей выпусков новостей — толпы. Оппозиция «мы — они» в данном случае должна была бы определяться как отношения «высших» и «низших». Однако журналисты, вводя в сюжеты персонажей из группы поддержки (учителей, врачей, экспертов из разных сфер науки и искусства), удостоверяют зрителей в том, что все они: «высшие», «низшие» и «средние» (группа поддержки власти) должны интерпретироваться как «свои», которым противостоят «чужие-враги» (преступники, террористы, инакомыслящие). Тип конфликта, с помощью которого демонстрируются желательные отношения между «своими» и «чужими», является состязание, в ходе которого победа «своих» предрешена особенностями формата новостей федеральных каналов.

Другая форма конфликта — диалог, традиционно в евроатлантической культуре считающийся более высоким уровнем отношений, почти не представлен на современном отечественном телевидении. Он требует более длительного и внимательного взгляда на «чужого», чтобы увидеть в нем не «врага», а «другого», с которым можно и нужно вступить в диалог и найти взаимопонимание. Такой взгляд более типичен для традиционных зрелищ, таких, как театр и кинематограф (в частности, неигровое кино), но практически невозможен на форматном телевидении, которое,

ощущая генетическую связь с массовой культурой, предпочитает однозначность оценок, легче воспринимающихся в потоке информации. В поисках примеров диалогического конфликта нами проанализированы программы различных форматов, однако чаще всего в них вместо диалога использовался более популярный сегодня геймеризационный тип конфликта между «мы» и «они».

Мы постарались доказать, что игра как форма разрешения социального конфликта реализуется не только в игровых форматах современного телевидения, но и в многообразных гибридных программах, где элементы состязания, диалога, игры сочетаются друг с другом, обуславливая реализацию одной из главных идей постмодернизма — отрицание существования единственно правильного взгляда на мир, множественности правд, равнозначности ценностей. Мы назвали подобные программы геймеризационными, так как их участники включаются в специфическую форму коммуникации — игру с «другими» и с реальностью, которая начинается в процессе создания программы и продолжается после ее показа по телевидению. Подобные «активированные программы» по мере дифференциации телевизионной аудитории будут становиться все более привлекательными для зрителя, поскольку отвечают и специфике телевидения как средства массовой коммуникации, и вызовам, предъявляемым телевидению новыми медиа, и тенденциям социокультурного развития цивилизации.

В ходе исследования подтверждена наша гипотеза, согласно которой специфическая интерпретация реальности телевидением обусловлена не только экранностью, 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.

Продолжением данного исследования может стать как более детальный анализ телевизионной реальности, предлагаемой теми или иными телевизионными форматами или каналами, так и дальнейшее изучение отражения картин мира социальных страт в зеркале телевидения. Кроме того, результаты нашей работы позволяют перейти к сопоставлению телевидения и новых медиа с учетом новых возможностей экранной выразительности, спосо-

бов коммуникации профессионалов и публики, которая претендует на статус создателей контента, новых гибридов и принципов создания мультимедийной аудиовизуальной продукции в современной медиаиндустрии. Пути решения этих и других чрезвычайно актуальных сегодня для медиасообщества проблем были намечены в данном исследовании.

Научное издание

Новикова Анна Алексеевна

**Телевизионная реальность:
экранная интерпретация действительности**

Зав. редакцией *Е.А. Бережнова*

Редактор *Н.Л. Архипова*

Художественный редактор *А.М. Павлов*

Компьютерная верстка и графика: *О.А. Иванова*

Корректор *В.И. Каменева*

Подписано в печать 20.08.2013. Формат 60×88 ¹/₁₆
Гарнитура NewtonС. Усл. печ. л. 14,6. Уч.-изд. л. 14,0
Тираж 600 экз. Изд. № 1648

Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики»
101000, Москва, ул. Мясницкая, 20
Тел./факс: (499) 661-15-52

id.hse.ru

Уважаемые читатели!

Приглашаем Вас посетить сайт

Издательского дома

Высшей школы экономики по адресу:

id.hse.ru

На нашем сайте вы найдете каталог книг и журналов, информацию о новинках и планах на будущее, отрывки из книг, рецензии и многое другое.

Также на сайте размещена полная информация о том, где можно купить наши книги и как подписаться на журналы.

*Ждем вас круглосуточно,
каждый день!*

БукВышка

УНИВЕРСИТЕТСКИЙ КНИЖНЫЙ МАГАЗИН

Российские и зарубежные издания

Книги ИД ВШЭ

Сувенирная продукция

Периодика

CD и DVD

ЭКОНОМИКА

МЕНЕДЖМЕНТ

СОЦИОЛОГИЯ

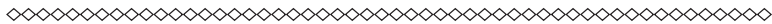
ПОЛИТОЛОГИЯ

ПРАВО

ЖУРНАЛИСТИКА

ИСТОРИЯ

ЛИНГВИСТИКА



Москва, ул. Мясницкая д. 20

тел. +7 (495) 628-29-60

email: books@hse.ru, <http://id.hse.ru/bookshop>



Всё о наших изданиях

id.hse.ru/books
id.hse.ru/catalogue

Отдел реализации

тел.: (499) 611-24-16
факс: (499) 611-13-03
e-mail: bookmarket@hse.ru

«Книга—почтой»

id.hse.ru/pochta

**Университетский
книжный магазин
«БукВышка»**

Москва, ул. Мясницкая, 20,
тел.: (495) 628-29-60
id.hse.ru/bookshop
e-mail: books@hse.ru



Новикова Анна Алексеевна

Закончила факультет журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова. Кандидат искусствоведения, доктор культурологии. Профессор департамента «Новые медиа и социальные коммуникации» факультета медиакоммуникаций НИУ ВШЭ.

Сфера научных интересов: история и теория медиа, телевизионные и мультимедийные зрелища, креативные индустрии.

Автор монографий «Телевидение и театр: пересечение закономерностей» (М., 2004), «Современные телевизионные зрелища: истоки, формы и методы воздействия» (СПб., 2008), а также более 50 публикаций в российских и зарубежных научных журналах, сборниках и коллективных монографиях.

