

РЕПРЕЗЕНТАТИВНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ТЕЛЕВИДЕНИЯ

Т. В. Кедрик

В современной культуре отмечается беспрецедентное влияние аудиовизуальных средств коммуникации. В настоящее время человек существует в пространстве компьютеров, телевидения, радио, мобильной связи и электронной почты, с их помощью познавая мир и общаясь с другими людьми. Такие устройства быстро входят в сферу обыденного опыта, делаются само собой разумеющимися, естественными, рождают новые возможности, формы понимания и чувствования, свободы и зависимости. Эта среда обитания для человека постепенно становится всеобъемлющей. Возникает идея опосредования опыта, когда между индивидом и «действительностью» стоит множество «образных посредников». У человека электронной культуры по-иному строятся представления о мире, способы чувствования, темп и ритм жизни. В информационном обществе проблематизирован статус реальности, ее изображений и имитаций. Все эти трансформации не являются чем-то внешним, происходящим «помимо нас»: речь идет о гипермедийном пространстве повседневности.

«Реальность», прежде чем попасть в эфир в виде телевизионного сообщения, проходит несколько этапов «перевода». Прежде всего, это перевод на телеязык с его правилами (так, любой текст должен сопровождаться видеорядом, быть сжатым во времени и т. п.). Телевизионные каналы, зависимые от рекламодателей, конкурируют друг с другом; при этом в современной культуре телевидение адресовано не элитам и отдельным группам, а «все-му» населению. Поэтому содержание и форма сообщений должны быть несложными и интересными. Телевидение общается со зрителем на доступном языке. Общее правило заключается в ориентации на условный средний уровень смыслов, понятных потенциальному потребителю передач.

Телевидение, которому в культуре сопутствовали метафоры «глаза», «зеркала» или «окна», претендует на «отображение» действительности. Однако его аудитория ежедневно сталкивается с переносом особенностей и качеств «медиума» на образы того мира, к которому они отсылают. Можно выделить несколько постоянных эффектов такого переноса.

При просмотре программ на человека обрушиваются самые разные впечатления и сообщения, без видимой логической, причинно-следственной связи. События существуют одновременно и независимо друг от друга, они разрозненны и отрывочны. Телевидение оспаривает традиционную линейность представления «реальности», рождая образ репрезентируемого мира, в котором отсутствуют последовательность и взаимосвязанность. Однако для современного зрителя, сталкивающегося с информационной перегруженностью и необходимостью «быть в курсе», успевать за «поток жизни», этот новый порядок более понятен. Он позволяет следить за разнообразными событиями, одновременно и сразу «схватывать» общую идею происходящего.

Эффект коллажа усиливается при помощи переключения каналов (благодаря пульту дистанционного управления это можно непрерывно проделывать, не вставая с места). Зритель редко смотрит все передачи одного и того же телеканала подряд. Мы постоянно смешиваем и дробим сообщения, причувшись именно таким образом потреблять информацию, — делать свой собственный коллаж, стремясь выразить себя в типизированном продукте, найти нечто «свое» в противовес унифицированному предложению.

Телезрителю, живущему в медиасреде, приходится обрабатывать огромный объем информации, адаптироваться к культуре фрагмента и коллажа, достраивать логику, начало и конец сообщений, самостоятельно конструировать причинно-следственные связи между ними или воспринимать большую часть информации как «белый шум», быстро концентрировать и переключать внимание и забывать услышанное. Аудиовизуальное потребление

образов способствует складыванию нового типа понимания, который строится на упрощении. Мнения могут состоять из эмоций, такие мнения-эмоции подвижны, легко меняются.

Отсутствие причин и связей — только одна из характеристик образа мира, создаваемого телевидением. Наряду с этой существует и другая тенденция: телевидение как средство коммуникации, ориентированное на нарративность, на художественные жанры, привносит в мир собственный порядок, приписывая его «жизни». Фрагментированность на экране относится к блокам информации. С ней контрастирует репрезентация истории внутри одного сюжета: это реальность, подчиняющаяся правилам и закономерностям, как в любом повествовании. Сообщение в репортаже или фильме, как и рассказ, имеет пролог, завязку, кульминацию, финал. В нем артикулировано «драматическое» и «комическое» и нередко расставлены моральные акценты. Обычная жизнь часто выглядит как хаотическое переплетение «линий», но запутанная, недоговоренная реальность на телевидении уравновешена четкими оценками, сюжетами и поисками счастливого конца. Так, логика, которую привносит средство коммуникации в мир, конструируя порядок, апеллирует к «мелодраматическому воображению», заставляя осмысливать реальность в понятиях художественного произведения.

Телевидение, пропуская через себя «поток жизни», смягчает его натиск. Спорным остается вопрос о том, как это сказывается на системе чувствования зрителя. Конечно, она претерпела существенные изменения со времен господства печатной культуры. Но что именно привнесено «образным посредником»?

Одно из повторяющихся опасений критиков СМИ связано с тем, что у человека трансформируется способность к сопереживанию. Что происходит, когда он ежедневно видит страдания, насилие и смерть на экране и, в частности, в информационных программах? В пятнадцатиминутном выпуске новостей физически невозможно переживать сообщения об урагане, наводнении и авиакатастрофе в различных уголках земного шара. К тому же

сам факт телепоказа рождает чувство дистанции. Нечто происходит и «с каждым», но и одновременно не вполне «с нами», как если бы между событием и человеком вмешивался посредник, не только пересказывающий ему своими словами, что случилось, но и защищающий его от прямого контакта с действительностью. В глазах аудитории СМИ обладают особым авторитетом и властью. Ощущение того, что высказывание в эфире повышает статус произнесенных слов, делает их более аутентичными, заставляет зрителей делегировать свое право понимания и интерпретации. Известны многочисленные примеры того, как люди предпочитают слушать рассказ о событии по телевизору или радио, а не наблюдать и называть его самостоятельно.

Телевидение рождает иллюзию прямого, доверительного контакта со зрителем. Герои программ приходят к человеку домой, обращаются к нему лично. В приватное домашнее пространство вторгается информация, принадлежащая «всем»; публичное вследствие самого способа обращения к человеку, сидящему перед экраном, делается персональным. В область «своего» включаются отчужденные «материи». «Люди-на-экране», дикторы, ведущие, актеры и их персонажи превращаются в знакомых, «родственников», приходя по расписанию, поддаются наделению собственными смыслами зрителя. Феномен «близкого контакта» оказывает влияние на сами телевизионные программы.

Но наблюдается и встречное движение. Граница приватного и публичного размывается; возникают промежуточные формы коммуникации, складывается новый тип открытости зрителя. Его жизнь, спрятанная от глаз, и интимные переживания с большей легкостью способны стать предметом всеобщего обсуждения, что демонстрируют разнообразные «реальные» и ток-шоу. Телевидение возвращает человеку «себя», но уже не в качестве идеализированного героя, а как проблематичного, странного индивида, чьи приземленность и отклонение от нормы, инвертированность приватного и публичного утверждаются в качестве само собой

разумеющейся обыденной реальности. В телеэфир проникает «человек-с-улицы».

Кроме того, на телевидение оказывает сильное воздействие присутствие глобальной сети. Инновации и возможности, которые привнесены в сферу массовой коммуникации Интернетом, осваиваются на телевидении (многоканальность, общение с «живой» аудиторией, режим on-line и т. п.). Можно говорить о тенденции к изменению однонаправленности коммуникации СМИ, о попытках введения элементов интерактивности, влияния зрителей на происходящее на экране. Характерный пример дают «реальные» шоу, где телезрители голосованием определяют проигравших и выигравших участников передачи. Конечно, такое движение в сторону зрителя было бы невозможно без влияния Интернета.

Телевидение обращается ко «всем»; как коммерческое предприятие оно ориентировано на обыденное сознание массового зрителя. Несмотря на адресность отдельной передачи, содержание разных программ в силу самого способа показа сливается воедино. Телевидение транслирует образ гомогенного мира, где важное или эстетически-ценное перемешано с банальным, поверхностным, доведено до состояния аморфной массы. Новости, поп-музыка, экономическая и политическая аналитика, спортивный матч, комедия или триллер, интервью с ученым, ток-шоу, разбиваемые блоками рекламы, по своему устройству однородны. Постоянная циркуляция равных по статусу сообщений отрицает какую-либо иерархию. При адаптации к обыденному опыту происходящее часто приобретает качество тривиального. Существуют риторические клише, которые используются для подчеркивания экстраординарности события; но такой язык легко подчиняется власти банального, которое заставляет потреблять чрезвычайное как и любое другое сообщение. Этому способствует общая тональность телевидения, его ориентация на развлечение. Как уже отмечалось выше, развлекательность – особое качество, которое телевидение сообщает практически всем освещае-

мым предметам. Под развлечением понимается не только увеселение, но и презентация всего нового, «острого», доставление удовольствия зрителю. Независимо от программы, ему не должно быть скучно, он любыми средствами должен оставаться у включенного экрана.

«Наше общество является насыщенным образами... За один час телесмотрения современный зритель может познать, «пережить» такое количество образов, какое человек неиндустриального общества не смог бы познать в течение всей своей жизни... Мы не просто познаем большее количество образов, но мы живем в абсолютно отличных отношениях между образом и другими проявлениями опыта. По существу, не существует отличия между образом и другими формами опыта» [1, с. 177].

В публикациях последних лет, посвященных СМИ и, в частности, телевидению, основное место уделяется вопросам «реальности» и ее репрезентаций. Мысль о том, что телевидение — не прозрачный медиум, уже не вызывает споров. Этого не отрицают и сами тележурналисты («Наша профессия — делать новости»). Любое высказывание о «действительности» предполагает, что его кто-то произносит, кодируя информацию, облекая ее в слова, за которыми стоит определенная идеология, система взглядов, ценностей. В этом нет собственно телевизионной специфики; но эта идея важна для анализа средств массовой коммуникации, которым приписан статус транслятора реальности.

Тем самым предполагается, что образы в СМИ, пусть с искажениями, подобны «самой реальности» и в какой-то момент застилают ее собой. Эта мысль актуализирует риторику манипулирования, насильственного навязывания каких-либо репрезентаций, в ущерб другим, более аутентичным. Постмодернистская критика, в свою очередь, сосредоточила внимание на феномене «убийства реальности». Речь идет о том, что современный человек переживает качественно новое культурное состояние, которое в значительной мере связано с изменением технических возможностей показывать происходящее.

Монтаж образов (подразумевающий создание любой желаемой последовательности и связи между фрагментами записи), эффект пространственно-временного сжатия события на пленке, неограниченные возможности трансформации цифрового изображения и т.п. — все это служит созданию нового пространства, где «подлинность», «реальность» не существуют сами по себе: событие учреждает телекамера, а факт показа придает ему достоверность. По мысли Бодрийяра, статус репрезентаций и реальности в современной культуре не различается; в ней доминируют симулякры — знаки без референта, образы, не имеющие подобия, отрицающие не реальность, а различия между ней и образами.

Природа телевидения подразумевает, что значения формируются за счет постоянного поступления визуальных образов. Бесконечная череда эстетизированных изображений формирует гиперреальность — целостное самодостаточное пространство, в котором мир «собран» из тех же, но чуть-чуть иных элементов и где одни образы референтны к другим. В нем вопросы и объяснения формулируются из логики телевизионной реальности, подчиняясь законам драматического повествования.

Представление о том, как должна выглядеть реальность на экранах телевизоров, чтобы считаться правдоподобной, также изменяется. В современной культуре продолжает действовать конвенция, согласно которой телевидение, и особенно информационные передачи, заслуживают доверия уже в силу технических средств, используемых для улавливания и презентации реальности, — камер, микрофонов, фотообъективов и т.п. Новые устройства, внедряясь в практику телевидения, постепенно расширяют ожидания зрителей, множат их запросы. Так, сперва в выпуски теленовостей стали включаться фрагменты прямого эфира с корреспондентами, находящимися на месте события. Хотя, в полном смысле слова, эфир не был прямым по отношению к тому, что уже случилось, в студии можно было слышать репортаж корреспондента, использующего мобильный телефон. При этом в качестве изображения помещалась фотография репортера. Внедрение

новых технологий позволило получать изображение и звук прямо с места события, в момент, когда оно происходило. Новые устройства позволяют практически сканировать поверхность реальности. Они существенно увеличили ожидания зрителей от трансляций.

«...Если вчера нехватка информации и цензура характеризовали тоталитарные государства, отвергающие демократию, то сегодня происходит обратное. Телезрителей дезинформируют, перегружая их информацией, откровенно противоречивыми сведениями. Истинность фактов проходит цензуру Сверхинформации...» [2, с. 149-150].

Границы доверия аудитории также претерпевают изменения. С одной стороны, зрители демонстрируют готовность воспринять как должное любую информацию (по поводу чего Поль Вирилио заметил, что современные зрители ставят в тупик телеиллюзионистов: сложность не в том, чтобы они поверили в фокус, а в том, что они слишком легко готовы с ним согласиться и поэтому не считают его чем-то выдающимся) [2, с. 70]. С другой стороны, множественность репрезентаций одного и того же события, уравнивание их в правах приводит к тому, что человек начинает допускать одновременное существование разных (взаимоисключающих) версий произошедшего, каждая из которых пребывает в своем измерении.

Современная культура во многом обязана своим обликом средствам массовой коммуникации. Одно из важных следствий этого культурного состояния заключается в том, что «реальность», представленная в массмедиа, обретает новое качество. Становится невозможным помыслить реальность как единую ткань — из-за бесконечного умножения голосов, исчезновения «центральной» точки зрения, изменения границ достоверного и правдоподобного. По словам Дж. Ваттимо, «увеличение наших информационных возможностей по отношению к самым различным аспектам реальности делает все менее понятной саму идею одной-единственной реальности» [3, с. 45].

Сегодня телевидение сосуществует с глобальной сетью Интернет. Способность выбирать тот источник информации, который соответствует представлению человека о должном, и самому становиться таким же источником речи, суждений — новая черта, которая уже трансформирует облик средств массовой коммуникации.

Литература

1. Фиск, Дж. Постмодернизм и телевидение // М. М. Назаров Массовая коммуникация в современном мире: методология анализа и практика исследований. — М., 2000.
2. Вирилио, П. Информационная бомба. Стратегия обмана. — М., 2002.
3. Ваттимо, Дж. Прозрачное общество. — М., 2003.

ЯЗЫЧЕСКИЕ ИСТОКИ ВЕСЕННИХ КАЛЕНДАРНЫХ ОБРЯДОВ

С. А. Киселева

Весенние циклы обрядов у славянских народов в связи с христианскими правилами, запрещавшими всякие увеселения, начались перед пасхальным постом. Для славян — это масленица, у народов Западной Европы — карнавал.

Первоначально этот праздник носил забытое имя древней богини и только позже его называли «масленица». Отличительными его чертами становятся: сочетание элементов зимней и весенней обрядности; массовость; участие всех без каких-либо ограничений; «хлебосольево, уличность и публичность»; катание на санях с горок.

Особенность масленицы и в том, что из крупных дохристианских праздников она не была впоследствии соотнесена с христианскими обрядами. Поэтому ее можно назвать самым языческим праздником славян. Его основу составляли встреча Масленицы и