



4853560

На правах рукописи

Ковалёв Александр Александрович

**Телевидение
как историко-культурный феномен**

24.00.01 – Теория и история культуры

АВТОРЕФЕРАТ
диссертации на соискание ученой степени
кандидата культурологии

2 2 СЕН 2011

Москва 2011

24

Работа выполнена на кафедре истории, истории культуры и музееведения
Московского государственного университета культуры и искусств

Научный руководитель: Гриненко Галина Валентиновна,
доктор философских наук, профессор

Официальные оппоненты: Ремизов Вячеслав Александрович,
доктор культурологии, профессор

Арутюнян Славик Мравович,
доктор философских наук

Ведущая организация: Институт повышения квалификации
работников телевидения и радиовещания

Защита состоится 13 октября 2011 г. в 11⁰⁰ часов на заседании
диссертационного совета Д 210.010.04 по защите диссертаций на соискание
ученой степени доктора наук при Московском государственном университете
культуры и искусств по адресу: 141406, Московская обл., г. Химки, ул. Библио-
течная, 7, корп. 2, зал защиты диссертаций (218 ауд.).

С диссертацией можно ознакомиться в Научной библиотеке Московского
государственного университета культуры и искусств.

Автореферат размещен на сайте Московского государственного университе-
та культуры и искусств – 8 сентября 2011 г., а разослан – 9
сентября 2011 г.

Ученый секретарь диссертационного совета
доктор философских наук, профессор



Т.Н. Сумина

I. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность темы исследования. XX век был временем, когда появилось множество научных открытий и технических изобретений, принципиально изменивших человеческую жизнь. Одним из важнейших изобретений такого рода стало телевидение. Возникшее в 1930-е годы, электронное телевидение всего за три десятилетия – уже в начале 1960-х – превратилось из экзотического развлечения в самое распространенное и влиятельное средство массовой информации (СМИ) и массовой коммуникации (СМК).

Подлинное значение телевидения можно установить, лишь рассматривая его роль в истории культуры. С технической точки зрения, телевизор – всего лишь бытовой прибор, использующий электричество, стоящий в одном ряду с тостером, пылесосом и стиральной машиной. Но это прибор, деятельность которого оказывает колоссальное воздействие на людей и общество в целом. Стремительное развитие телевидения во второй половине XX века привело к тому, что уже выросло несколько поколений, не представляющих себе жизни без телевизора, а значит, и несущих на себе следы «телегенности». Вплоть до возникновения компьютеров мы, пожалуй, не можем назвать ни одного технического устройства, воздействие которого на человека и общество можно сравнить с телевидением.

Скорость распространения телевидения поражает воображение: зрителями первой в мире телепередачи с четким изображением (Лондон, 2 ноября 1936 г.) были обладатели 100 телевизоров. А на 1 апреля 1987 г. в той же Англии телевизоры были почти у 19 млн. семей. В США в это же время более 90% населения имело цветные телевизоры. Телевидение имеет огромную аудиторию, так, похороны Дианы, принцессы Уэльской 6 сентября 1997 г. наблюдали в прямом эфире 2,5 млрд. зрителей.

Важнейшими вехами на пути признания социальной значимости телевидения были «назначение» католической церковью святой покровительницы ТВ (Клары Ассизской), установление ООН Всемирного дня телевидения, признание телевидения самым влиятельным СМИ по результатам социологических опросов, значительное количество научных и публицистических работ, посвященных ТВ.

В современном обществе телевидение, как известно, является важнейшим видом массмедиа, а потому и средством становления, развития и распространения массовой культуры. Оно стало одним из наи-

более значимых факторов в глобализации и вестернизации мировой культуры и становлении информационного общества.

Именно информация становится подлинной «валютой» современного мира: от доступа к ней зависит научно-технический прогресс, способ ее подачи и получения оказывает существенное влияние на ее пользователей, владение информацией дает власть тому, кто может ею распоряжаться и т.д. И среди всех средств передачи информации сегодня важнейшую роль играют телевидение и Интернет.

Они оказывают серьезное воздействие на процесс культурогенеза и социоантропогенеза, формируя своего потребителя-зрителя, его способности восприятия, картину мира, систему ценностей и т.д. Телевидение и Интернет создают особую медиареальность, по ряду параметров серьезно отличающуюся от подлинной действительности, что уже сейчас вызывает тревогу и озабоченность многих исследователей, занимающихся анализом общих процессов культурогенеза и прогнозированием дальнейших перспектив человеческого развития. Все это делает анализ телевидения как историко-культурного явления и его роли в процессе культурогенеза весьма актуальным.

Степень научной разработанности проблемы. Телевидение уже на ранних стадиях своего существования привлекало внимание различных исследователей. С 1960-х годов интерес к нему стал нарастать лавинообразно: появлялось все больше и больше работ, в которых исследовались его различные аспекты. В настоящее время число различных исследований по телевидению насчитывает десятки тысяч.

Так, только в России к настоящему времени по теме «телевидение» защищено более четырех тысяч диссертаций (кандидатских и докторских). Защищались они по самым разным специальностям: по техническим наукам, по философии и филологии, социологии и журналистике, педагогике, искусствоведению и культурологии, правда последних (особенно по специальности «теория и история культуры») относительно немного – лишь несколько процентов от общего числа. Основной пласт диссертаций в области гуманитарных наук посвящен различным аспектам развития местного телевидения, причем как различных этнических регионов России или СССР, так и областей с русскоязычным населением. Гораздо реже встречаются работы, связанные с исследованием роли телевидения в культуре и культурогенезе. Здесь чаще всего анализируются вопросы о связи телевидения с массовой культурой, его роли в процессах глобализации и становления информационного общества.

Воздействие телевидения как средства массовой коммуникации на современные социокультурные процессы было предметом рассмотрения таких отечественных и зарубежных исследователей как Л.Н. Землянова, В.П. Конечская, П. Лазарсфельд, Г. Лассвелл, Р. Мертон, М. Маклюэн, М.М. Назаров, Э.А. Орлова, Г.Г. Почепцов, К.Э. Разлогов, Э.В. Соколов, В.П. Терин, Р. Уильямс, А.Я. Флиер, Ю. Хабермас, Ф.И. Шарков, Г. Шиллер и др.

Становление глобальной культуры и новейшие информационные технологии в глобальном масштабе изучались такими авторами как Т. Адорно, А.С. Ахиезер, У. Бек, Д. Белл, Ж. Бодрийяр, З. Бжезинский, Ф. Бродель, П. Бурдьё, И Валлерстайн, Э. Гидденс, П.С. Гуревич, У. Дайзард, П. Дракер, Л.Г. Ионин, М.С. Каган, М. Кастельс, К. Кояма, Ф. Маклуп, Э.С. Маркарян, Е. Масуда, Д. Нейсбит, Э. Тоффлер, Ф. Уэбстер, М. Хоркхаймер и др.

Анализ специфики культуры в обществе постмодерна и роли в ней телевидения проводился в работах З. Баумана, Р. Барта, Ж. Бодрийяра, Дж. Ваттимо, Э. Гидденса, М.К. Горшкова, Г. Дебора, В.И. Добренькова, Л.М. Дробижевой, И.П. Ильина, Т.И. Заславской, Л.К. Зыбайловой, А.В. Костиной, М.К. Ковриженко, Ж.Т. Тощенко, Дж. Фиска, А.Я. Флиера, В.А. Шапинского, В.А. Ядова и др. В них анализируются такие специфические социокультурные особенности общества постмодерна, как симуляционные отношения, нелинейное развитие, плюрализм картин мира, а кроме того, явные и латентные функции телевидения.

Однако работ, где телевидение анализируется как составляющая культурогенеза, почти нет.

Объект исследования – телевидение как историко-культурное явление.

Предмет исследования – эволюция телевидения в контексте развития культуры и влияние телевидения на процессы культурогенеза.

Цель исследования состоит в изучении становления и развития телевидения как историко-культурного явления в процессе культурогенеза, влияния ТВ на эволюцию современной культуры и проявления основных тенденций развития культуры в эволюции телевидения.

В связи с данной целью ставятся следующие *задачи*:

1. Рассмотреть особенности возникновения и развития телевидения на «раннем этапе», выявляя при этом предысторию ТВ и его протоформы, а также их взаимосвязи с «социальным заказом».

2. Выявить особенности телевидения на «зрелом этапе» и тенденции его дальнейшего развития, проанализировать важнейшие новации современного телевидения и их социальные последствия.

3. Провести сравнительный анализ форм телевизионных передач с предшествовавшими формами в культурных средствах коммуникации, выявить их специфику.

4. Изучить вопрос о роли телевидения в современном культурогенезе: в становлении массовой культуры, глобализации и вестернизации мировой культуры и зарождении информационного общества; выявить антропогенные факторы в деятельности телевидения.

5. Выявить и проанализировать особенности медиареальности, порождаемой телевидением и Интернетом.

6. Рассмотреть специфику такого типа передач, как реалити-шоу, и их соотношения с действительностью.

Теоретико-методологические основы исследования. Методология исследования является комплексной и определяется спецификой предмета исследования, его целью и задачами, а также междисциплинарным подходом к изучаемой проблеме. Ведущими при этом являются методологические принципы современной культурологии (ее теории и истории) и, в частности, историзма, объективности, системного подхода и компаративистики, а также принцип единства гуманитарного знания.

Принципиально важными для исследования являются «волновая теория» Э. Тоффлера, в которой выделяются три основных этапа развития цивилизации, и концепция информационного общества как современной стадии развития цивилизации, разрабатываемая в трудах Д. Белла, Дж. Нейсбита, М. Хоркхаймера и др.

Методологически значимыми для нашего исследования являются работы Н.А. Голядкина по истории телевидения, Н.Больша и М. Маклюэн по антропогенной роли СМИ и, в частности, телевидения, а также Ф. Уэбстера по анализу культурных форм коммуникации.

Методы исследования. В процессе исследования были использованы научные методы, адекватные комплексу исследовательских задач, обусловленные его предметом и целью, как общенаучные – анализ и синтез, индукция и дедукция, абстрагирование, метод аналогии, так и собственно культурологические: классический эволюционизм, компаративистика, синхронный и диахронный анализ, метод исторической реконструкции.

Гипотеза исследования. Телевидение, возникшее в первой половине XX века как новое средство массовой информации, уже в 1960-е годы стало самым массовым и влиятельным СМИ, превратившись в существенный фактор антропо- и социогенеза, и оказывает ныне весьма существенное влияние на процессы культурогенеза.

Благодаря научно-техническим открытиям и достижениям, телевидение за сто лет прошло путь от механического (черно-белого и немого) к электронному, соединившему звук и цветное изображение, а затем к цифровому и даже к трехмерному, адекватно передающему «удаленную реальность». Однако на этом пути оно получило все усиливающуюся возможность изменять, реконструировать показываемую действительность (монтаж и коллаж видео- и звукоряда, трансформация изображения даже в прямом эфире). В результате, создаваемая им и Интернетом медиареальность, в определенной степени обрела самостоятельность и по своей значимости стала уже конкурировать с действительностью, оказываясь существенным фактором современного антропо- и культурогенеза.

Научная новизна состоит в том, что в данной работе развитие телевидения рассматривается как историко-культурное явление в двух основных аспектах: с одной стороны, влияние процессов культурогенеза на развитие телевидения, а с другой – влияние телевидения на культурогенез. Основные результаты могут быть сформулированы следующим образом.

1. Рассмотрен «ранний этап» развития телевидения, установлены факторы его социокультурной предыстории, выявлены и проанализированы «петли обратной связи», образующиеся между научно-техническими достижениями и «социальным заказом» на соответствующие изменения.

2. На основе проведенного исследования «зрелого этапа» развития телевидения выявлены и рассмотрены основные тенденции в развитии современного телевидения и телевидения, а также социокультурные последствия появления «телеизобилия», «интерактивного телевидения» и «цифрового телевидения».

3. Проведен сравнительный анализ телевидения с ранее существовавшими культурными средствами коммуникации (новости, театральные спектакли, кинофильмы, мюзиклы и т.п.); показано, какое специфическое развитие получают в телепередачах некоторые ранее существовавшие формы, что выводит их на качественно новый уровень (многосерийные телевизионные фильмы, документальная драма, телевизионный репортаж, реалити-шоу и др.).

4. Проанализирован вопрос о роли телевидения в становлении массовой культуры, глобализации и вестернизации мировой культуры и в зарождении информационного общества; выявлены антропогенные факторы телевидения.

5. Рассмотрен вопрос о сути медиареальности, создаваемой телевидением и Интернетом, проведен историко-культурный анализ различных типов «инореальностей»; в развитии телевидения выявлены основные тенденции в соотношениях телевизионного видео- и звуко-ряда и действительности.

6. Проанализирован характер реалити-шоу как составляющей медиареальности, основные типы реалити-шоу («шоу подглядывания», «шоу-игры», «квест-шоу», «шоу выживания», «шоу обновления» (модернизации), «шоу обучения») и выполняемые ими функции.

Теоретическая значимость исследования заключается в том, что в нем осуществлен анализ эволюции телевидения как историко-культурного явления и выявлена роль телевидения в современном процессе культурогенеза, что способствует дальнейшему развитию теории культуры.

Практическая значимость. Выводы и результаты данной работы могут быть использованы в курсах по истории и теории культуры и для разработки спецкурсов по СМИ, а также при выработке стратегий в области совершенствования телевизионных практик и при долгосрочном планировании телевизионной политики.

Соответствие диссертации паспорту научной специальности. Диссертационное исследование, посвященное рассмотрению телевидения и телевидения в контексте современной культуры, соответствует позициям п.8. «Генезис культуры и эволюция культурных форм», п.10. «Принципы периодизации и основные периоды в историческом развитии культуры», п.13. «Факторы развития культуры», п.14. «Возникновение и развитие современных феноменов культуры», п.21. «Традиционная, массовая и элитарная культура», п.24. «Культура и коммуникация», п.32. «Система распространения культурных ценностей и приобщения населения к культуре» паспорта специальности 24.00.01 – теория и история культуры (культурология).

Основные положения, выносимые на защиту:

1. Анализ «раннего этапа» истории телевидения показывает, что техническое развитие и усовершенствование ТВ принципиально изменяет его предысторию, «втягивая» в нее все новые и новые историко-культурные пласты и явления. На данном этапе развития телеви-

дения в его предысторию входили средства сохранения изображения и звука (черно-белые фотографии и кино, фонограф, граммофон и т.д.) и передачи изображения и звука (различные типы оптико-акустического телеграфа, телефон, радио).

Выявление предыстории телевидения позволяет понять, что все технические новации ТВ являются ответом на существующие «социальные запросы», так как попытки решить соответствующие проблемы неоднократно предпринимались уже ранее, хотя и другими средствами.

2. На этапе «зрелого» телевидения в его предысторию «втягиваются» цветные фотографии и кино, голография, стереокино, космонавтика, компьютеры и глобальные компьютерные сети, а также, благодаря цифровой обработке информации, даже изобразительное искусство с его художественными образами действительности. Но и само изменение телевидения и, прежде всего, коммерческого (как и сам стремительный рост последнего) в значительной степени происходит под влиянием «социального заказа» со стороны общества: усиление «зрелищного» характера ТВ в ущерб обучающему, воспитывающему и т.п. отражает пожелания и потребности массового зрителя.

Изучение современного телевидения позволяет выявить в качестве его важнейших особенностей следующие: «цифровое телевидение» позволяет изменять изображение не только «в записи», но и «в прямом эфире», тем самым даже телевизионный репортаж с места событий утрачивает характер документального свидетельства; «телеизобилие» повлияло на характер телевидения, способствуя смещению интереса зрителей от центральных к местным каналам, появлению «нишевых каналов» и росту индивидуализации; «интерактивное телевидение» принципиально меняет отношение между зрителем и системой телевидения – зритель перестает быть пассивным потребителем и сам формирует свою индивидуальную систему телевидения («отложенный просмотр», «видео по заказу» и т.п.).

3. Сравнительный анализ с ранее существовавшими культурными средствами коммуникации показывает, что в основном телевидение предлагает зрителю уже существовавшие формы (новости, дискуссии, спектакли, кино, викторины, игры, спортивные передачи и т.п.) или их комбинации, хотя при этом некоторые из них получают специфическое развитие, выводящее их на качественно новый уровень (многосерийные телевизионные фильмы, документальная драма, телевизионный репортаж, реалити-шоу и др.); при этом все используе-

мые формы несут на себе отпечаток «телегенности» и участвуют в формировании «телевизионного потока» и медиареальности.

4. Телевидение сыграло заметную роль в культурогенезе XX–XXI веков: способствовало возникновению и развитию массовой культуры, заметно ускорило процесс глобализации и вестернизации мировой культуры, сыграло важную роль в становлении информационного общества и культуры постмодерна. Телевидение трансформирует современную социокультурную реальность и формирует своего потребителя-зрителя, его способы восприятия, картину мира, систему ценностей и т.п.

Важнейшими антропогенными последствиями телевидения являются: возрастание скорости восприятия и обработки человеком информации, «втягивание» зрителя в передачу и углубление в ее «сейчасность», что ослабляет способность к прогнозированию будущего, а «мозаичность» отдельных передач и телевизионного информационного потока в целом ведет, как отмечал еще М. Маклюэн, к нарушению причинно-следственных связей в сознании человека и возрождению мифологического сознания.

5. Телевидение и Интернет порождают в современной культуре особую медиареальность, которую можно считать уже третьей «инореальностью», создаваемой человеком в процессе культурогенеза (первой «инореальностью», возникшей еще в эпоху аграрной цивилизации, был «мир сверхъестественного», второй – «художественная реальность», активно развивающаяся в эпоху промышленной цивилизации).

Медиареальность, создаваемая «телевизионным потоком», по ряду существенных факторов принципиально отличается от действительности (смешение событий, в том числе – реальных и выдуманных, свои причинно-следственные зависимости, своя система нравственных и эстетических оценок и т.д.), причем за счет монтажа она является более яркой и зрелищной, чем сама действительность. Данная медиареальность постепенно приобретает все более высокую значимость, вытесняя в сознании людей подлинную действительность и, тем самым, дезориентируя людей.

В эволюции телевидения прослеживаются две важные в историко-культурном плане тенденции: развитие телевизионной техники и телевидения ведет, с одной стороны, к росту степени точности передачи действительности (телевидение высокой четкости и высокого разрешения, стереоэффект, голография, запаховые приставки и т.п.) и к

расширению возможностей зрителя по восприятию реально происходящих событий – даже в физически недоступных для него местах. Но с другой стороны, благодаря съемке, монтажу и оцифровке изображения, телезритель все чаще имеет дело с измененным образом действительности – медиареальностью.

6. Реалити-шоу как телевизионный жанр многое унаследовал из такого течения кино как итальянский неореализм, но при этом он часто утрачивает важнейшую составляющую неореализма – гуманизм. Анализ реалити-шоу показывает, что, не смотря на рекламируемую подлинную реальность происходящего, реалити-шоу является скорее игрой в реальность и, тем самым, составляющей медиареальности. Реалити-шоу являются важным средством социализации, что требует особого внимания к их как позитивному, так и негативному влиянию на зрителей.

Апробация и внедрение результатов исследования. По теме диссертационного исследования опубликованы 4 статьи (в том числе – 2 в журналах, входящих в перечень изданий, рекомендованных ВАК Минобрнауки РФ для кандидатских и докторских диссертаций).

Основные положения диссертационного исследования представлены на международной научно-практической конференции: «Медиа-философия IV. Методологический инструментарий медиафилософии» (Санкт-Петербургский гос. ун-т., 21–22 ноября 2009 г.) и научной конференции «Россия и Европа» (МГУКИ, 20 мая 2010 г.).

Результаты диссертационного исследования внедрены в учебные курсы «История мировой культуры» и «История отечественной культуры» в Московском государственном университете культуры и искусств и в производственный процесс ООО «Мир реалити продакшн», осуществляющего производство телевизионной продукции для телеканала Рен ТВ.

Диссертация была обсуждена и рекомендована к защите на заседании кафедры истории, истории культуры и музееведения Московского государственного университета культуры и искусств 23 марта 2011 г. (протокол № 9).

Структура диссертации обусловлена логикой исследования и раскрытия темы. Диссертация состоит из введения, двух глав, заключения и библиографического списка.

II. ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во **Введении** обосновывается актуальность темы диссертационного исследования, анализируется степень ее научной разработанности, формулируются цели и задачи исследования, определяется его теоретико-методологическая основа, раскрывается научная новизна, определяется теоретическая и практическая значимость полученных результатов, соответствие содержания паспорту научной специальности, формулируются основные положения исследования, выносимые на защиту.

В первой главе «**Эволюция телевидения в культуре XX–XXI веков**» рассматривается процесс становления телевидения и его особенности на основных этапах развития.

В параграфе 1.1 «**Развитие «раннего» телевидения**» в центре внимания – проблема периодизации истории телевидения, взаимосвязи его технического развития и социально-культурных факторов.

Телевидение необходимо рассматривать в двух основных аспектах: как техническое устройство и как феномен культуры. Но, даже ставя своей главной целью исследование последнего, нельзя обойтись и без анализа первого: ведь многие культурные факторы и явления, порождаемые телевидением, прямо связаны с появлением новых технических решений и изобретений. С другой стороны, даже чисто техническое развитие телевидения во многом обусловлено социальными потребностями и социальным запросом. Отсюда и возникает задача проследить «петли обратной связи» между развитием техники и соответствующими социокультурными факторами. Особый интерес с историко-культурной точки зрения представляет предыстория телевидения – «нулевой этап», включающий социокультурные и научно-технические предпосылки, существовавшие в обществе до первых технических изобретений, сделавших возможной передачу изображения и звука на расстояние, и стимулировавших саму работу над ней. Причем первая же «петля обратной связи», которая становится явной при такой постановке задачи, состоит в том, что само развитие телевидения – на разных этапах своего существования – требует высвечивания в прошлом различных феноменов и обстоятельств.

В истории телевидения можно выделить два основных периода: «раннее телевидение» и «зрелое телевидение», которые рассматриваются соответственно в данном и следующем параграфах. Первый период определяется в работе примерно с 1895 г. и до начала 1960-х гг. В свою очередь в нем можно выделить два этапа: 1-й – этап меха-

нического телевидения, 2-й – этап возникновения электронного телевидения и становления телевидения.

Механическое телевидение. История механического или оптико-механического телевидения начинается с 1895 г., когда был запатентован диск П. Нипкова. На его основе был создан фототелеграф, позволяющий передавать неподвижное изображение на расстояние, что заставляет включать в предысторию телевидения визуальный телеграф (истоки которого обнаруживаются уже в культуре Древнего мира, а развитие идет вплоть до XIX в.), электрический телеграф (изобретен в 1830-е гг.) и фотографию (открытую в 1820–1830-е гг.). Дж. Бэрд на базе диска Нипкова разработал первую телесистему, способную передавать движущиеся изображения, что заложило основы телевидения как такового. 26 января 1926 года в Лондоне Берд провел публичную демонстрацию своего изобретения. Ряд историков телевидения считают днем рождения телевидения именно эту дату.

Теперь в предысторию телевидения включается еще кино (изобретено в 1895 г.), позволявшее запечатлевать, хранить, тиражировать и воспроизводить движущееся изображение. В отличие от фотографии и кино, механическое телевидение не позволяло хранить изображение, и зрители воспринимали его только в режиме «настоящего времени». Механическое телевидение было немым и черно-белым, его развитие прервалось из-за появления более совершенного – электронного.

Электронное телевидение. Электронное телевидение появляется в середине 1930-х гг. (В.К. Зворыкин в США, С.И. Катаев в СССР). Оно передает изображение, основываясь на том же принципе развертки, что и механическое телевидение.

Электронное телевидение практически с самого начала было звуковым. Проблема сохранения звука на механической основе впервые была решена в 1870-е гг. благодаря изобретению фонографа (затем появляются граммофон, патефон), а в середине XX века появляется магнитофон. История акустического телеграфа, передающего звук, уходит в глубь веков, но первым электронным устройством, передающим звук на расстояние, был телефон (изобретен в 1870-е гг.), в котором звук «зашифровывается» в виде электрических сигналов, транслируется по проводам, а затем «расшифровывается» опять в звуковые волны. Уже в конце XIX века были предприняты попытки использовать телефон не только для разговоров, но и для передачи музыки и справочной информации, доставляя их непосредственно

«на дом». И если бы не было изобретено радио, по-видимому, ряд его функций стал бы выполнять телефон. Но радио было открыто около 1895 г., и, поскольку в электронном телевидении передача изображения шла в виде трансляции электромагнитных волн, то естественным было использовать их же (но в другом диапазоне) и для синхронной передачи звука. Первым зрителям телепередач для получения звука надо было еще специально настраивать радиоприемник. Однако вскоре стали выпускать телевизоры, в которых находился и радиоприемник, так что пошел одновременный прием изображения и звука.

Анализ изобретений из предистории телевидения показывает, что подавляющее большинство из них не было случайным: начиная с древности, люди искали способы передачи и сохранения изображения и звука, и наличие «социального запроса» на такие изобретения подтверждается тем, что над каждым из них работало множество людей в разных странах.

На базе электронного телевидения в ряде стран Европы и в США возникает сначала экспериментальное, а затем и регулярное телевидение, которое появляется в Англии в 1936 г., в 1939 г. начинаются регулярные телепередачи в СССР и США (в СССР телевидение было прервано во время войны и возобновилось после нее).

Главным соперником телевидения как развлечения в это время было кино, а как средства массовой информации и коммуникации – радиовещание, которое, появившись в 1920-е годы в Европе и Северной Америке, быстро завоевало популярность, став в 1930–1950-е самым массовым средством информации.

Уже в это время для развития телевидения весьма существенными оказываются не только технические, но и социальные факторы. В частности, в это время появляются две важнейшие формы телевидения: в США – коммерческое (частное), а в Европе и в СССР – общественное (государственное). С этим же была связана оценка социокультурных функций телевидения: так, в европейских странах и в СССР акцент делался на воспитательной, образовательной, идеологической и т.п. функциях этого нового средства массовой информации, тогда как в США – на коммерческой.

В широком распространении телевидения в данный период существенную роль сыграло и дальнейшее его техническое развитие – улучшение качества изображения, увеличение экрана, появление цвета и т.д. Все это вело к тому, что телевидение становилось все более популярным.

Растущую значимость телевидения оценила такая крупная социальная организация, как католическая церковь: 17 февраля 1958 г. телевидение получило свою покровительницу – св. Клару Ассизскую, с которой связывается чудо «мистического дальновидения» (ее день отмечается 11 августа).

В параграфе 1.2 *«Развитие «зрелого» телевидения»* рассматривается эволюция телевидения и телевещания в период с начала 1960-х гг. по настоящее время. В 1963 г. при опросе населения в США телевидение впервые было признано самым массовым и влиятельным из всех средств массовой информации. Чуть позже такое же признание оно получило и в других странах.

Важнейшими техническими новациями этого периода, оказавшими особое влияние на развитие ТВ, стали: 1) появление *цветного телевидения и телевещания* (регулярное цветное вещание началось в США с 1962 г., в Европе и в СССР – с 1967 г.); 2) изобретение *видеомагнитофонов* (первый студийный видеомагнитофон появился в США в 1956 г., в СССР – в 1960 г., портативные «домашние» видеомагнитофоны появились на рынке в 1969 г.); 3) создание *спутниково-кабельного вещания* (спутниковое вещание появилось в 1963 г. в США, в 1967 г. – в СССР, в 1982 г. начинается вещание первого европейского спутникового канала; кабельное вещание появилось в США в 1975 г., но его расцвет во всем мире приходится на 1990-е гг.); 4) появление в 1990-е гг. *цифрового телевидения*.

До появления видеомагнитофонов телевидение могло вести только прямые передачи из студии, а для записи событий вне студии использовалась киноплёнка, запись же телевизионной передачи была в принципе не возможна. Благодаря видеомагнитофону значительно упростился монтаж видео и звукоряда, что позволило заранее готовить и записывать передачи и делать их более зрелищными. Появление на рынке домашних видеомагнитофонов несколько изменило отношения между зрителем и ТВ: теперь зритель мог смотреть фильмы не только тогда, когда они транслировались, но и в любое удобное для себя время.

Спутниковое вещание сделало телевидение международным: до его появления взаимодействие телевидения разных стран проходило в форме обмена материалами, зафиксированными на плёнке (телефильмами, телерепортажами и т.д.), а иногда – совместной работы по подготовке какой-то передачи. Теперь же появилась возможность приема одной передачи сразу в ряде стран, а также проведения еди-

ной передачи в прямом эфире сразу в двух странах. Одной из форм такого рода стали «телемосты», получившие у нас в стране популярность в эпоху перестройки.

Кабельное телевидение значительно увеличило число телеканалов, способствовало развитию местных станций и открыло путь к интерактивному телевидению: появляется обратная связь, а значит, возможность учитывать мнение зрителей, проводить телеконференции и голосовать, появилось «видео по заказу» и т.п.

Целью работ в области цифрового ТВ было получение телевидения высокой четкости и высокого разрешения. К числу его важнейших достижений относятся не только существенное повышение качества изображения и звука, но и существенное увеличение числа ТВ-программ, передаваемых в одном частотном диапазоне, передача в ТВ-сигнале различной дополнительной информации, создание интерактивных ТВ-систем, при пользовании которыми зритель получает возможность воздействовать на передаваемую программу (например, «видео по запросу»), возможность останавливать передачу и смотреть ее позднее с момента остановки, причем с вырезанной рекламой («отложенный просмотр»), переходить к началу передачи, записывать сразу несколько одновременно идущих передач для просмотра их в более позднее время и т.д. Однако самой поразительной возможностью, которую дает цифровое телевидение, является изменение видеоряда даже для передачи в прямом эфире. Благодаря «оцифровке» визуальное изображение на экране может стать не отображением действительности, а ее «художественным образом», что втягивает в предысторию телевидения всю историю изобразительного искусства. Тем самым прямой телевизионный репортаж с места событий утрачивает характер документального свидетельства, что раньше было его важнейшей особенностью. Доверие к телесвидетельству теперь может базироваться только на доверии к создателям передачи.

В начале XXI века начинается синтез телевизора и компьютера.

Важнейшими последствиями технического развития телевидения в настоящее время являются: 1) возможность изменения изображения, 2) «телеизобилие» – наличие сотен круглосуточно работающих каналов, 3) появление интерактивного телевидения. Два последних явления породили такой новый феномен, как индивидуализация.

Подводя итоги векового развития телевидения, можно выделить две важные в историко-культурном плане тенденции, связанные с от-

ношением между телереальностью (медиареальностью) и подлинной действительностью.

1. Развитие телевизионной техники ведет к усилению тенденции по «приближению к действительности», т.е. порождаемая телевидением медиареальность в восприятии человека все больше приближается к подлинной реальности.

2. В эволюции же телевизионных передач и телевидения в целом обнаруживаются две противоположные тенденции по отношению к действительности: с одной стороны, телевидение расширяет возможности человека воспринимать реально происходящие события даже в физически недоступных для него (в этот момент времени) местах, телезритель, оставаясь у себя дома, видит теперь весь мир. Но, с другой стороны, благодаря телевизионной съемке и монтажу, а ныне – еще и оцифровке изображения, телезритель в большинстве передач имеет дело с измененным образом действительности, т.е. с особой медиареальностью, принципиально отличающейся от действительности, и, более того, соперничающей с ней по значимости.

Вторая глава «**Телевидение как социокультурное явление**» посвящена анализу роли телевидения в культуре, связи его развития с общим процессом культурогенеза и анализу особого характера медиареальности, порождаемой телевидением и Интернетом.

В параграфе 2.1 «**Телевидение и культурогенез**» рассматривается вопрос о роли телевидения в развитии современной культуры.

В настоящее время общепризнано, что телевидение в высокой степени способствовало появлению и развитию следующих важнейших явлений современной культуры: 1) массовой культуры, 2) глобализации и вестернизации мировой культуры, 3) информационного общества.

Возникновение *массовой культуры* непосредственно связано с развитием средств массовой информации, и, прежде всего, радио и телевидения. Большинство исследователей с уверенностью отмечают, что массовая культура впервые возникает в 1930-е гг. в США, в середине XX века она уже формируется во всех высокоразвитых странах, а затем постепенно проникает во многие слаборазвитые страны.

К концу XX века все шире распространяются взгляды, согласно которым массовая культура – это новый и неизбежный этап в развитии мировой культуры (в частности, именно с этих позиций выступил М. Маклюэн). Важнейшую роль в развитии массовой культуры играет телевидение. Именно благодаря своей доступности для широчай-

шего круга зрителей телевидение получает возможность воздействовать на громадное количество людей, не только сообщая им определенную информацию, но и создавая особое эмоциональное отношение к ней, формируя особую картину мира, особую систему ценностей, за счет «телегенности» формируют они и своего собственного потребителя – «массового человека», вторгаясь тем самым в процесс антропогенеза.

Однако уже в 1980-е гг. возникает явление, ставшее особенно заметным, начиная с 1990-х гг.: раскол единой прежде аудитории на множество мелких фрагментов, *индивидуализация* потребления телевизионной продукции, что стало реакцией «массы» на открывшуюся, благодаря «телеизобилию», возможность. Причем это явление нельзя рассматривать как случайное, по-видимому, оно соответствует определенным глубинным тенденциям культурогенеза: ведь еще ранее появившееся «радиоизобилие» тоже привело к индивидуализации в «потреблении» продукции радиовещания.

Пределом индивидуализации для телезрителя является создание им для себя собственного «потока» телевещания при зеппинге («прыганье» по каналам). Особая важность зеппинга как социокультурного явления определяется тем, что он осуществляется по воле и желанию самого зрителя, и раз это явление (причем очень быстро) стало массовым, то необходимо признать, что оно отвечает каким-то глубинным особенностям сознания и психики. Аналогичный «поток переживаний» возникает и при погружении человека в мир Интернета, при восприятии гипертекстовой литературы и интерактивных художественных произведений, ставших характерной особенностью культуры постмодерна.

Массовая культура, созданная внутри высокоразвитых стран и консолидирующая общество внутри страны, в конце XX века, благодаря сотрудничеству телевидения разных стран и, особенно, после появления спутникового вещания, смогла преодолеть национальные границы и выйти на международную арену, способствуя *глобализации* мировой культуры. И поскольку наиболее развитым в это время было американское телевидение, именно его продукция наиболее активно и успешно продвигалась на мировой рынок, что означало заметную *вестернизацию* мировой культуры.

Развитие телевидения и все большая его доступность людям во всех районах земли ведет к значительным переменам в различных сферах культуры, к большей открытости и демократизации ойкуме-

ны. Но эта ойкумена отнюдь не обладает теми чертами, которые оптимистически провозглашал М. Маклюэн, говоря о «глобальной деревне», т.е. ее никоим образом нельзя назвать обществом «гармоничной коммуникации», где нет места отчуждению и агрессивности, национализму и военным конфликтам. Напротив, процесс глобализации вызывает явное сопротивление во многих странах, стремящихся к сохранению своей национальной культуры, и ведет к глокализации, которая пока, правда, в большей степени осуществляется через Интернет, нежели телевидение.

В мировой культуре телевидение выполняет двойственную функцию: с одной стороны, помогая людям разных стран приобщиться к культуре других народов и современной мировой культуре в целом (рост *космополитизации*), а с другой стороны, из-за неравномерного развития телевидения в разных странах, возникает и растет информационное неравенство, когда одни страны создают и передают потоки информации, а другие – всего лишь принимают их. Это, в свою очередь, усиливает пропасть между народами и культурами (рост *национализации*).

В настоящее время в научных исследованиях практически общепринятым стал тезис о том, что в конце XX века человечество вступило в новую эпоху. Ее называют по-разному: эпохой постиндустриальной или сверхиндустриальной цивилизации, «обществом третьей волны», технологического или *информационного общества*, общества знания и т.п. Эта новая эпоха связана, прежде всего, с развитием электроники и электронных средств связи, посредством которых получается, хранится, обрабатывается и передается информация. Именно информация становится подлинной «валютой» современного мира: от доступа к ней зависит научно-технический прогресс, сам способ ее подачи и получения оказывает существенное влияние на ее пользователей, владение информацией дает власть тому, кто может ею распоряжаться и т.д.

Среди всех средств передачи информации сегодня важнейшую роль играют телевидение и Интернет. Они же сыграли особую роль в самом возникновении информационного общества и культуры постмодерна и оказывают серьезное воздействие на процесс культуро- и антропогенеза, с одной стороны, существенным образом трансформируя современную социокультурную реальность, а с другой – формируя своего потребителя-зрителя, его способы восприятия, картину мира, систему ценностей и т.п.

Особенно существенным нам представляется то, что телевидение и Интернет ведут к возникновению особой медиареальности, значение которой в жизни людей все время растет.

Параграф 2.2 «*Медиареальность как четвертая реальность*» посвящен анализу специфических черт медиареальности, ее соотношению с действительностью, а также ее историко-культурным предпосылкам – предшествующим типам «инореальности».

Появление медиареальности можно считать одной из важнейших особенностей современной культуры, тем более что фиксируется постоянный рост ее влияния на человека. В эпоху «информационного общества» медиареальность во многом формирует («форматирует») сознание современного человека, в частности, она кажется уже более реальной, чем сама исходная действительность. Все это делает проблему медиареальности – ее происхождения, сущности и перспектив развития – в высшей степени актуальной.

Термин «медиа» имеет исходный смысл «посредник», «средство». Именно поэтому средства массовой информации в современных англоязычных странах получили общее название «медиа». Они выступают в качестве посредников между людьми и «средствами» передачи информации, но кроме того они еще формируют иную реальность – медиареальность.

Первая реальность – это действительность, физический мир, в котором сам человек существует как природно-телесный объект, подчиняющийся физическим, химическим, биологическим и прочим естественным законам. Эта реальность весьма устойчива, и на протяжении всей истории человечества она практически не изменялась. Тогда как иная реальность (или реальности) порождается самим человеком, являясь составляющей культуры и ноосферы. Мир культуры создается человеком, но он же одновременно и создает человека, не как биологический организм, а как социальное существо – субъекта культурно-исторической эпохи: потребителя, носителя и творца культуры. Эта реальность определяет всю человеческую жизнь: даже при удовлетворении своих обыденных биологических потребностей человек ведет себя не как животное, а именно как человек, причем определенной культурно-исторической эпохи.

Само создание ноосферы связано с имманентной характеристикой способа приспособления человека к миру, идущего не путем изменения человеческого организма, а путем приспособления природы к человеку, создания особой промежуточной среды, постоянно расши-

ряющейся по мере развития цивилизации. Именно эта среда создает «другую реальность», но ее искусственность обычно не осознается человеком: для каждого индивида это есть обязательная составляющая (наряду с природой) «мира человека», к которому привык и потому этот мир для него «естественный». И только утрата его (особенно во время катастроф), ставящая человека лицом к лицу с природой, позволяет понять, насколько человек отделился от нее и насколько он зависит от этой промежуточной среды.

Современная медиареальность – часть современной культуры, являющаяся специфическим порождением высокоразвитой цивилизации. Это принципиальная новация в человеческой жизни. Не случайно ее часто называют «второй реальностью». Однако, как нам представляется, эта реальность на самом деле не вторая, а уже четвертая в процессе культурогенеза. Но, чтобы это осознать и понять ее новизну, специфику и своеобразие по сравнению с другими, необходим историко-культурный анализ ранее возникавших видов реальности.

В работе прослеживается явная связь между «тремя волнами» в развитии цивилизации, выделенными Тоффлером, и тремя типами реальности, не совпадающими с «первой реальностью», т.е. физическим миром. Эти «три волны»: 1) аграрная, появившаяся благодаря неолитической революции, 2) промышленная, порожденная промышленной, а затем и научно-промышленной революцией, 3) информационная, связанная с появлением электроники и информационного общества. При этом каждая волна порождала свой тип реальности.

Уже на первобытном этапе возникает специфическая область или грань, которая всегда воспринималась как «иная реальность» – это «мир потустороннего», это мистический или мистико-религиозный мир, населенный различными сверхъестественными существами и душами умерших людей. Она обладает множеством особых свойств, принципиально отличающих ее от обыденной реальности (причем не только природной, но и культурной). Вторая волна цивилизации породила, как нам представляется, «художественную реальность», создаваемую искусством, назовем ее «третьей реальностью». В период древних и средневековых цивилизаций «художественная реальность» была тесно связана с религиозно-мистической реальностью, чаще всего отображая именно ее. Но, как известно, уже в эпоху Возрождения художественная культура начинает приобретать светский характер, ставший доминирующим в Новое время. И здесь эта «третья реальность» принимает самостоятельный характер, так что ее выдуман-

ные персонажи обретают «кровь и плоть» и даже воспринимаются как существующие в «первой реальности».

В XX веке, благодаря развитию электронных средств массовой коммуникации, рождается четвертая реальность – медиареальность. Так же как вторая и третья реальности она противостоит первой, будучи составляющей не природы, а ноосферы. Длительное пребывание в «медиареальности» (телевизионной, компьютерной) оказывает значительное влияние на сознание человека и, прежде всего, меняет его отношение к реальному миру, в котором он живет. Во-первых, этот мир оказывается уже не единственной реальностью, он как бы теряется среди множества миров, в которых пребывает человек, и тем самым падает значимость действительности, причем часто она кажется менее интересной, яркой и убедительной, нежели медиареальность. А во-вторых, определенные особенности «телевизионного мира» – «телегенность» – невольно переносятся зрителем и на действительный мир. Более того, медиареальность оказывает значительное влияние на действительность: многие события современной жизни – и именно потому, что они происходят перед «взором» медиа – разворачиваются ныне по медийным правилам.

В параграфе 2.3 *«Реалити-шоу как составляющая медиареальности»* анализируется сущность передач особого телевизионного жанра – реалити-шоу, который в настоящее время популярен во всем мире, но особенно развит в США и Англии. С 2001 г. он появился и на российском телевидении, хотя процент таких передач в общем времени телевещания у нас намного ниже, чем на Западе.

Героями реалити-шоу являются не кинозвезды, не политики и прочие «публичные персоны», а обычные люди, снимаемые скрытыми камерами и находящиеся в обычной обстановке или – иногда – в некоторых экстремальных условиях. Декларируемая суть передачи состоит в том, что в течение длительного времени показывается естественная жизнь изолированной группы людей в определенной обстановке и взаимодействие между ними. Создатели передач утверждают, что участники событий ведут себя свободно, спонтанно реагируя на все происходящее, играют не навязанные им роли, а самих себя, без заранее определенного сценария. Именно это и составляет наиболее привлекательный момент в реалити-шоу. Тем самым здесь, по крайней мере, на первый взгляд реализуется уникальная, присущая только телевидению способность показывать реальную жизнь.

В историко-культурном плане непосредственным предшественником реалити-шоу можно считать кино и, в частности, такое направление кинематографа, как итальянский неореализм, господствовавший в 1945–1955 гг. (Р. Росселлини, Л. Висконти, В. де Сика и др.), с его интересом к «простому человеку», к реальным происшествиям и жизненным ситуациям, с гибким, меняющимся на ходу сценарием и т.д. Однако, позаимствовав многое у неореализма, телевизионные реалити-шоу во многом утратили его важнейший аспект – гуманизм.

Далеко не всегда повседневная жизнь заурядных людей является достаточно привлекательной для зрителей. Поэтому постановщики реалити-шоу ищут различные приемы, позволяющие увеличить этот интерес. В настоящее время имеется несколько основных вариантов постановки реалити-шоу и множество комбинированных, совмещающих различные подходы. Обязательными условиями являются:

- наличие группы участников (иногда – с постоянным, иногда – с изменяющимся составом), причем членами этой группы являются «простые люди», не получавшие ранее никакой известности;

- постоянное проживание группы в ограниченном пространстве;

- постоянная съемка жизни этой группы многочисленными телекамерами (скрытыми или открытыми) и ношение членами группы компактных микрофонов для аудиозаписи; при этом съемка может вестись как круглосуточно, так и только в определенное, заранее известное участникам время;

- показ по телевидению (а в последнее время иногда ещё и в Интернете) результатов съемки, причем показ может идти как в прямом эфире, так и в записи (обычно после специальной обработки – монтажа).

А вот в самом содержании передач могут иметь место значительные отличия. В настоящее время принято различать следующие группы таких шоу: 1) «шоу подглядывания», 2) «шоу-игры», 3) «квест-шоу», 4) «шоу выживания», 5) «шоу обновления» (модернизации), 6) «шоу обучения».

Анализируя реалити-шоу можно сделать следующие выводы. Зрители уверяют, что события, которые они видят на экране, есть «кусочки действительности». На самом же деле они видят в большей или меньшей степени смоделированную искусственную реальность: это моделирование начинается с подбора участников и усиливается условиями, в которые их ставят. Даже если у передачи нет жесткого сценария, организаторы шоу управляют происходящим, чтобы сделать передачу интересной для зрителей.

Многие критики указывают, что реалити-шоу оказывают негативное воздействие на психику зрителей, особенно молодых: в ряде таких шоу их организаторы в погоне за зрелищностью порой балансируют на грани непристойности и даже переходят её, что оказывает негативное воздействие на нравственность зрителей, многие из которых принимают телевизионные образы за эталон. Определенное беспокойство вызывает и состояние психики участников, вынужденных длительное время жить в условиях, когда каждый их шаг фиксируется и может быть показан миллионам зрителей.

Эта критика в адрес реалити-шоу справедлива, хотя относится далеко не ко всем их типам. Так, в шоу обновления и шоу обучения ничего подобного нет, напротив, они приносят явную пользу, позволяя участникам и зрителям получать важную информацию и новые навыки. Но проблема негативного влияния ряда телевизионных передач на детей и подростков далеко не нова, и реалити-шоу не первые передачи, которые вызывают такие опасения. Потому и способы борьбы с ними давно известны – ограничение доступа детей и подростков к ряду передач, что сейчас легко сделать, используя телегид.

Но эта «игра в реальности», являясь игрой, очень близка к самой реальности. Тем самым, благодаря реалити-шоу идет сближение медиареальности с действительностью и, тем самым, во-первых, облегчается вытеснение, подмена подлинной действительности медиареальностью, а во-вторых, на действительность невольно переносится до некоторой степени представление о том, что она тоже является всего лишь игрой.

В *Заключении* подводятся итоги проделанной работы, намечаются основные тенденции и направления дальнейшего изучения данной проблемы.

Основные положения диссертации отражены в следующих публикациях автора:

1. *Ковалёв, А.А.* Медиареальность как феномен современной культуры / А.А. Ковалёв // Вестник Московского государственного университета культуры и искусств. – 2010. – № 6. – С. 70–74.

2. *Ковалёв, А.А.* ТВ и человек информационного общества / А.А. Ковалёв // Полигнозис. – 2009. – № 4. – С. 142–145.

3. *Ковалёв, А.А.* Зеппинг как социокультурное явление / А.А. Ковалёв // Медиафилософия IV. Методологический инструментарий медиафилософии. – СПб. : Санкт-Петербургское философское общество, 2010. – С. 88–90.

4. *Ковалёв, А.А.* Телевидение и Интернет в цивилизации «третьей волны» / А.А. Ковалёв // Россия и Европа: диалог культур: сб. материалов научной конференции кафедры истории, истории культуры и музееведения МГУКИ. – М. : Экон-информ, 2010. – С. 96–101.

Подписано в печать 30.08.2011г.

Усл.п.л. – 1.5

Заказ №05844

Тираж: 150экз.

Копицентр «ЧЕРТЕЖ.ру»

ИНН 7701723201

107023, Москва, ул.Б.Семеновская 11, стр.12

(495) 542-7389

www.chertez.ru