

УДК 930:002 (575.2) (04)

ТЕЛЕВИДЕНИЕ В СОЦИАЛЬНО-ИСТОРИЧЕСКОМ АСПЕКТЕ

Ф.М. Чернов – соискатель

Historical stages in media industry development. Television as an indicator of epoch. From laboratory experiments to the socio-political, cultural and business impact.

За вековую историю существования телевидение обрело свой язык обращения к аудитории, собственные содержательные формы и программные структуры, выработало и утвердило свое особое творческое производство.

Телевидение включено в сложный и многоуровневый социальный контекст: сопряжено с политикой и экономикой, с духовной культурой и материальным бытом, с общественной психологией и идеологией. Причем “внешнее” бытование ТВ носит разный характер: от каких-то социальных феноменов оно явно зависит, другие лишь отражает, а иные формирует. Телевидение движется вместе с обществом и на конкретных этапах обнаруживает разные приоритеты своей программной деятельности. Чтобы понять и обозначить эти приоритеты, надо понять и обозначить конкретно-исторические и социальные детерминанты самого телевидения.

Почему в обществе, обретающем признаки гражданского, освободившемся от цензуры, все еще нет основания утверждать, что содержательная направленность ТВ адекватна представленным ему правовым нормам свободы? Почему вокруг телевидения и внутри него самого постоянно возникают катаклизмы – “информационные войны”, то затихающие на время, то ожесточающиеся? Именно потому, что в силу уникальной изобразительно-выразительной природы, мощи психологического воздействия на массовое сознание, беспрецедентного по масштабу охвата аудитории телевидение, прежде всего, изначально было и

остается политически детерминированным институтом [1–16].

Политика, в упрощении, есть борьба за власть – ее завоевание и удержание, концентрированное проявление интересов социальных групп (партий, движений, объединений и пр.) и отдельных личностей. И столь действенный инструмент влияния на общество, как ТВ, не может быть свободен от политической зависимости, где прямо или опосредованно присутствует интерес власти.

Вторая составляющая, со всей очевидностью определяющая лицо современного телевидения, особенно в последнее десятилетие – это бизнес.

Коммерциализация программных каналов носит едва ли не всеобщий характер. Руководство государственного канала РТР фактически отказалось от бюджетного финансирования и статус единственного некоммерческого федерального канала “Культура” поддерживается за ее счет. Финансовая самостоятельность, на первый взгляд, освобождает от прямого государственного вмешательства, от диктата власти и ставит программную политику ТВ в исключительную зависимость от количественных показателей собираемых аудиторий, то есть от рейтинга. Такой механизм функционирования ТВ выглядит, внешне во всяком случае, демократичным: ограничивает возможности политического манипулирования массовым сознанием, с одной стороны, и выходит навстречу запросам, потребностям, интересам аудитории – с другой.

На деле в нынешней практике телевидения, как и во многих других социальных сферах нашего общества, обнаруживается несовпадение, порой конфликт возможного и реально существующего. На деле власть, а за ней – мощные корпоративные группы и объединения отнюдь не уходят от влияния на ТВ. Не уходят по той причине, что не могут себе позволить отказаться от столь эффективного инструмента социального управления, от необходимости постоянно поддерживать на должном уровне лояльность граждан, особенно когда последние выступают в роли электората. Именно когда наступает судьбоносная для власти пора (предвыборная борьба, избирательная кампания, выборная страда и пр.), политическая ангажированность телевидения проявляется особенно наглядно. В пору межвыборного затишья политическая составляющая уступает первенство коммерческой доминанте, деятельность ТВ всецело подчиняется законам бизнеса, рынка, рейтинга – извлечению прибыли. Однако на стратегическом уровне за политикой всегда остается последнее слово.

С переходом к экономической многоукладности, к политическому и социокультурному плюрализму, с утратой идеологии, то есть коллективной идеи, зафиксированной общественным сознанием и объединяющей нацию (народ, население страны), пропаганда теряет свое содержательное наполнение. Но не исчезает: целеполагание, планомерность и систематичность воздействия на массовое сознание, обслуживание политики – все эти компоненты остаются. Центр тяжести перемещается в сторону пропагандистских техник. Или, как теперь принято говорить, политтехнологий.

На первый план выходит разновидность пропаганды, получившая наименование (впрочем, широко применяемое еще с конца 50-х гг. XX в.) манипуляции. Обозначим ее как преднамеренное отклонение информационных потоков от реальной действительности. Такая разновидность пропагандистской деятельности по определению негативна, а в некоторых проявлениях и опасна.

Внедрение политической рекламы, возникновение и быстрое развитие методов работы с публикой – паблик рилейшнз, совершенствование избирательных технологий, поиск способов “конструирования образа” – имид-

жмейкерство – все это способствует расцвету и универсализации пропагандистской манипуляции, особенно в современной ситуации и особенно на почве телевидения.

В истории телевидения отчетливо просматриваются два неравноценных по общественной значимости периода. Первый вернее назвать *предысторией*, научно-техническим экспериментом, когда шел поиск оптимального пути (противостояние сторонников “механического” и электронного ТВ), второй период – собственно история ТВ как средства массовой информации и шире – массовой культуры [2: 21].

Выход телевидения за пределы лабораторий к массовому зрителю совпал по времени с переломными моментами в жизни советского народа. События XX съезда Коммунистической партии (1956 г.), где впервые были подвергнуты критике прежние методы руководства страной (но не основы самого режима), вызвали в людях небывалый душевный подъем и надежды на обновление. Несмотря на крайнюю противоречивость, половинчатость и непоследовательность проводившихся тогда преобразований, в историю новейшего времени они вошли под названием “хрущевской оттепели”. (Метафора, обозначившая период относительных свобод после разоблачения сталинизма, произошла от названия повести Ильи Эренбурга, изданной в 1954 г.)

Программная политика телевидения обнаруживает столь же противоречивый и непоследовательный поиск соответствия линии правящей партии. Стремление избавиться от тотального идеологического контроля пресекается постоянными кадровыми чистками. Творческое освоение новых тематических рубрик, новых для телеэкрана жанров ограничивается всепроникающей цензурой. Преодоление профессионального дилетантизма сопровождается укреплением “административного ресурса” и т.д. Даже господствовавшее тогда как техническая неизбежность, “прямое” ТВ и репортажность как преобладающий метод телевизионной журналистики были содержательно сопряжены с меняющимися векторами общественно-политических перемен.

Телевидение – индикатор времени. Последующее двадцатилетие (1964–1985 гг.) –

“период застоя” – также со всей очевидностью являет причинно-следственную связь нашего телевидения и отечественной истории.

Год 1968-й окончательно разрушил надежды на демократические реформы в стране. Более того, введение войск Варшавского Договора в Чехословакию, инспирированное советской партийной верхушкой, ознаменовало собой начало распада коммунистической системы в общемировом масштабе и практическую изоляцию СССР от остального мира. Это последнее обстоятельство подталкивало партийное руководство к усилению идеологического прессинга, и прежде всего – на практику всех источников массовой информации и пропаганды. Создание Гостелерадио СССР в ранге союзно-республиканского министерства (1970 г.), доведенная до абсолюта централизация контроля программной политики ТВ, выдвигание ТВ на первое по значимости место в системе СМИ – все эти мероприятия свидетельствовали, что КПСС возлагает на телевидение особые задачи и связывает с ним особые ожидания [3: 16].

Содержательным стержнем экранной документалистики в 70-е гг. становится новая мифология: культ очередного вождя партии и “всего советского народа”, “верного ленинца”, “выдающегося военачальника” Л.И. Брежнева, “пропаганда успехов” вместо аналитической публицистики и полное вытеснение журналистского телевидения дикторским, поскольку личность мыслящая, импровизирующая в кадре, пропускающая информацию через собственное мнение, оказалась невостребованной. Функция журналиста свелась к роли “подручного партии”. Показательно, что даже технический прогресс (внедрение видеозаписи в практику ТВ) был поставлен на службу идеологической обработке массового сознания. Предварительный монтаж, сопряженный с редакторским контролем и обязательным прохождением через цензуру, избавлял от любых неожиданностей в эфире. Телевидение 70-х гг. стало, таким образом, политически и идейно стерильным и в то же время четко отлаженным производственным (прежде всего на технико-технологическом и организационном уровне) механизмом.

Причинная связь ТВ с общеполитическим контекстом наблюдалась и в переломный период после 1985 г., в эпоху “перестройки и

гласности”. Примечательно, что провозглашенная новым лидером партии и государства М.С. Горбачевым гласность (которая, по существу, и стала решающим фактором, обрушившим прежний строй) реализовалась раньше всего в печатной журналистике (“Огонек”, “Московские новости”). Телевидение, как самый действенный инструмент массового влияния, еще долго оставалось под жестким контролем власти. “Прожектор перестройки”, “600 секунд”, “12 этаж”, попытки молодежной программы “Взгляд” вырваться за рамки официальной телепропаганды выглядели, на фоне стремительно освобождавшейся от диктата сверху печати, вспышками отчаянной смелости. Полное отключение телеэкрана от текущих событий во время путча 1991 г. (знаменитый своей символичностью “танец маленьких лебедей”) подвело промежуточный итог 40-летней истории государственного телевидения СССР [4: 34].

Десятилетия идеологического давления, цензурного процеживания каждого текста, изоляция от внешнего мира, от творческого взаимодействия преодолевались российским телевидением постепенно. Наметился возврат к прямому, сиюминутному показу, ТВ после долгого периода господства “консервов” (видеозаписи) возвращалось к собственным истокам. Снятие цензурных запретов, конституционно охраняемые права, конкретизированные в Законе о СМИ, вполне логично привели к появлению на экране раскрепощенного и публично мыслящего человека, а также к явному смещению внутрпрограммных пропорций в сторону вербальных жанров.

В творческом симбиозе профессий также произошли заметные сдвиги и перестановки. Прежде всего, завершилась пора “дикторского телевидения”, упорно культивировавшегося в 70–80-е гг. Диктора заменили ведущим, редактор, прежде управлявший “идейным содержанием”, занял подобающее ему место организатора, работающего с автором, и литературного стилиста.

Журналист-ведущий обрел утраченную некогда личностную определенность, собственное “я”. Он становился не просто проводником стратегических целей и ситуативных задач данного источника информации, но и

принимал на себя роль толкователя и наставника жизни для миллионных масс.

С середины 90-х гг. в практику СМИ вторгается новый фактор влияния, содержательный и функциональный: бизнес. Коммерциализация и стремительная приватизация приводят к появлению в орбите ТВ крупных капиталов. Рекламные поступления, на первых порах никем и никакими правовыми актами не регулируемые, порождают криминализацию. Попытки борьбы с ней или хотя бы простого упорядочения стихийных денежных потоков приводили к моральным потерям и даже физическим жертвам.

Повсеместное заимствование зарубежного опыта внесло, конечно, свежую струю в наше “застойное” телепроизводство, но занесло на российскую почву немало и такого, что оказалось неприемлемым, несовместимым с отечественным самосознанием. Сенсация и развлечение, став основным строительным материалом телевизионных программ, практически вытеснили важнейшие по своему функциональному назначению направления – культурно-просветительное и учебно-образовательное.

Функциональная направленность нынешнего ТВ обнаруживает иные исходные ориентиры.

Во-первых, это *деньги*. Как фетиш, как философия бытия, даже как физический участник телевизионного действия (нравственно ли за удачный ответ в телеигре получить сумму, равную 3–5, а то и 10-летнему заработку школьного учителя?).

Во-вторых, это *страх*, работа на инстинкт самосохранения. Широко эксплуатируется и на уровне игрового вымысла (от американских ужасиков до отечественной “Убойной силы”), и на уровне пестрого разнообразия документальных жанров – от репортажных (“Дорожный патруль” и т.п.) до сюжетно организованных, сконструированных по законам драматургии (“Криминальная Россия” и др.)

В-третьих, это *секс*. В смягченных формах на метровых федеральных каналах и в формах грубой откровенности, нарушающей общепринятые нормы приличия – в дециметровых диапазонах (“Семейные страсти” на REN-TV, “Девичьи слезы” на СТС и “зияющая вершина” – “Окна”, ток-шоу Д. Нагиева, ставшее программным стержнем канала и в дневном, и в вечернем блоках).

Таким образом, на фоне скрытой, а порой и доминирующей политической составляющей деньги, страх и секс со всей очевидностью стали определять программную направленность каналов отечественного ТВ.

Даже не реализуя своей образовательной или культурно-просветительской функции, телевидение, тем не менее, учит. Учит *жить*, вольно или, что чаще, невольно, предлагает *быть*, как на экране, *поступать*, как его герои-персонажи. А уводя из мира реального в виртуальный, экранный, ТВ неизбежно и поступательно формирует (если не деформирует) психику массового потребителя [5: 41].

Панораму телевизионных программ, сложившуюся на рубеже столетий, можно оценивать двояко: либо как временное состояние на период политического затишья, либо как перестройку на долгую перспективу. В пользу последнего говорит наступившее примирение кланов, корпораций, политических движений и партий с властью, сопровождаемое практическим отсутствием реальной оппозиции и усилившимся, пусть и опосредованным, контролем за общенациональными каналами [6: 17].

Вступив в XXI в., отечественное телевидение – вместе с коренными общественно-политическими, экономическими, социокультурными преобразованиями – тоже изменилось радикально:

- окончательно утвердилось как главный источник информации, средство развлечения (и – отвлечения), способ организации досуга массовой аудитории;
- создавая “вторую реальность” (вне пределов нашего опыта), телевидение моделирует наше отношение к миру действительному, предлагает интеллектуальные, эмоциональные и поведенческие образцы, в той или иной степени управляющие человеком;
- телевидение наделено мощным ресурсом технико-технологических и выразительных средств для реализации своих общественных функций, равно и деструктивных целей, включая манипуляцию массовым сознанием;
- современное телевидение обнаруживает двухэтапную цикличность: период активной включенности в избирательные кампании, где доминирует политическая ангажи-

- рованность ТВ, и межвыборный период, подчиненный законам рынка (рейтинга);
- из сферы деятельности ТВ России заметно вытесняются значительные составляющие: *социально-интегрирующая* (в угоду социально-управленческой), *культурно-просветительная* (подмененная развлекательной), *нравственно-воспитательная* (перекрывая китчевым масскультом). Исключения, частные вкрапления в программы лишь оттеняют общую тенденцию;
 - наметившийся процесс усиления государственного влияния на ТВ может обернуться утратой программного многообразия, в том числе оппозиционной власти потенциала; достойной альтернативой государственному (слияние с властью) и коммерческому (слияние с капиталом) может стать только *общественное* телевидение.

Среди исторически сложившихся организационных форм телевидения – государственного, коммерческого, общественного – только последнее с полным правом можно назвать функцией самого общества. Именно общественное телевидение способно удовлетворять интересы и потребности дифференцированного зрителя (детей, молодежь, женскую аудиторию, профессиональные, конфессиональные группы, клубы досуговых увлечений и т.д.). Механизм функционирования общественного ТВ прост и прозрачен: содержится самим обществом (абонентная плата потребителей) и контролируется им (через общественные советы, избираемые из числа авторитетных личностей) [7: 61].

Практически каждая из цивилизованных стран имеет такое телевидение. Причем оно успешно соседствует с коммерческими каналами, а государственная форма ТВ постепенно становится фактом истории. Классические образцы общественного телевидения – Би-Би-Си в Великобритании, ARD и ЦДФ в Германии, “Юлейсрадио” в Финляндии, Эн-Эйч-Кей в Японии и т.д.

Дифференцированное, адресованное отдельным социально-демографическим группам, содержание программ общественного ТВ, конечно, снижает общий рейтинг канала. Зато существенно, если не сказать – качественно, повышает его духовную значимость, культурно-просветительный потенциал.

Государственное или коммерческое ТВ, как известно, создаются в результате волевых усилий сверху или вмешательства со стороны: то и другое возникает без участия общества, навязывается ему. Появление же общественного ТВ причинно связано с изменениями в социальной структуре: оно возможно там, где есть достаточно обширная и надежная социальная база – так называемый средний класс.

Средний класс – тот многочисленный слой людей, куда входят и высококвалифицированные рабочие, и представители малого и среднего бизнеса, и работники умственного труда. Этот класс составляет опору любого гражданского общества, служит мерой его цивилизованности, залогом устойчивого развития.

После потрясений августа 1998-го пришла пора относительно стабильной экономики, наметился рост основных ее показателей, повысился жизненный уровень некоторой части населения. И вполне закономерным представляется тот факт, что идея зарождения общественного телевидения как в России так и в Кыргызстане не просто широко обсуждается, но и обретает силу согласованной инициативы влиятельных политических партий, выдвигающих ее на рассмотрение высших законодательных органов своих стран.

Литература

1. *Борецкий Р.А.* В Бермудском треугольнике Т.В. – М., 1998; Осторожно телевидение. – М., 2002.
2. *Бурдян В.А., Володарская В.Е., Яроцкий А.В.* Советская радиотехника и электросвязь в датах. – М.: Связь, 1975.
3. *Глейзер М.* Радио и телевидение в СССР. 1917–1963 (даты и факты). – М.: Госкомитет СМ СССР по радиовещанию и телевидению, 1965.
4. *Глейзер М.* Радио и телевидение в СССР. 1917–1986 (даты и факты). – М.: Искусство, 1989.
5. *Муратов С.А.* ТВ-экология нетерпимости (история и конфликты этических представлений). – М., 2001.
6. Вестник ВГТРК. – 2000, январь.
7. *Юрский А.Я.* Телевидение – поиски и решения. – М., 1983; Очерки по истории Российского телевидения. – М., 1999.