

Т. А. Балакирева

ТРАНСФОРМАЦИЯ КОММУНИКАЦИИ НА ПРИМЕРЕ РОССИЙСКОГО ТЕЛЕВИДЕНИЯ¹

Коммуникация, как и любой общественный феномен, исторически трансформируется, так как изменения отдельных ее аспектов производят новые формы культурных практик взаимодействия. В настоящем исследовании хотелось бы сравнить телевидение различных периодов (1960–1970-е и 2000–2017-е годы) для определения следующих тенденций в трансформации коммуникативных стратегий: 1) бесконечная сериальность (аутопойэтичность); 2) моральные оценки; 3) статус события; 4) репрезентация пространственно-временного континуума; 5) отношение к идеологии и цензуре.

Телевидение как часть культуры России существует с 1934 года, когда впервые началось регулярное вещание по 1 часу 12 раз в месяц. Вместе с развитием технологии телевидение трансформируется, меняя форму и содержание. И даже сейчас, когда вроде бы жизненной необходимости в нем не наблюдается (так как информацию можно получить через Интернет), оно продолжает оставаться в качестве одного из востребованных медиа. В классификации, основанной на критерии популярности, телевидение отнесено к типу старых медиа. Ч. Р. Акланд в книге «Residual Media»² («Остаточные медиа») причисляет его к классу остаточных медиа, которые определяет как средства массовой информации, популярные до изобретения Интернета и до сих пор участвующие в формировании доминирующих тенденций в культуре.

¹ Статья выполнена при поддержке гранта РГНФ №15-33-01018 «Коммуникативные стратегии и культурные практики в период социокультурных трансформаций».

² *Acland Ch.R. Residual Media. Minnesota: University Of Minnesota Press, 2006.*

В. В. Савчук в исследовании медиа¹ предлагает выделять «повороты», которые ознаменовывают переход к доминированию соответствующего принципа в культуре. Только в XX в. он выделяет онтологический, лингвистический, иконический (пикториальный), антропологический, теологический, пространственный, медиальный повороты. При рассмотрении данной теории необходимо не упускать из внимания, что повороты не следовали один за другим, а происходили независимо друг от друга, они лишь имплицитно составляются в приведенную последовательность. Для настоящего исследования важен медиальный поворот, так как наиболее явные трансформации телевидения произошли именно в последние 30 лет вместе с возникновением Интернета, который, как средство коммуникации, на настоящем этапе развития цивилизации является доминирующим способом передачи информации.

Коммуникативные стратегии и культурные практики, как представляется, трансформировались на протяжении XX в. в различных направлениях по причине влияния на них идеологии и контента, поставляемого и предоставляемого пользователям посредством телевидения и иных средств коммуникации. Широкое определение коммуникации являет собой процесс передачи информации (сообщения) от общающегося к принимающему. Н. Луман о коммуникации в масс-медиа отмечает, что они описывают реальность, информируя общество о самом себе². Такой процесс непрерывен, так как самонаблюдение социума порождает производство сообщений и информации, провоцирующих возникновение «проблем», «дилемм» и общения на их тему, соответственно, коммуникация в данном ключе становится бесконечной. Каждая телепередача обещает продолжение, даже та, что представила последний свой выпуск, потому что на месте ее эфирного времени появится следующая. Здесь излишним было бы вспомнить, что количество эфирного времени изменилось с начала телевидения и до сегодняшнего дня: в 1934 г. в России телевидение работало на протяжении 1 часа 12 раз в месяц, теперь же оно работает круглосуточно, прерываясь лишь на короткие промежутки профилактических работ, вне зависимости от контента (он может повторяться, неустанно напоминая о бесконечности коммуникации).

Медиареальность современного российского телевидения имеет базисные элементы, позволяющие коммуникации не заканчиваться. Остановимся на них подробнее.

¹ Савчук В.В. Медиафилософия. Присуп реальности. СПб.: Изд-во РГХА, 2013.

² См.: Луман Н. Реальность масс-медиа. М.: Праксис, 2005.

Аутопойезис – это один из конститутивов современной медиа-реальности, по мысли Н. Лумана. Сущность его состоит в том, чтобы регулярно воспроизводить самого себя с целью дальнейшего существования и популярности. На телевидении время становится одним из наиболее важных смысловых измерений, так как именно оно делит континуум на периоды до и после события. Таким образом, основываясь на идее В. В. Савчука об ускорении темпов жизни, можно утверждать, что в современности в ситуации перманентного ускорения восприятия течения времени на настоящее, на тот миг, когда происходит нечто здесь и сейчас, выпадает все меньше и меньше, тогда как прошлое и будущее становятся за его счет больше. Н. Луман продолжает традицию великих «гениев подозрения» и отказывается в доверии новостным рубрикам на телевидении, обвиняя их в идеологичности, что не может быть подвергнуто сомнению при условии наличия в мировом порядке тоталитарных режимов и по сей день. Реальность масс-медиа становится реальностью наблюдения второго порядка, то есть это наблюдение за наблюдающим.

Беспокойство, которое наблюдается в средствах массовой информации по тому или иному новостному поводу, вызывает к жизни «умершую» мораль и моральные оценки, формируя новый тип аксиологических конструктов, определяющихся принципами консенсуса, солидарности и смыслоискания. За этим информационным шумом стоит лишь недостаток реальности, которым пользуется и телевидение, и газеты для того, чтобы его искусственно восполнять. Опыт, преподносимый реальностью масс-медиа, искусственен, так как реальная и фиктивная реальность смешиваются в сознании субъекта, который живо переживает не действительное, а поставляемое ему через медиа «знание». Для активизации морализаторства необходима скандальность, которую можно обнаружить в каждом из телевизионных шоу (но вспомним, когда возникли ток-шоу – в 1967 г., «Шоу Фила Донахью»). Количество адресатов того или иного медиа также является основным критерием, так как формирует рейтинг его популярности. Н. Луман утверждает, что масс-медиа косвенным образом воздействуют на конституирование реальности. Телевидение, по его разумению, провоцирует зрителя на восприятие чужого опыта как своего, переживание его толкает на моральные суждения и аналитику представленного как пережитого. Такая искусственность опыта, когда на самом деле его не пережили в реальности, создает современную коммуникацию. «Масс-медиа усиливают восприимчивость общества к раздражениям, а тем самым – и его способность перерабатывать информацию». Данное высказывание известнейшего социолога XX в. дает возможность в нашем исследовании утверждать, что медиа влияют и на скорость восприятия

информации социумом, что в современности подтверждается. Например, в случае чрезвычайного происшествия о нем можно быстрее и подробнее узнать из социальных сетей, чем из телевидения, которое в России зависит все-таки от государства, в интересах которого часто скрываются некоторые подробности произошедшего.

Одной из неотъемлемых характеристик масс-медиа является иное, чем в реальности, *конституирование события*: здесь даже мнение о произошедшем, о каком-либо явлении становится событием. Следствием такого обстоятельства дел на телевидении становится «спираль молчания», теория социального поведения, описанная Э. Нозль-Нойман. Суть данной модели поведения состоит в том, что при трансляции через средства массовой информации какой-либо точки зрения, обоснованной мнением «эксперта», у зрителя или слушателя формируется своеобразный страх перед авторитетом. Если позиция реципиента по этому вопросу отличается от идей «знатока», то возникает реализуемое желание не высказываться.

Е. Г. Соколов по этому поводу отмечает в своей монографии «Аналитика масскульта»¹ стерильность массовой культуры, которая своей глянцево-обложкой не дает возможности высказать обывателю из повседневности мнение на тему затронутой проблематики. Транслируя истины морали, массовая культура идеализирует их до такой степени, что провоцирует процесс отдаления и отчуждения, превращаясь в пустое морализаторство. «При тотальном доминировании масскульта радикальному пересмотру подвергается не только статус тех или иных предметов или ситуаций, но и сам принцип онтологизации по какому-либо основанию или в каком-либо разряде реальности». Следовательно, категории восприятия реальности также изменяются: происходит беспокойство времени и уменьшается значимость расстояния.

Пространственно-временной континуум в реальности, репрезентируемой телевидением, также приобретает особенные характеристики. *Время* становится временем беспокойства, так как событийное насыщение имеет высокую плотность (в новостной ленте – каждый репортаж о новом явлении, в развлекательной сетке телевидения – премьеры), количество событий увеличивается за счёт мнения, следовательно, возрастает и объем предоставляемой информации, которая, в свою очередь, обращает зрителей к фактам прошлого и потенциям будущего. Поэтому количество времени, уделяемого прошлому и будущему, увеличивается, сокращая момент настоящего, отвращая внимание телезрителя от происходяще-

¹ Соколов Е.Г. Аналитика Масскульта. СПб: Санкт-Петербургское философское общество, 2001.

го здесь и сейчас. *Пространство* расширяется, захватывая новое измерение, предоставляемое всеми собственниками телевизоров, так как экран открывает дверь в место, откуда ведется репортаж, или в локации кинофильма, как реальные, так и фантастические.

Дискурс власти на современном телевидении проявляется в двух вариациях, а именно: *в цензуре* и *в отношении к идеологии*. Принцип «прозрачности непрозрачности» дает возможность современным медиамагнатам прозрачно транслировать информацию, при этом непрозрачно воздействуя на мировоззренческую позицию телезрителя. С целью реализации этого тезиса в новостные рубрики добавляются оценочные высказывания, определяющие позицию редакции по тому или иному вопросу.

Для демонстрации трансформации коммуникации по вышеуказанным параметрам обратимся к истории русского телевидения¹, а именно к периоду 1960–1970-х гг. В СССР была создана самая крупная в мире система теле- и радиовещания, включавшая 160 программных радиотелецентров, более 18000 телевизионных и 1200 радиопередатчиков, 10 спутников и 500 тысяч километров наземных линий связи. Она обеспечивала почти полный охват населения на территории страны двумя телевизионными и тремя радиопрограммами из Москвы. В каждой из союзных республик (кроме России) существовала также программа, вещавшая на местном и русском языках.

В начале 1960-х гг. телевидение вещало нерегулярно, трансляции обычно завершались передачей «Последние известия», которая являлась повторением новостного выпуска радио, а позднее стала дополняться двумя или тремя сюжетами, снятыми специально для трансляции на телеэкранах. С момента добавления отличной от поданной на радио информации эти новостные выпуски стали называться «Телевизионные новости». В 1968 г. на экраны впервые выходит программа «Время», собирающая рекордную аудиторию (до 150 млн. человек ежедневно), что историки телевидения связывают со способом ее трансляции. Она выходила в эфир в 21.00, и так как ее были обязаны дублировать все каналы, то у зрителей просто не было никакого выбора. Содержание «Времени» состояло из: 1) официальной хроники (приезды и отъезды руководителей партии и государства, встречи на высшем уровне, многочисленные заседания); 2) выступлений передовиков производства, науки и культуры (для того, чтобы они могли поблагодарить с экрана правительство за предоставленные возможности и заботу о них); 3) рассказа об

¹ Голядкин Н.А. Краткий очерк становления и развития отечественного и зарубежного телевидения. М., 2001.

успехах социалистического содружества и бедственном положении трудящихся в мире капитализма.

В зависимости от очередной пропагандистской кампании акценты могли меняться, но все материалы имели тенденциозную популярную окраску и подавались сухим языком.

Идеологизация распространялась не только на информацию, но и на развлекательные и культурно-просветительные передачи. Партийные руководители обращали внимание на то, что телевидение использовало еще не все резервы для «морального и эстетического воспитания трудящихся». В ответ на эти призывы телевидение предложило претенциозные эпопеи, такие как «Летопись полувека», «Правда о великом народе», циклы о В. И. Ленине. Телефильмы воспевали «человека труда» и подчеркивали преимущества советского образа жизни. На экране отсутствовали многие жанры, давно вошедшие в обиход мирового телевидения: мыльные оперы, ток-шоу, триллеры и т. п. Зритель был огражден от мирового кинематографа, лишь в редких случаях он мог составить некоторое представление о зарубежном кино по отрывкам из «Кинопанорамы». На фоне информационно-пропагандистского контекста контента демонстрация удачных отечественных сериалов («Семнадцать мгновений весны») или редких зарубежных постановок («Сага о Форсайтах») воспринималась как сенсационное событие.

На волне хрущевской оттепели в самом начале появились передачи, выпадавшие из этого общего ряда. Важной вехой в становлении экранной публицистики было еженедельное обозрение Ю. Фокина «Эстафета новостей». Это были неотретированные беседы известных людей с ведущим, иногда сопровождаемые специально снятыми кинокадрами. Зрителей подкупала именно импровизационность, спонтанность передачи. Рубрика выбивалась из общей стилистики, когда все – от генерального секретаря партии до передовика производства занимались чтением заранее подготовленного материала. Разумеется, «живые» передачи с идеологической точки зрения таили опасность своей непредсказуемостью и по мере внедрения студийных видеоманитофонов подвергались цензурной правке в записи.

В 1961 г. впервые вышла в эфир популярнейшая передача «Клуб веселых и находчивых». Это были построенные на импровизации состязания в эрудиции и остроумии команд, состоявших из студентов вузов или представителей какого-то предприятия или города. Позднее такая же популярность выпала на долю игры эрудитов «Что? Где? Когда?».

В застойный период отечественной истории наибольшего успеха достигли авторы передач, носивших образовательный уклон:

«Клуб кинопутешествий», «В мире животных», «Очевидное – невероятное», «Кинопанорама». Выбор у зрителя был невелик, и любая рубрика, более или менее свободная от идеологической пропаганды, могла рассчитывать на гарантированную массовую аудиторию, особенно если ее создавали яркие, талантливые личности.

Трансляция телепередач в рабочие дни начиналась в 6:00 (в 1970-е – в 8:00) и продолжалась до 13:00, затем был перерыв до 16:00, в течение которого транслировался сигнал точного времени в виде стрелочных часов (по «Второй программе» транслировалась настроечная таблица). Вечерний эфир продолжался до 23:00 иногда до 00:00. В конце вещания несколько минут транслировался финальный сигнал, означающий окончание эфира с надписью «Не забудьте выключить телевизор».

Сравним коммуникацию телезрителя с редакторами телепередач (отправителями информации) в разные периоды:

Принцип сравнения	1960–1970-е годы	2000–2017-е годы
Аутопойезис	В рамках идеологии и строго ограничен по времени, так как трансляции не были непрерывными.	Перманентный и непрерывный аутопойезис, связанный с отсутствием регламентации по времени вещания.
Моральные суждения	Высказывались с точки зрения коммунистической морали.	В связи с возникновением новых видов передач (ток-шоу, мыльные оперы) произошло возрождение норм морали, основанных на консенсусе.
Конституирование события	Событиями являются новости, репрезентируемые в передаче «Время», иных новостных ресурсах телевидения, факт появления отличного от общего контекста контента («Семнадцать мгновений весны»).	Событием является не факт произошедшего в мире, а мнение, высказываемое по поводу случившегося.
Пространственно-временной континуум	Традиционное деление времени на прошлое, настоящее и будущее. Расширение пространства за счет трансляции новых, неизведанных обывателем локаций.	Большее внимание к прошлому, так как именно на основании произошедшего можно высказать мнение на ту или иную тему и предвосхитить будущее, следовательно,

		настоящее становится важным, только переходя в разряд уже явившего себя. Расширение пространства за счет трансляции новых, неизведанных обывателем локаций.
Цензура и отношение к идеологии	Цензура контента с точки зрения морали партии и открытая пропаганда идеологии.	Осуществление власти в медиа по принципу прозрачности знания, преподносимого зрителям, и непрозрачности воздействия.

Таким образом, в современной России телевизионная коммуникация значительно трансформировалась в сравнении с периодом 1960–1970-х гг., что произошло под влиянием не только новых жанров, но и по причине возникновения Интернета, который стал импульсом к переходу телевидения в разряд остаточных медиа.

Современная статистика популярности тех или иных передач демонстрирует спад интереса к контенту телевидения, так как он представляется вторичным по отношению к информации, возможность получить которую имеется у всех пользователей мировой сети. В настоящее время тенденции задаются именно в Интернете, так как его аутопойетические возможности значительно выше предоставляемых телевидением, которое ограничивается потребностями населения. Имеется в виду, что в социальную сеть обыватель может зайти в любое время при условии наличия стабильного соединения с Интернетом, а просмотр телевидения возможен только при условии наличия свободного времени и канала для восприятия информации.

Телепередачи занимают большее количество внимания, нежели обмен сообщениями в мессенджере, поэтому можно предположить, что дальнейшее развитие телевидения будет приобретать всё большую мозаичность, тогда как коммуникация со зрителем будет переведена в иные медиа (что видно на примере работы современного радио: у каждой радиопрограммы есть страницы в различных социальных сетях, где ведущие в режиме он-лайн общаются со слушателями с целью непрерывного аутопойезиса).