

**С. С. Метелева**

*Екатеринбург*

## **ЭВОЛЮЦИЯ РОССИЙСКОГО ТЕЛЕВИДЕНИЯ В КОНТЕКСТЕ ЭСТЕТИКИ ПОСТМОДЕРНА**

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:** постмодерн; массовая культура; визуальные технологии; советское телевидение; современное российское телевидение; телевизионная сетка.

**АННОТАЦИЯ:** В статье делается попытка обобщить и проанализировать специфику российского телевидения с советского периода до наших дней. По мнению автора, сам принцип заполнения телеэфира, тематический и режиссерский подход к созданию телепередач неотделим от социокультурных и ценностно-ориентационных процессов, происходящих в стране на рубеже XX – XXI веков.

**S. S. Meteleva**

*Yekaterinburg*

## **EVOLUTION OF THE RUSSIAN TELEVISION IN A CONTEXT OF AN ESTHETICS OF A POSTMODERN**

**KEY WORDS:** postmodern; mass culture; visual technologies; Soviet television; modern Russian telecasting; television grid.

**ABSTRACT:** In article attempt to generalize and analyse specifics of the Russian telecasting since the Soviet period becomes up to now. According to the author, the principle of filling of an air, a thematic and director's approach to creation of telecasts is inseparable from the sociocultural and valuable and orientation processes occurring in the country at a boundary XX – the XXI centuries.

Постмодерн – широкое культурное течение, в чью орбиту в последние несколько десятилетий попадают философия, искусство и наука. Мы склонны рассматривать данное понятие как совокупное обозначение наметившихся тенденций изменения культурного самосознания развитых стран Запада, обусловленных прогрессом в технологиях, в экономике, социуме и культуре. Эти изменения вызревали и совершались на протяжении второй половины XX века и во многом определили собой и окружающую действительность, и внутренний облик человека.

В культурологическом аспекте постмодерн предстает как новый период в развитии культуры, обусловленный стремительным развитием визуальных и циф-

ровых технологий в условиях общества товарного изобилия и информации, а также необходимостью индивида соответствовать стремительно изменяющемуся миру.

Среди основных составляющих этого направления отметим следующие: расцвет массовой культуры и культуры потребления, процессы оповседневнивания и визуализации культуры, превращение информации, в частности Новости, в важнейшую культурную ценность. Постмодернистское сознание, отказавшись от поисков истины и обобщения реальности, переходит к ее переживанию как шоу, рекламной кампании, карнавала. Главное в таком шоу-участии, где зритель и участник слиты в некое карнавальное действие, где важен сам процесс прожи-

вания ситуации и игры. Основным режиссером этого действия выступают СМИ, и, прежде всего, телевидение, как один из самых массовых и влиятельных медиаторов современной культуры.

Именно телевидение, создав новую «галактику коммуникаций» (М. Маклюэн), превратилось в символ культуры второй половины XX века, аккумулировав в себе все основные характеристики новой культурной парадигмы: массовость аудитории при сохранении приватности телепросмотра и высокую степень информативности.

Сам процесс развития российского телевидения с момента появления (1950-е гг.) и до наших дней заслуживает особого комментария.

Становление российского телевидения начиналось в советский период и помимо средства идеологического и воспитательного воздействия рассматривалось также как новый вид искусства. В сборнике воспоминаний «Говорит и показывает Свердловск» отчетливо прослеживается специфика российского телевидения тех лет: образовательные и художественно-просветительские программы занимали больше половины сетки вещания. «Все понимали, как это важно в первую очередь заботиться не о желудке и материальных благах, а о душе человека». [4. С. 34]. Основной задачей советского телевидения было духовное и эстетическое совершенствование человека, способствующее социальному оптимизму и политическому равновесию.

Важно отметить дифференцированный подход к интересам аудитории. Так, например, для жителей села выходила программа «Сельский час», для военнослужащих – «Служу Советскому Союзу», для детей – «Будильник». Основным критерием для любой из них помимо идеологической выдержанности являлась социальная значимость. Только перечисление основных телепередач того периода указывает на доминирование образовательной составляющей в сетке телевидения: «В мире животных», «Клуб путешественников», «Кинопанорама», «Му-

зыкальный киоск». В то же время этот перечень красноречиво указывает и на формирование основных черт массовой культуры – гедонизма и эскапизма. Это подтверждает и ставка на жанровое кино, боевик и мелодраму, появление многосерийных фильмов («Семнадцать мгновений весны», «Вечный зов», «Тени исчезают в полдень»).

Невозможно вспомнить ни одной передачи, где бы происходил обмен мнениями о насущных проблемах страны, о конкретной жизненной ситуации рядового гражданина. Негативная информация, касающаяся внутренней жизни страны, как правило, не сообщалась. Показ зарубежных событий часто искажался «в угоду так называемым принципам контрпропаганды» [8. С. 24] Идеологизированные штампы в выборе тем и построении передач уводили от реальности, ежедневно углубляя демаркационную линию Должное/Сущее. Телевидение не столько информировало, сколько агитировало зрителя, формируя общественное сознание в идеологически заданном русле.

Радикальные изменения российского телевидения на рубеже XX и XXI веков, очень неоднозначные по своей сути, обусловлены сразу несколькими факторами.

1. Изменением общественно-политического строя. Резкий переход от идей социализма с его тоталитарными принципами к провозглашению демократических свобод формирует общую направленность телевизионного контента под лозунгом «избавиться от проклятого советского прошлого» [6, С.14]. Это относится и к перманентному росту антисоветской составляющей современного российского ТВ, и к методологическому подходу в формировании всей сетки вещания.

2. Установившиеся рыночные отношения в стране, децентрализация и коммерциализация телевидения приносят с собой понимание, что телевизионный продукт-это товар, который нужно продавать. Отныне решающий голос получают рейтинги- количественные показа-

тели аудитории, условные по своей природе, но решающие судьбу любого телепроекта, его жизнеспособность.

3. Активный процесс расширения сектора частных средств массовой информации (к 1996 г. выдано больше 300 лицензий частным телевизионным станциям [7]) и программнопроизводящих фирм создает ситуацию жесткой конкуренции, необходимость любой ценой завоевывать внимание зрителя для привлечения рекламодателей. Будучи наемным работником, каждый тележурналист, начиная от руководителей телеканалов, вынужден лоббировать интересы владельца данного СМИ. В.Цвик позиционирует это обстоятельство как «печальную традицию советских времен» [8. С. 94].

4. Несовершенство правовой базы и, как следствие, игнорирование журналистами морально-этических норм в связи с отменой цензуры в начале 1990-х годов не только оказывает деструктивное воздействие на массовое сознание, но и подрывает авторитет телевидения в обществе.

Последовательно проследить эволюционный процесс постсоветского телевидения, практически, невозможно в силу его дискретности и несбалансированности. Анализ изменений телевизионной сетки самых значимых телеканалов, например, 1 канал (ОРТ), НТВ и местных телеканалов, например, г. Екатеринбурга, тематический подход и характер самых рейтинговых передач в течение последних двадцати лет позволяет определить вектор развития российского ТВ в постсоветский период и его воздействие на формирование «картины мира» индивида.

В самом начале 1990-х годов, с появлением нового типа вещания, один за другим появляются телепроекты, на первый взгляд, очень разноплановые. Но при детальном рассмотрении, можно отметить «человеческое измерение», которого так не хватало советскому телевидению.

Первые телепередачи нового типа, пока еще не утратившие профессиональной интеллигентности, радикально развернули зрителя от идеологии к делам

частным. Например, Телевикторина «Поле чудес» в противовес элитарной программе «Что? Где? Когда?» подкупала демократичностью в выборе участников и доступностью заданий. Популярность ТВ-проектов «Пока все дома» и «Смак» основана на извечном любопытстве публики к частной жизни своих кумиров, желании сопоставить их с собой. Такие разные программы «Белый попугай» и «Играй, гармонь» обращаются к любимым народным жанрам – анекдоту и частушке. В студии программы «Тема» Влад Листьев на равных общается с залом, обсуждая серьезные политические и общественно значимые вопросы.

Эти телепроекты, этически и эстетически выдержанные, хорошо срежиссированные, но уже открыто рассчитанные на массовую аудиторию, можно считать пограничными. Они наметили вектор развития «нового» телевидения, определив основные направления: «Образ жизни», «Телеигра» и различные развлекательные жанры соседствующие с передачами, построенными на обсуждении как политических вопросов, так и проблематики повседневности.

Последующий процесс развития российского телевизионного творчества можно охарактеризовать как период экспериментаторства с формой, выбором тем, даже с образом ведущего. При этом журналисты начинают неукоснительно руководствоваться критериями, заимствованными из американских учебников, которые приводит в своей книге В.Л.Цвик: близость темы к потребителю информации и степень интереса; известность кого-либо или чего-либо; своевременность и уникальность; масштабность новости по степени ее важности; конфликт в самом широком смысле толкования этого слова; необычность либо аномальность в развитии событий и проблем, нестандартные факты обычной жизни. [8. С. 42]

Так конфликт и аномальность, напрямую связанные с ними скандальность и игра на самых низменных сторонах человеческой души положены в основу

множества программ, появившихся на экране в последние два десятилетия: «Маска», «В постели с...», «Большая стирка», «Про это», «Секс с Анфисой Чеховой», «Пусть говорят», «Максимум» и пр.

Нормой становится коллективное обсуждение бытовых и правовых вопросов конкретного человека в телестудии. Очевидно, такой подход первоначально рассматривался создателями как шаг в постижении себя, причем рассчитанный именно на массового зрителя. Однако этот массовый зритель представляется телевизионным «небожителям» с критически низким уровнем развития, падкого на «клубничку» и склоки.

И в этом мы усматриваем характерную для современного телевидения тенденцию «упрощения»: выбираются общедоступные и общезначимые темы, рассматривающие человека «здесь и сейчас». Информация подается в едином ключе, рассчитанном на естественные человеческие эмоции, что чаще всего противоречит рациональному анализу. А подозрительность ко всему советскому, заидеологизированному, укоренившаяся в годы реформ, привела сначала к релятивизму, а затем и к деструкции человеческих ценностей, стремлению максимально упростить картину мира. В результате, человек разрывает надоевший кокон культуры и выходит в первоначальное, природное.

Ф. Раззаков, в книге «Блеск и нищета российского ТВ» констатирует тенденцию полного нивелирования каких-либо нравственных и эстетических норм с единственной целью – превращение телеэфира в массовое зрелище. Почему-то предполагалось, что если отбросить шелуху воспитания, образования и традиций, то под ними обнаружится общее начало – инстинкты и насилие. Они лежат в основе человека, они и обнажились в момент культурного раскола.

О двух важнейших потребностях человека – любви и самоуважении – было основательно, осознанно или неосознанно, забыто. Один из примеров – псевдо-

народный телепроект «Эх, Семеновна!» (Первый канал), который был заявлен как конкурс частушек. За основу в основном брались «соленые» частушки, с использованием ненормативной лексики и антисоветской направленностью. Этакое хулиганство в студии, декорированной в стиле «а-ля рюс», транслируемое на всю страну. Этот ряд вскоре пополнили юмористические передачи с предельно низким качеством юмора и активно разрекламированные: «Кривое зеркало», «Наша Раша», «Comedy club», разнообразные скетч-шоу. Подобный нигилизм по отношению к этическим нормам свойственен революционным эпохам вообще и всегда несет в себе риск саморазрушения культуры.

Собственно развлечение получает «денежный эквивалент». Множеством телеигр и викторин («Поле чудес», «Кто хочет стать миллионером», «О, счастличик!» «Угадай мелодию» и пр.), рассчитанных не на умение размышлять, а на случайный запас знаний и простое угадывание, объединяет общий элемент – деньги (выигрыш). (Напомним, что ранее в клубе знатоков «Что? Где? Когда?» , теперь позиционирующем себя как интеллектуальное казино, ранее разыгрывались книги, которые в постсоветское время тоже заменили денежные призы).

Ради значительного денежного приза участники появившихся множества реалити-шоу подвергают себя довольно жестким испытаниям. Это может быть длительное существование на необитаемом острове («Последний герой»), в замкнутом пространстве под постоянным наблюдением видеокамер («За стеклом», «Дом-2»), участие в серьезных спортивных соревнованиях («Жестокие игры»), демонстрация талантов («Минута Славы»), либо «обнажение» темных сторон души перед многомиллионной аудиторией («Детектор лжи»). Каждый из этих проектов, предоставляя возможность для самовыражения и испытания участников, подразумевает новое для менталитета бывшего российского человека условие – Выгоду.

Культ материального и физиологического становится основой в объединении людей, в соответствии с этим корректируется и язык культуры, и этические нормы. Сложное и утонченное, а с ними и профессиональное утратило почву, маргинализируясь (яркий пример – «Фабрика звезд», практически перечеркнутая необходимость музыкального образования для певца).

Характер телевидения 1990-х годов наглядно демонстрировал кризисное состояние умов – отторжение «сложного» и стремление к предельному «упрощению» жизни, осмыслению бытия преимущественно на уровне житейского опыта обыденного сознания.

Отсюда и особая популярность, особенно в эфире местных телекомпаний, так называемых потребительских программ, позволяющих зрителю адаптироваться в новой ситуации товарного изобилия. На центральных каналах, рассчитанных на огромную, удаленную, близкую аудиторию, таких передач немного. Можно назвать лишь «Модный приговор», «Квартирный вопрос», «Дачный ответ», в основе которых лежит идея создания своего имиджа и обустройства жизненного пространства. На местных телеканалах, где связь продавец-покупатель более тесная, ситуация иная. Только в Екатеринбурге таких передач несколько десятков: «Вкус жизни», «Жилье мое», «Гостиный двор», «Мельница», «Пятый угол», «Я выбираю», «Отдел товарного качества» и т.д. Все они, созданные в жанре «телемагазин», легко объединяются под названием одной из них – «Инструкция по применению». Отличающиеся между собой лишь ведущим, эти программы внутренне подобны, представляя собой калейдоскоп сюжетов рекламно-информационного характера. При этом элементы программы, не выстраиваясь в единую концептуальную систему, создают некую, синкретичную по своей природе, картину новой повседневности.

Основной фон, сложившийся на российском телевидении и вызвавший активную критику в обществе упоми-

навшийся Ф. Раззаков характеризует так: «ТВ празднует победу блатного мышления над гражданским во всем: в речи, музыке, фильмах и сериалах, морали, одежде, поведении» [6. С. 534]. Составляя хронику российского телевидения в книге «Блеск и нищета российского ТВ», автор делает особый акцент на отсутствии морали в среде тележурналистов и целенаправленную политику криминализации сознания, когда «...идеал девушки – содержанка, а молодого человека – деньги без труда» [6. С. 534]. Тема разрушения и гибели, создание атмосферы страха, агрессии и просто тревоги становится «визитной карточкой» постсоветского телевидения.

В середине 1998 г. группа по изучению аудитории ВГТРК провела анализ сеток вещания пяти московских каналов-лидеров (ОРТ, РТР, НТВ, ТВ-6, ТВ-ЦЕНТР) в течение двух недель июля. Оказалось, что в сумме в течение каждой недели на этих телеканалах транслируется не менее 80 передач и фильмов, содержание которых связано с преступностью, агрессией и насилием. Их общая продолжительность составляет около 9 часов в день, около 62 часов в неделю. Среди них «Дежурная часть» (РТР), «Дежурный патруль» (ТВ-6), «Криминал» и «Криминальные хроники» (НТВ), «Человек и закон» (ОРТ) и пр. Параллельно идет бесконечная череда боевиков, детективов, триллеров и даже зарубежных мультфильмов, среди которых много откровенно агрессивных лент. В результате, на отдельном канале в течение одного дня может быть до 6 выпусков передач и фильмов с агрессивной направленности [6. С.108].

В этой способности создавать в воображении преувеличенный образ страха известный политолог С. Карамурза усматривает основу для стратегии манипуляции сознанием. «Потому что иррациональный страх – очень действенное средство «отключения» здравого смысла и защитных психологических механизмов. Потрясенный страхом человек поддается внушению и верит в любое

предлагаемое ему «спасительное» средство». [3. С. 163 ]

Лишь к 1996 г. общественность начинает осознавать пагубное влияние нового типа телевидения. Первой попыткой ослабить это влияние можно считать появление в 1997 г. телеканала «Культура», кардинальное отличие которого от остальных телеканалов заключается, прежде всего, в отсутствии рекламы. Тем не менее, при всех своих достоинствах низкий рейтинг канала красноречиво указывает на соотношение элитарной и массовой аудитории.

В 2000-е гг. вместе с переменной умонастроений россиян, ситуация начинает видоизменяться и на ТВ. В телевизионном эфире появился целый ряд программ новых по своему звучанию. Например, телепроект «Жди меня», оказывает реальную помощь в поиске людей, благодаря всемирному охвату. Программы в жанре «Трансляции из зала суда» («Федеральный судья», «Суд идет» и пр.), можно рассматривать как предельно популяризированный правовой ликбез. На экран вернулась военно-патриотическая тематика. По-новому зазвучали и отвергнутые ранее идеи коллективизма. Так, если в предыдущее десятилетие командный дух сохраняли лишь участники клуба «Что? Где? Когда?» и возрожденного КВНа, то новые проекты (и соревновательные программы, и телесериалы) все чаще строятся на пропаганде ценностей коллективизма (т/с «Морские дьяволы», шоу «Большие гонки»).

Сегодня телевизионная картина представляется максимально упорядоченной. Об этом говорит сама телевизионная сетка. С понедельника по четверг перечень передач, например, Первого федерального канала вплоть до программы «Время» остается абсолютно неизменным. Четко фиксируется новый способ освоения реальности, который В.Зверева характеризует как способность «думать сериалом», «размечать и членить информационные потоки, распространять на нехудожественные области специфические конструкции мелодраматического воображения» [2] Это качество, по мне-

нию В.Зверевой, дает аудитории удобные формы освоения реальности. Отсюда необычайный расцвет российских телесериалов, появление программ в жанре «Жизненная история», ориентированных на привычное, легко узнаваемое, («Давай поженимся», «Федеральный судья», «Кулагин и партнеры», «Понять простить») в разряд ежедневных, что также напоминает бесконечный сериал.

В целом же, как справедливо отмечает В.Зверева, «в рамках одной программы нередко сталкиваются или сочетаются идеологии и риторики модернизированного информационного общества, либерального социума с консервативными военно-патриотическими, антизападническими идеями, социокультурные инновации с устойчивыми стереотипами восприятия «себя», «своего» и «чужого». Способы репрезентации реальности в телевизионных программах также носят черты гибридности: образцы, усвоенные из европейских и американских СМИ, переводятся на языки российской медиакультуры, синтезируются с востребованными формулами советского телевидения, соединяются с новыми мифологиями изобретенного прошлого» [2].

Экономический кризис в стране привел к неожиданным результатам. Наметилась новая тенденция ностальгии по прошлому, потребности возврата к корням, к прежним ценностям. Наглядный пример – создание музыкального шоу «Достояние республики», «самого ностальгического из всех музыкальных», с подбором песенного репертуара советского прошлого, и диалогом зрителей, представляющих разные поколения. А сравнительно новый проект «Моя родословная», герои которой демонстрируют путь создания своего «семейного древа», намечает пути для преодоления духовного и культурного кризиса.

Обобщая сказанное, отметим, что с художественной точки зрения современное российское телевидение полностью имманентно уже сложившимся канонам и традициям эпохи постмодернизма. Ему присущи все основные черты но-

вой эстетики: непрерывный информационный поток, активное использование приемов эклектики и театрализации, а также превалирование игрового начала.

Сам же анализ содержательного наполнения российского телевизионного эфира позволяет наглядно проследить за процессом трансформации аксиологической составляющей современного российского социума: постепенная утрата принципов коллективизма, воцарение индивидуализма и новых способов взаимоотношения с миром в соответствии с моделью «человек-вещь», доминирование рационализма и чисто материальных критериев в определении смысла жизни наряду с ностальгией по некоей объединяющей Идее и стремлением к пересмотру высших ценностей бытия. Для определения социальной роли российского телевидения целесообразно, на наш взгляд, воспользоваться классификацией А.Моля [5], выделяюще-

го демагогическую и догматическую доктрины, воздействующих на различные слои культурной пирамиды.

Безусловно, что базируясь на мозаичности материала, его упрощенности и сжатости, отвергая любые усилия со стороны зрителя, российское ТВ предполагает предельную массовость, доходчивость и узнаваемость. Ее основная задача- построение удобного плацдарма для размещения рекламы.

В то же время, путем формирования определенных догм складывается микросреда, определенный стиль и образ жизни, тип мышления. Эти инъекции, по сути своей, направлены на самые высокие слои культурной пирамиды, на тех, кто «восприимчив к окраске» [5. С. 311] сообщений. Это воздействие рассчитано на длительный срок и носит характер кулуарного процесса, трансформирующего ценности общества.

### ЛИТЕРАТУРА

1. Барабаш Н. А. Телевидение и театр: игры постмодернизма. – М.: КомКнига, 2010
2. Зверева В. «Новые русские» сериалы. [Электронный ресурс]. – URL: [http://www.ural-eltsin.ru/knigi/rossija\\_na\\_rubezhe/document633/](http://www.ural-eltsin.ru/knigi/rossija_na_rubezhe/document633/)
3. Кара-Мурза С. Г. Манипуляция сознанием. – М.: Эксмо, 2009.
4. Костоусов В. П. «Говорит и показывает Свердловск...» Телевидение, которое мы делали и любили. – Екатеринбург: Банк культурной информации, 2005.
5. Моль А. Социодинамика культуры. – М.: Изд-во ЛКИ, 2008.
6. Раззаков Ф. «Блеск и нищета российского ТВ». – М.: Эксмо, 2009.
7. Социология в России / под ред. В.А.Ядова – М.: Изд-во ин-та социологии РАН, 1998.
8. Цвик В. Л. Телевизионная служба новостей. – М.: Юнити, 2008.