УДК 621.397.13:008 + 070.11:316.776.2

М. А. Мясникова

КУЛЬТУРНЫЕ ОСНОВАНИЯ ТЕЛЕВИЗИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Раскрывается роль телевидения как главного инструмента производства национальной культуры и создания образцов поведения; как социального и культурного института, объединяющего живущих на одной территории людей в единое целое. Изучаются связи разных направлений телевизионной деятельности и тематических групп вещания (таких как детское, молодежное, спортивное) с культурой.

К л ю ч е в ы е с л о в а: культура; культурный институт; виды телевизионной деятельности; функции телевидения; политическая, молодежная, повседневная, физическая, фольклорная, зрелищная культура; культура детства.

Сегодня телевидению особенно важно осознать свои связи с культурой. Телевидение рассматривают как ее коммуникативную подсистему, культурный феномен и культурный институт. Более того, как «наиболее значимый институт управления страной, целостно формирующий содержательную часть человеческого капитала. <...> По количеству функций этот институт беспрецедентен, потому что именно он сегодня производит и распространяет основную часть смыслового поля в стране» [4, *129*]. Даниил Дондурей подчеркивает, что это — «главный инструмент производства национальной культуры, создания образцов поведения. Институт объединения живущих на одной территории людей в нечто целое» [16, *5*]. О том же лет 10 назад размышлял Игорь Беляев: «...телевидение не просто создает виртуальный мир, который занимает умы все больше по отношению к реальной жизни. Оно становится для большинства населения новой средой обитания и формирует не только общественное мнение, но даже вмешивается в генетику или, лучше сказать, формирует менталитет народа. <...> В нынешних условиях телевидение — это центральный банк Культуры. Какое телевидение, такой и народ. Теперь пришла пора осознать, что деятель телевидения, прежде всего, служитель Культуры...» [2, *158, 160*]. А Генрих Юшкявичюс предлагал задуматься: «Телевидение — это самый дешевый и эффективный способ развития нации, поддерживания культуры, языка, традиций. <...> Систематическое выстраивание использования технологий важно. Но намного важнее для общества создание программной концепции телевещания в целом. Какие идеи и смыслы будут транслировать эти многочисленные каналы?» [20, *38*]. Таким образом, как еще раньше констатировал Борис Сапунов, «телевидение стоит на плечах не только технической, но и гуманитарной культуры во всем ее многообразии» [18, *35*].

Нередко культуру у нас понимают достаточно узко: либо как конкретные художественные произведения, либо как манеры поведения, обходя ее понимание

МЯСНИКОВА Марина Александровна — доктор филологических наук, кандидат искусствоведения, доцент, профессор кафедры телевидения, радиовещания и технических средств журналистики Института гуманитарных наук и искусств Уральского федерального университета (e-mail: avt89@yandex.ru).

© Мясникова М. А., 2015

как системы «ценностей, убеждений, которые для человека, ей принадлежащего, обязательны, это, по словам Андрея Кончаловского, этический код, ментальность, нравы...» [9, *6*]. Однако, как справедливо замечал Д. Дондурей, «эти темы практически не обсуждаются на телевидении. <...> Никогда не говорят о культуре в широком смысле, морали, национальных архетипах, характере. Хотя бы о национальной ценностной системе» [15, *13*]. И еще, по мнению Юрия Пивоварова, — о том, что культура, «должна стать максимально ответственной» [15, *26*]. Обсуждение этих проблем, безусловно, необходимо.

Вместе с тем на протяжении многих лет на главных российских каналах мы наблюдаем нечто противоположное: разгул развлекательности, гламура, криминала. В последнее время эксперты громко заявляют о том, что в нашей стране, по сути, произошла «культурная катастрофа», связанная с положением дел в телевещании, в частности, с исчезновением просветительских и культурологических программ на доступных массовому зрителю каналах. Как писал Ясен Засурский в 2005 г., «*это самая серьезная потеря* нашего телевидения, которая ничем не восполнена. По этому важнейшему для XXI в. показателю российское телевидение относится к числу наиболее отсталых в мире. Именно здесь необходимо принять срочные меры, чтобы восстановить образовательное вещание, которое имеет в России богатейшие традиции» [14, *11*]. А Сергей Муратов добавлял, что «вся национальная культура у нас существует только на канале “Культура”, т. е. она “не для всех”. Коммерческому телевидению не нужна культура, она не приносит прибыли» [Там же, *21*]. Способ выхода из тупика предлагал Д. Дондурей: «Безусловно, во всех странах мира зарабатывают на слухах, сплетнях, скандалах, несчастных случаях, на рассказах о частной жизни звезд. <...> Все это привлекает массовую аудиторию. Но балансом для этого должно быть движение “вверх”. <...> Без того, чтобы на российском экране хотя бы время от времени появлялись ученые, интеллектуалы. Без всего этого гигантский океан развлечения поглотит культурный потенциал нации» [5, *139–140*]. То есть деятельность телевидения, его текущие практики необходимо соединять с культурой. Из каких же элементов состоит эта самая телевизионная деятельность? И как эти элементы связаны с тем пониманием культуры, о котором мы только что сказали? Попробуем разобраться.

Понятие «деятельность» в современной научной литературе трактуется поразному. Не получает более или менее ясного определения и его соотношение с такими близкими понятиями, как «активность», «жизнедеятельность», «поведение», «практика». По словам Моисея Кагана, «в обычном словоупотреблении “деятельность” понимается как всякого рода практическая активность человека...» [8, *3–4*]. Причем деятельность и активность, будучи тесно связанными, охватывают и процессы духовного познания жизни, и практические операции, направленные на ее преобразование. Понятие «деятельность» традиционно рассматривают в качестве некоего объяснительного принципа, позволяющего выстраивать целую систему представлений для толкования тех или иных феноменов функционирования социума, сознания, культуры. Мы также воспользовались этим принципом и определили сущность телевидения через понятие «деятельность», характеризуя изучаемый нами феномен как социально-творческую

деятельность *синкретического* типа. Что в первую очередь означает: таковая деятельность представляет собой *совокупность* (*синкрез*) разнообразных видов деятельности, обусловливающих существование целого набора морфологических единиц — *направлений вещания* [13].

Ученые пишут о ведущих видах деятельности, сопровождающих человека с раннего детства до глубокой старости. В структуре человеческой жизни последовательно выделяются: *деятельность по поводу общения* (игры в раннем детстве), *художественная* (до школы), *познавательная* (в течение всего школьного периода), *ценностно-ориентационная* (в период формирования мировоззрения) и, наконец, *преобразовательная, практическая* (во взрослом состоянии). Эти виды деятельности потом сопровождают человека всю жизнь. Легко убедиться, что они отчетливо соотносятся с видами деятельности, представленными на телевидении в упомянутых выше *направлениях вещания*, нацеленных на определенные группы аудитории и реализующих себя в рамках коммуникации.

Одно из таких *направлений* обозначено нами как *массово-коммуникационное*, поскольку в нем особенно сильна коммуникационная доминанта. А одним из ключевых подвидов массово-коммуникационной деятельности на телевидении служит *журналистика*. Массово-коммуникационное направление *вбирает* ее в себя наряду с такими видами телевизионной деятельности, как PR, пропаганда, реклама. Кроме того, в телесинкрезе наиболее отчетливо различаются рекреативно-развлекательное, художественное и познавательно-адаптивное направления вещания.

Каждый из видов телевизионной деятельности, как и телевидение в целом, наделен определенным набором функций. Интересно, что термин «функция» также до сих пор не получил окончательного толкования в науке. *Функция* понимается то как *цель*, то как *следствие*, то как *требование*, то как *ожидание*. Словари трактуют функцию и как обязанность, предназначение. В применении к журналистской профессии функция также определяется в качестве *предназначения, обязанности*, некой идеальной модели и ориентира «для целевых установок журналиста» [19, *56*]. Вместе с тем функция понимается и как *непосредственное действие,* исполнение, совершение данной обязанности. «Функция, и, ж. (нем. Funktion < лат. functio исполнение)... Обязанность, круг деятельности, назначение» [11, *850*]. В этом определении для нас важна связь между понятиями «функция» и «деятельность».

Точного соответствия между функциями и видами деятельности внутри медиа нет. Соотношения этих двух явлений в телепространстве различны. С одной стороны, каждый вид телевизионной деятельности имеет свою ключевую *функцию*. Художественная деятельность культивирует художественно-эстетическую функцию, а в рекреативной деятельности, безусловно, доминирует развлекательная функция. С другой стороны, художественно-эстетическая, информационная, коммуникативная или экономическая функции пронизывают все телевидение сверху донизу в силу природы и условий его существования. К примеру, эстетическая функция на телевидении объемлет все виды деятельности из-за особенностей телеязыка. Столь же универсальной выглядит познавательная функция. А развлекательная порождает такие явления, как *инфотейнмент*, *политейнмент*,

бизнестейнмент, проникая не только в информацию, но и в политику, и в бизнес. Что касается политической и ценностно-ориентационной функций, то с ними связаны все виды массово-коммуникационной деятельности, будь то журналистика, реклама, PR, пропаганда. То есть названные функции реализуются в процессе коммуникации не через одну, а через разные виды телевизионной деятельности.

Функционально-деятельностная дифференциация телевещания России обнаруживает на современном этапе ряд тенденций. Обилие игр на отечественном телеэкране, к сожалению, провоцирует инфантильное состояние и телевидения, и общества. А такие важные направления вещания, как художественное и просветительское, сжимаются. В эфире активизируются забытая на время политическая пропаганда, а также прежде в нем вовсе отсутствовавшие реклама и PR. Последние все чаще сближаются с журналистикой, нередко воспринимаемой в качестве носителя либо рекламной, либо имиджевой информации. В результате меняется сам статус журналистики, теряющей порой социальную ориентированность и ответственность. Все это оказывает влияние и на телевидение в целом. Так из способа информирования и просвещения оно превращается в адаптивно-моделирующий механизм, средство развлечения, в коммерческое предприятие, инструмент нового политического влияния и при этом все реже защищает *духовное пространство*.

А между тем роль телевидения не только в создании, но и в хранении, и в трансляции культурно значимой продукции неоспорима. Хорошо бы наконец это не просто осознать, но и реализовать на практике, хотя сейчас, на наш взгляд, — не лучшее время для культуры. Многое здесь зависит от понимания культурных оснований телевизионной деятельности и связей телевидения с культурой, которую не очень-то корректно рассматривать лишь как отдельную его функцию, проявляющуюся в подготовке одного-двух сюжетов на культурную тематику, выдаваемых в эфир в завершение программы новостей перед спортом и погодой.

На самом деле культура должна проникать во все виды телевизионной деятельности, во все направления эфирного вещания и его тематические группы. Ибо культура — не отдельная функция или сегмент, а основа телевидения. Значит, мы должны думать о культурном наполнении и политических, и детских, и спортивных программ, а не только специальных, культурологических, включая художественные и просветительские. К примеру, политические передачи не должны быть изолированы от понятия «политическая культура», а журналисты, работающие в них, обязаны владеть ее азами и строить свои профессиональные стратегии, исходя из постижения истинного объема этого понятия. На практике же мы видим прямо противоположную картину.

Стоит ли говорить о катастрофическом состоянии детского телевещания. Ни на одном из главных эфирных каналов о детях даже не вспоминают, если не считать утренних показов для них иностранных мультфильмов, кратковременных встреч с ними в передаче «Спокойной ночи, малыши!» на канале «Россия» или их редких появлений на экране в советских художественных кинолентах и старых выпусках «Ералаша». Дети так же сегодня «загнаны в резервации» специализированных детских телеканалов, как и культура. Причем на этих детских каналах в основном

демонстрируется опять-таки зарубежная продукция не самого высокого уровня. А между тем культура детства — одна из важнейших составляющих морфологии культуры. Корней Чуковский отдал изучению детских тем немало сил, обнаружив в малышах великих искателей истины, самостоятельно стремящихся в первые годы жизни «внести хотя бы иллюзорный порядок в разрозненные, дробные знания о мире» [22, *118*]. Он полагал, что «в этом искании закономерностей — основа культуры, залог прогресса человеческой мысли...» [Там же]. Так он писал в своей знаменитой книге «От двух до пяти», которую не считал юмористическим сборником курьезов, составленным для смеха и забавы. Цель этой книги была «не развлекать и смешить, а серьезнейшим образом исследовать те области умственной и психической жизни малолетних детей, которые до сих пор не подвергались исследованию» [22, *408*]. Например, целенаправленное влечение дошкольников к перевертышам, небывальщинам, сказкам; связь детской лексики с древнейшими фольклорными языковыми конструкциями; устойчивость форм их собственных стихотворных экспромтов и т. д.

Все ли сегодня знают, что К. Чуковский сам выступал на телевидении в первые годы его существования, демонстрируя редкое умение «непринужденно, свободно говорить, нет — *мыслить* перед объективом» [17, *63*], как замечал Владимир Саппак, добавляя: «Да, телевидению нужны люди, которых бы показывали на экране *ради них самих,* а не только ради заданной темы» [Там же]. Где такие люди сегодня? Вопрос риторический.

Столь же плачевно обстоят дела в телеэфире и с молодежной культурой. Как отмечают исследователи, каналы, позиционирующие себя как молодежные, например, СТС или ТНТ, пропагандируют ценности, далекие от морали, хотя «потребность в просвещении у молодежи осталась» [3, *170*]. Молодежь интересуется архитектурой, модой, кулинарией, психологией человеческих взаимоотношений, элементами так называемой «повседневной культуры». Но экран предлагает ей довольно пошлые зрелища. На ТНТ по-прежнему процветает «Дом-2». Она тянется к зарубежным каналам, в частности Discovery или National Geographic, их отечественным аналогам «Моя планета» или Russian Travel Guide, а также историческим передачам и фильмам. Но, как выяснили мы, совершенно не смотрит канал «Культура», действительно слабо ориентированный на молодого зрителя, уходящего в Интернет. Такие полезные программы, как «Правила жизни» или «Пешком», на этом канале выглядят, к сожалению, слишком «взрослыми» и серьезными. В них мало юмора.

Когда-то на этом канале была сделана попытка создать специальное ток-шоу под названием «Большие», в основе которого лежала идея юношеского мозгового штурма. Но проект быстро сошел на нет. Кто был в этом виноват? Ведущий или герои? Теперь сказать трудно. Но начиналось все довольно интересно. Молодые участники программы сидели на огромных, грубо сколоченных стульях так, что у них свешивались «ножки», как у маленьких детей. Таким образом, иронией снималось ощущение пафосности мероприятия. В какой-то момент к ним приходил старший товарищ, известный человек, который скромно садился на низкий стульчик, оказываясь буквально у них «в ногах», и деликатно комментировал идеи

молодых «задир». Так возникал эффект диалога поколений, столь ожидаемого и необходимого во все времена.

Сегодня молодые лица появляются на канале «Культура» либо в программе-лекции «Академия», либо в тележурнале Вадима Верника «Кто там?» о новых талантах, только что заявивших о себе в искусстве, либо изредка в академичных диалоговых программах: «Главная роль», «Белая студия», «Наблюдатель». Достаточно молоды участники конкурсных программ «Большой балет», «Большой джаз», «Большая опера». Но их поведение в кадре строго регламентировано ведущими и членами жюри почтенного возраста. Чуть не забыли мы упомянуть о демонстрируемом на канале «Культура» ежегодном конкурсе «Щелкунчик», в котором участвуют одаренные дети, играющие на музыкальных инструментах как взрослые. Но согласитесь: эти дети нетипичны. Они — не те, с кем может идентифицировать себя рядовой массовый зритель. Этими экранными детьми можно лишь восхищаться. Кроме того, упомянутые программы, к сожалению, носят оттенок заданности при всем стремлении их создателей придать им свободу, легкость, импровизационность. Большинство передач идет на канале «Культура» в записи; здесь редко встретишь молодых журналистов, разве что — в «дистиллированных», освобожденных от политики «Новостях культуры», где начинающим репортерам доверяют иногда сделать короткие информационные сюжеты. Да, молодых надо воспитывать, но, думается, им надо и доверять.

Им также близки спортивные программы, которые тесно связаны не только с культурой «зрелищной» и культурой «физической», но и с «духовной», о чем редко задумываются зрители. По мысли Х. Ортега-и-Гассета, «спорт — отнюдь не праздное времяпрепровождение. Напротив, он представляет собой усилие. И в этом смысле спорт — родной брат труда...» [10, *122*]. В спортивных программах, безусловно, важны «голы, очки, секунды», но важен и духовный смысл, скрытый за слоем сиюминутных целей и задач.

Необходимо также помнить, что спорт — это зрелище, художественно организованное. Культурологический подход к телевидению как к *зрелищу* обосновывал исследователь Николай Хренов. Он подчеркивал: «ТВ является более значительным явлением культуры, чем видом искусства» [21, *382*]. Автор предлагал изучать телевидение в рамках общей теории эстетического *зрелища,* по его словам, на какое-то время «забытого» объекта научного анализа. Осмысляя различные зрелищные формы культуры, исследователи обнаруживали в едином поле рассмотрения и эстетические, или художественные, формы (кино, театр, телевидение), и формы нехудожественные (спорт, массовые гулянья и т. д.). Тот же Н. Хренов подмечал их генетическое родство. Он даже полагал, что само понятие «зрелище» во многом определяется именно вторжением нехудожественных элементов в сферу художественного восприятия. А сходство телевидения с иными зрелищными формами культуры, в частности с цирком, видел в чисто телевизионном *принципе программности*.

«Синтез спортивно-художественного представления и телевизионного искусства породил уникальное зрелище, которое можно было увидеть только на экране телевизора и нигде больше» [6, *205–206*]. К такому выводу давно пришли

исследователи телевидения. Телетрансляции со стадионов и спортивных площадок насыщены психологизмом и драматичностью; сочетают в себе планируемую событийность и непредсказуемость результатов; дают целостную картину массового действа и живые портреты конкретных людей; позволяют проникать в тайны спортивной борьбы и демонстрируют широчайшие возможности телетрансляций, доказывая тесную связь спорта с культурой. Важно не только сообщить ту или иную спортивную новость, но и изучить социально-психологический контекст события. «Спорт как тренд не существует в отрыве от других сфер человеческой деятельности. <...> Все чаще возникают журналистские материалы, произведенные именно на стыке этих сопутствующих тем», — справедливо заметил Сергей Ильченко [7, *58*]. А Д. Дондурей предложил сделать героем телепрограмм футбольного фаната: «И серьезно начать этим заниматься. <...> Это ведь совсем непростой социально-культурный тип. Он обладает большим психологическим ресурсом, внутренней скрытой энергией. <...> Футбол — важнейшая сфера культуры, кроме того, футбол — это превращенные войны. В нашей стране уважают бойцов» [16, *22*]. Хотя в мире, как известно, спортивные фанаты нещадно высмеиваются. Так же откровенно и остроумно показаны они и в документальном фильме «Игра» екатеринбургского режиссера Владимира Головнева. Но есть в нашей отечественной экранной документалистике уникальные образцы философского и поэтического осмысления спорта. Например, лента «Спорт, спорт, спорт» Элема Климова или «Последние игры» Бориса Галантера, где героями выступают уже не болельщики, а спортсмены и спорт как таковой, предстающий перед зрителями тем самым «усилием», о котором писал Ортега-и-Гассет, и ценностью, без которой жизнь теряет всякий смысл.

Благодаря своей зрелищности телевидение вполне можно уподобить карнавалу в том смысле, в каком писал о нем Михаил Бахтин [1], называвший карнавал второй жизнью народа, организованной на начале смеха, так сказать, *праздничной* жизнью. Причем празднество ученый трактовал как первичную форму человеческой культуры, выводимой не из практических условий и целей общественного труда и даже не из физиологической потребности в периодическом отдыхе. Речь шла о глубоком, *духовном* смысле праздника, о неистребимости его, о противоположности официальному празднику с его господствующей правдой и существующим строем. Аналогия с карнавалом возвращает нас к мысли о существовании в телевизионной природе древнейших культурных констант, мотивов, форм, коммуникационных моделей, идущих из глубины веков, но отвечающих конкретным социальным потребностям человека нашего времени. Маршалл Маклюэн [12] в свое время также указывал, что благодаря телевидению воспроизводится первобытное единство коллективного сознания, к человеку возвращается «сенсорный баланс» эпохи дописьменной коммуникации. А планета превращается в «глобальную деревню».

Мы видим, что телевидение теснейшим образом связано с народной, фольклорной культурой, стоящей у истоков современной. По самой своей природе оно погружено в поле культуры. Мы глубоко убеждены, что это необходимо понимать как телевизионным деятелям настоящего и будущего, так и зрителям.

1. *Бахтин М. М.* Творчество Франсуа Рабле и народная культура Средневековья и Ренессанса. 2-е изд. М., 1990. 541 с.

2. *Беляев И. К.* Спектакль документов: Откровения телевидения. М., 2005. 352 с.

3. *Габдулхакова Ю. Р.* Отражение индивидуальных ценностей молодежи в электронных СМИ // Журналистика в 2011 году: Ценности современного общества и средства массовой информации : сб. материалов Междунар. науч.-практ. конф. М., 2012. С. 169–170.

4. *Дондурей Д. Б.* Телевидение форматирует жизнь // Искусство кино. 2014. № 10. С. 129–139.

5. *Дондурей Д. Б.* ТВ: уловки профессии. О профессиональных стереотипах телевидения // Искусство кино. 2009. № 8. С. 135–140.

6. *Ефимов Э. М.* Искусство экрана: истоки и перспективы. М., 1983. 253 с.

7. *Ильченко С. Н.* Спорт в электронных СМИ: потребность зрелища // Говорит и показывает кафедра радио и телевидения. Вып. 3. СПб., 2009. С. 53–60.

8. *Каган М. С.* Человеческая деятельность: (Опыт системного анализа). М., 1974. 328 с.

9. *Кончаловский А. С.* Помоги себе сам. Русская ментальность и как с ней бороться // Искусство кино. 2010. № 10. С. 5–13

10. *Кравченко А. И.* Культурология. 2-е изд, перераб. и доп. Москва ; Екатеринбург, 2003. 704 с.

11. *Крысин Л. П.* Толковый словарь иноязычных слов. М., 2008. 944 с.

12. *Маклюэн Г. М.* Понимание медиа: Внешние расширения человека : пер. с англ. 2-е изд. М., 2007. 464 с.

13. *Мясникова М. А.* Морфологический анализ современного российского телевидения. Екатеринбург, 2010. 320 с.

14. Нужно ли обществу телевидение? // Телерадиоэфир: история и современность. М., 2005. С. 8–23.

15. *Пивоваров Ю.* «Историю придумывают историки» // Искусство кино. 2010. № 10. С. 13–26.

16. «Почему я не смотрю телевизор» // Искусство кино. 2011. № 2. С. 5–23.

17. *Саппак В. С.* Телевидение и мы. М., 1963. 182 с.

18. *Сапунов Б. М.* Культурология телевидения. М., 1999. 47 с.

19. *Свитич Л. Г.* Профессия: журналист. М., 2003. 255 с.

20. *Уразова С. Л.* Телевидение — самый эффективный способ развития нации // Телецентр. 2007. № 2 (22). С. 36–38.

21. *Хренов Н. А.* Место зрелищных искусств в художественной культуре (к постановке проблемы) // Театр как социологический феномен. СПб., 2009. С. 377–392.

22. *Чуковский К. И.* От двух до пяти. М., 2012. 447 с.

Статья поступила в редакцию 16.03.2015 г.