

Новикова Анна Алексеевна

Novikova Anne

a.a.novikova@gmail.com

8-906-056-11-00

к.иск., профессор факультета медиакоммуникаций НИУ «Высшая школа экономики»

Professor at The Department and New Media Faculty of Media Communications Higher School of Economics.

Аннотация

Статья посвящена анализу перспектив использования понятия «картина мира» применительно к результатам телевизионной интерпретации реальности. Опираясь на исследования отечественных и зарубежных ученых, посвященных специфике природы телевидения, автор делает попытку дать определение понятию «телеэкранная картина мира».

Ключевые слова

Картина мира, телевидение, интерпретация реальности

Abstract

This article analyzes the prospects of using the term "world view" with respect to the results of interpretation of reality television. Based on studies of domestic and foreign scholars dedicated to the specific nature of television, the author makes an attempt to define "television screen view of the world."

Keywords

The world picture, television, the interpretation of reality

The TV Picture of the world as a object of study in the journalism

**Телевизионная картина мира
как объект исследования в журналистике**

Вопрос о степени достоверности того отражения мира, который зритель видел на киноэкране, а потом на телеэкране, стоит уже давно. Проблемы специфики отражения действительности в документальных кинопроизведениях так или иначе касались в своих работах как исследователи: С. Дробашенко, Л. Рошаль, Ю. Мартыненко, В. Листов, Г. Долматовская, Л. Джулай, Л. Малькова, Н. Абрамова, Г. Прожико, так и режиссеры: Д. Вертов, Э. Шуб, В. Ерофеев, М. Кауфман, Р. Кармен, А. Пелешьян. При том, что все они осознавали разрыв между реальностью и ее отражением даже в документальном кино, удовлетворяющего всех термина для обозначения этого явления и критериев для его описания предложено не было. Вероятно, одной из причин осторожности в отношении этого вопроса, которую проявляли исследователи, была идеологическая ситуация в стране в XX веке. Метод «социалистического реализма», который предлагался как единственно верный, декларировал необходимость стремления к реализму в художественном творчестве, а на деле способствовал созданию политических мифов. В этих условиях говорить о том, что кино («важнейшее из искусств»), а вслед за ним и телевидение (один из главных идеологических инструментов) не вполне отражают действительность, было просто опасно.

После краха советского государства и прекращения идеологического давления исследователи не переставали возвращаться к этой теме, ища определения и объяснения феномена. К этой теме обращается в одной из своих важнейших работ В. Михалкович (1996)¹, Г. Прожико в докторской диссертации² (2002) для обозначения соотношения действительности и ее экранного отражения использует несколько понятий: «экранный образ

мира», «динамическая картина экранной модели мира», «виртуальная реальность».

В целом соглашаясь с Г. Прожико, 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 образ, с искусствоведческих и эстетических позиций. Термин «виртуальная реальность» был популярен в начале 2000-х гг., тогда его использовали и применительно к телевидению. Однако сегодня, когда Интернет и видеоигры получили повсеместное распространение, а компьютерная графика стала очень высокого качества, термин «виртуальная реальность», как предлагает К. Разлогов³, следует оставить только за ними.

Понятие «динамической картины экранной модели мира», вводимое Г. Прожико, несмотря на стилистические огрехи, ближе всего подводит нас к постижению исследуемого феномена. Однако телевидение мир не моделирует, так как не пытается представить его как целостность. Было бы точнее, на наш взгляд, вслед за социологами культуры, говорить не о модели мира, а о картине мира, понимая под ней некую ментальную конструкцию, «субъективную карту пространства и времени, схему отношений между объектами, набор формул порядка, систему правил, управляющих тем миром, в котором живет человек»⁴.

Однако введение этого термина в научный оборот затруднено принципиальной позицией ряда ученых, утверждающих, что картина мира может быть у конкретного человека или у социальной страты, она создается под воздействием телевидения, но в сознании, а не на телеэкране. Принимая во внимание обоснованность такой позиции, попытаемся все же рассмотреть перспективы использования термина «картина мира» применительно к телевизионной интерпретации реальности.

Культурно-историческая антропология утверждает, что разным народам в разные исторические периоды было присуще специфическое видение мира. Социологи же уверены, что различное видение мира присуще и представителям различных социальных групп (субкультур), живущих одновременно, часто бок о бок. Эти картины мира имеют как общие черты, присущие ядру культуры, так и специфические особенности. Причем в обществе все время происходит борьба сильных субкультур за влияние на ядро культуры. Победа одной из субкультур изменяет ядро культуры (иногда достаточно существенно) и приводит к власти представителей доминирующей субкультуры. Культурная политика государства при этом состоит в отборе для распространения в обществе таких элементов культуры, которые являются основополагающими для доминирующей субкультуры. Государство «стремится защитить ядро культуры от чересчур агрессивных субкультур» и «поддерживает субкультуры, близкие к ядру субкультуры»⁵.

Попытка исследовать совокупность производимых журналистами смыслов как картину мира была предпринята В. Мансуровой⁶. Подводя итоги своего исследования, она определяет *журналистскую картину мира* как «образ мира, создаваемый средствами массовой информации в результате коммуникационного взаимодействия. Являясь специфическим ментальным образованием, возникающим в массовом обыденном сознании, она представляет собой динамическую, сложно организованную, самоорганизующуюся систему циркуляции социального знания – информации, востребованной обществом»⁷.

Исследуя с учетом вышеизложенных теоретических взглядов современное телевидение (в первую очередь национальные телеканалы), мы можем констатировать, что одни из главных его задач – распространять те элементы господствующей субкультуры, которые помогают формированию ядра субкультуры данного общества, общенациональной

(общегосударственной) картины мира в массовом обыденном сознании. Очевидно, что федеральное телевидение в силу масштаба охвата аудитории справляется с этой задачей лучше, чем какие-либо другие масс-медиа. Но отвечая интересам общества в целом, федеральное телевидение должно информировать зрителей обо всем разнообразии субкультур, составляющих структуру общества. Ведь разнообразие субкультур, причем не только консервативных, но и новаторских – необходимое условие развития общества, его выживания. Знакомство с картинами мира различных субкультур, составляющих общество, дает человеку возможность вести активную социальную жизнь. Телевидение в данном случае не может стоять только на стороне государства, которое никогда не занимает нейтральную позицию в борьбе субкультур, а «всегда ведет беспощадную борьбу с “периферическими”, особенно с революционными и криминальными субкультурами»⁸. Федеральное телевидение (благодаря общедоступности и обязанности быть площадкой для общественных дискуссий) должно в идеале адекватно отражать соотношение субкультур в культуре общества.

Кроме того, национальное телевидение должно знакомить зрителей с субкультурами иных обществ, проживающих на территории других государств. Это становится особенно важно в условиях глобализации, когда люди вынуждены гораздо чаще и теснее общаться, порой оказываясь в ситуации борьбы национальных субкультур друг с другом, борьбы, целью которой является создание наднациональной, надгосударственной субкультуры глобального общества. Знакомство это требует навыков адаптации иных картин мира к привычной картине мира аудитории, так как без корректной адаптации адекватное восприятие повседневной жизни и художественных произведений иных народов будет крайне затруднено. Ведь если картины мира отличаются слишком сильно, как это, по мнению многих исследователей, происходит с европейской и азиатской культурой,

непонимание может порождать конфликт культур, потенциально ведущий к военным конфликтам.

При этом нельзя не учитывать еще одну важную деталь. Люди, работающие на телевидении, сами тоже являются представителями различных субкультур и обладателями различных картин мира, которые в процессе создания передач вольно или невольно вступают между собой в конфликт, формируя в итоге особую субкультуру работников телевидения. Перед телезрителями она предстает только вершиной «айсберга» – в лице телезвезд (части элитной субкультуры «богатых и знаменитых»). Их тщательно срежиссированная публичная жизнь становится частью картины мира телезрителей, воздействует на ядро культуры общества в целом. Картины же мира продюсоров, журналистов, режиссеров, операторов оказываются «упакованными» внутрь телевизионной продукции.

Приведенный выше перечень задач, далеко не исчерпывающий, но и без того противоречивый, показывает, что телевидение не может транслировать целостную картину мира, адекватную реальности. Так же как не может этого и газетная журналистика: «Избирательное отображение реальности происходит не только на уровне выбора темы, предмета отображения, но и на уровне отображения его сторон, о которых собирается рассказать читателям журналист»⁹.

На уровне одной передачи – это 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 их воздействия на аудиторию.

На уровне конкретного телеканала – она соответствует программной политике канала, формирующейся в соответствии с охватом аудитории

(универсальный – нишевый), приоритетными направлениями вещания, политическим заказом и личными пристрастиями телевизионного руководства

На уровне всей совокупности телеканалов – это картина мира, создаваемая всеми телеканалами в результате коммуникационного взаимодействия субъективных картин мира отдельных людей (ведущих, экспертов, участников программ), экранных картин мира отдельных программ, совокупных картин мира телеканалов. Она представляет собой динамичную, сложноорганизованную, самоорганизующуюся систему социального знания, возникающую в массовом сознании.

Каждая отдельная телепередача и программа телеканала в целом¹⁰ дополняет и обогащает картину мира зрителей, позволяет им выйти за границы своей субкультуры. Не претендуя на то, чтобы, как полноценное произведение искусства, создавать и демонстрировать зрителям целостную картину мира, телевидение в каждой передаче демонстрирует фрагменты картины мира той или иной субкультуры. По этим фрагментам трудно составить полное и адекватное представление обо всем многообразии субкультур, составляющих общество, но вполне можно делать выводы о ядре культуры. Так что в результате деятельности телевидения (как и других СМИ) создается «панорама текущей жизни общества», «образ современности в связи с ее прошлым и “намеком” на будущее»¹¹.

Однако не все исследователи согласны с тем, что телевидение собирает предлагаемую им зрителям картину мира из фрагментов реальности. С. Холл¹² предполагал, что на пути от источника к получателю медиа-сообщение проходит серию трансформационных стадий. Во-первых, еще на этапе кодирования сообщение подвергается обработке «в соответствии с идеологическими целями, и, преследуя их, (коммуникаторы – *А.Н.*) манипулируют языком видеоряда так, что сообщениям придается предпочтительный смысл. Во-вторых, получатели не обязаны принимать

или декодировать сообщения такими, какими они отправлены, но могут сопротивляться и сопротивляются идеологическому влиянию, применяя альтернативные или оппозиционные стратегии чтения, в соответствии со своим опытом и взглядом на вещи»¹³.

По мнению Дж. Фиске, «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»¹⁴.

Дж. Фиске составил схему, при помощи которой телевидение «доносит» до зрителей ту или иную информацию¹⁵, используя систему знаков. Он утверждает, что обращение к зрителю происходит на трех уровнях:

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.

Очевидно, что по ряду параметров, картины мира различных телепрограмм должны совпадать. Это связано с тем, что эти параметры обусловлены спецификой экрана и условиями телевизионного

производства. В. Михалкович, исследуя феномен телевидения, отмечает, что историческое значение телевидения в том, что «оно преобразило взаимоотношения человека с реальностью»¹⁶. Одним из важнейших инструментом этого преобразования стал, на наш взгляд, специфический телевизионный монтаж. Монтажная мозаичность современных телевизионных зрелищ позволяет использовать телевидение для «разложения реальности» и сбора из осколков «виртуальных симулякров», «ложных подобий»¹⁷.

В основе телевизионной концепции пространства оказывается принцип абсолютной проницаемости пространства реального. Телевидение проникает всюду. А те места, в которые оно не может проникнуть, оказываются для телезрителя как бы не существующими. Показ по телевидению придает действительности статус бытия¹⁸. Главным жанром, т.е. способом осмотра мира, по В. Шкловскому, являлся репортаж¹⁹. Репортаж создает иллюзию освоения пространства, ощущение потока жизни. Репортаж по своей природе кинематографичен. 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»²⁰. 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»²¹. 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»²². 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 временно отключение от информационного потока воспринимается как остановка жизни²³. При этом собственная жизнь людей по сравнению с информационным потоком воспринимается как скучная, небогатая впечатлениями, ведь модель реальности, предлагаемая новостями, предполагает, что «каждая минута жизни должна нести с собой событие; его нужно ожидать в напряженном нетерпении»²⁴. Реальность, демонстрируемая телевидением, оказывается неоднородной. В ней есть свои сгущения (события) и пустоты. Эти пустоты либо ликвидируются про помощью монтажа, 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 гетерохронии²⁵, включающий акселерацию (ускорение) и ретардацию (замедление) реального временного потока.

Кроме того, одно из важнейших отличий кинофильма от телепередачи, по мнению В. Михалковича²⁶, в том, что фильм – это островок времени, и все, что художник хочет сказать о действительности, локализовано на этом островке, то есть фильм, как любое произведение искусства, предлагает зрителю целостную картину мира. Телевизионная

передача же, 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»²⁷. В результате, в конце сеанса телесмотра зритель получает коллаж из различных образов действительности, часть из которых к реальности имеет весьма далекое отношение.

Классифицируя телевизионный контент, французский исследователь Франсуа Жост²⁸ в качестве критерия структуризации предложил оценивать наличие в эфирном событии трёх «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). Каждая «сфера» расположена в вершине треугольника, который заключает в себе весь телевизионный контент. В зависимости от баланса реальности, фиктивности и игры, каждая программа занимает свое место в треугольной системе координат.

Поскольку большинство современных телевизионных программ соединяют в себе фрагменты всех трех сфер, то оно не столько отражает реальность, сколько создает экранную репрезентацию социального воображаемого тех, кто определяет телевизионный контент (социальное воображаемое – «те способы, благодаря которым они (люди – *A.H.*) представляют собственное существование в социуме, свои взаимоотношения с другими людьми, ожидания, с которыми к таким контактам обычно подходят, и глубинные нормативные идеи и образы,

скрывающиеся за этими ожиданиями»²⁹. В случае России это правящая и часть интеллектуальной элиты.

На наш взгляд, при анализе экранной картины мира, предлагаемой телевидением, перспективно использовать подходы, применяемые при анализе языковой картины мира. Ведь телевидение – это тоже определенного рода язык, с помощью которого определенная часть общества высказывает свои представления об устройстве мира. Особенно этот подход обещает быть перспективным в свете грядущего появления множества телеканалов (в частности, Интернет-телеканалов, адресованных различным социальным стратам).

Примечания

¹ Михалкович В.И. Очерки теории телевидения. М.: ГИИ, 1996.

² Прожико Г. С. Концепция реальности в экранном документе: Дис. ... д-ра искусствоведения: 17.00.03. М., 2004. 422 с. РГБ ОД, 71:05-17/6.

³ Разлогов К. Искусство экрана: от синематографа до Интернета. М.: Российская политическая энциклопедия (РОССПЭН), 2010; Новые аудиовизуальные технологии: Учебное пособие/ Отв. ред. К.Э. Разлогов. М.: Едиториал УРСС, 2005.

⁴ Жидков В.С., Соколов К. Б. Искусство и общество. СПб.: Алетейя, 2005. С. 139.

⁵ Цветущая сложность: Разнообразие картин мира и художественных предпочтений субкультур и этносов/ Ред.-сост. П.Ю. Черносвитов. СПб.: Алетейя, 2004. С. 76.

⁶ Мансурова В.Д. Журналистская картина мира как фактор социальной детерминации. Барнаул: Издательство Алтайского университета, 2002.

⁷ Там же. С. 217.

⁸ Там же.

⁹ Тертычный А. Жанры периодической печати. М.: Аспект-пресс. 2000.

¹⁰ Поскольку часть аудитории не утруждается свободным выбором передач, а привычно смотрит, например, всю вечернюю программу одного из федеральных каналов.

-
- ¹¹ Прохоров Е. П. Введение в теорию журналистики: Учебник для студентов вузов. М.: МГУ, 2009. С. 8
- ¹² Hall S. Encoding, decoding in the television discourse// Culture, Media, Language/ Ed. Hall S., Hobson D., Lowe P. London: Hutchinson, 1980.
- ¹³ МакКуэйл Д., Виндал С. (1993/1998). Модель кодирования/декодирования. [WWW-документ] URL <http://psyberlink.flogiston.ru/internet/bits/hall.htm>. Дата обращения: 02.06.2011.
- ¹⁴ Фиске Дж. Постмодернизм и телевидение//Федеральный образовательный портал. Социология. <<http://ecsocman.edu.ru/db/sect/124/2951.html>> Дата обращения: 24.03.2010.
- ¹⁵ Fiske John Television Culture New York, 1987. Reprinted 2006. P. 84 – 107.
- ¹⁶ Михалкович В.И. Указ. соч. С. 10.
- ¹⁷ Рюмина М.Т. Эстетика смеха: Смех как виртуальная реальность. М.: УРСС, 2003. С. 302.
- ¹⁸ Бурдые П. О телевидении и журналистике. М.: Фонд «Прагматика культуры», 2002.
- ¹⁹ Шкловский В.Б. Тетива: О несходстве сходного. М.: Советский писатель, 1970.
- ²⁰ Борев Ю. Введение в эстетику. М.: Советский художник, 1965. С. 302.
- ²¹ Зверева В. Репрезентация и реальность // Отечественные записки. 2003. №4. С. 335 – 349.
- ²² Там же.
- ²³ Москвичам приходилось ощущать это на себе, например, после пожара на Останкинской телебашне в 2000 г.
- ²⁴ Зверева В. Указ. соч. С. 335 – 349.
- ²⁵ Луков М.В. Телевидение: конструирование культуры повседневности. Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата философских наук. М., 2006.
- ²⁶ Михалкович В.И. Указ. соч.
- ²⁷ Там же. С. 54 – 55.
- ²⁸ François J. L' Introduction à l'analyse de la télévision, Paris: Ellipses, 2004.
- ²⁹ Тейлор Ч. Что такое социальное воображаемое? // Неприкосновенный запас. 2010. № 6. Режим доступа: <http://magazines.russ.ru/nz/2010/69/te3.html>. Дата обращения: 05.04.11.