

И. Климов

Еще раз о Ящике...

Телезритель и телевизионщик воспринимают телевидение по-разному. Профессионал или эксперт, как правило, имеет вполне определенную и хорошо структурированную систему критериев и оценок, основанную как на опыте профессиональной деятельности, так и на опыте своего общения с “телевизионным сообществом”. На его представления о себе и своей работе оказывают влияние множество факторов, экстраординарных для обычного человека, но очевидных и вполне рутинных для профессионала. Телезритель же оценивает ту или иную передачу, телеканал, да и телевидение в целом не аналитически-отвлеченно, а с позиции собственного “жизненного пространства” – очень личного и уникального в своей целостности. Такое различие позиций может представлять собой проблему: каждый полагает, что он *знает* другого, и зачастую даже лучше, чем тот – сам себя. В результате возникают не просто несовпадения представлений о каких-то вещах, мнившихся “общими”, и не просто непонимание из-за разности языков. Вполне вероятно появление *культурных разломов*, ценностных разногласий между теми, кто делает телевидение, и теми, кто составляет его аудиторию.

Весьма характерной в этом отношении является история с телеканалами НТВ и ТВ-6 и сопровождавшая ее дискуссия о свободе слова. Журналисты действовали в особой тематической рамке. СМИ рассматривались ими в качестве генератора социальных процессов, способного усилить воздействие в любом направлении: со стороны общества – на власть, со стороны власти – на общество, со своей стороны – на власть и на общество одновременно. “Свобода слова” и “независимость” интерпре-



тировались как базовый этический принцип и главное условие (в идеале) собственной профессиональной деятельности. А данные опросов, проводившихся в связи с этими событиями, показывали, что для значительной части рядовых граждан проблемы свободы слова, цензуры не воспринимались как значимые в их повседневности. Люди распознавали ситуацию в иных категориях, они ощущали дистанцию между гражданскими, политическими воззваниями и собственными представлениями об актуальных проблемах своей жизни и жизни общества: “СМИ занимаются собственными проблемами, но не проблемами всего общества”; “они тушат свой пожар”*. И дело здесь не в том, что одни “делят собственность и власть в личных целях”, а другие – суть “агрессивно-послушное большинство”. Просто представления о том, зачем нужно телевидение обществу и обществу телевидению, в сегодняшней реальности либо отсутствуют в принципе, либо очень абстрактны. Но в любом случае эти представления не находят своего воплощения в регулярной практике.

Вполне характерным является эпизод, приведенный питерским исследователем О. Кольцовой, “изнутри” наблюдавшей за процессом подготовки

Сокращенная версия этого текста опубликована: Политический журнал. 2005. № 35.

* Ответы респондентов на открытый вопрос: “Как бы Вы объяснили, что происходит вокруг телекомпании НТВ?” Общероссийский опрос населения от 14–15 апреля 2001 года (100 населенных пунктов 44 областей, краев и республик РФ, 1500 респондентов).

новостных телепередач: «Сами журналисты, как правило, структуру и тематику сюжетов и выпусков оправдывают «зрительскими интересами», хотя никаких контактов со зрителями не поддерживают. Один информант, Е., чтобы оправдать большое количество криминала в теленовостях, даже сослался на теорию иерархии потребностей Маслоу: сначала удовлетворяются первичные, а затем – вторичные. Поскольку, по Маслоу, безопасность является главной потребностью человека, зрителей прежде всего должны волновать криминал и катастрофы. Следовательно, заключил Е., «мы не можем это игнорировать»».

В результате медийные профессионалы и общество практически не рассматривают друг друга в качестве обоюдонеобходимого и взаимно полезного ресурса: «это не тот народ, который нужен стране», – «это не те СМИ, которые нужны нам». Для одних общество – слишком слабая и ненадежная опора как для гражданских инициатив, так и для того, чтобы развивать свою профессиональную самостоятельность и независимость. Для других телевидение – просто рядовой элемент повседневной жизни, стоящий в одном ряду с работой, сном, отдыхом, походами по магазинам, другими делами

Представления о том, зачем нужно телевидение обществу и общество телевидению, в сегодняшней реальности либо отсутствуют в принципе, либо очень абстрактны

и обязанностями. Проникая все глубже в жизненный мир людей, «телевизор» вступает в конкурентную борьбу с их привычками, потребностями, влечениями, навыками, умениями и со всем остальным, на что человек обычно расходует свое время.

Кроме того, нельзя сбрасывать со счетов огромную разницу между медийным и обыденным языками, разницу в интерпретациях, в понимании и умении пользоваться множеством концептов, клише, терминов, значительную часть из которых нам сообщают СМИ: бюджет, реформы, инфляция, инаугурация, удвоение ВВП, etc. В 2000 году в масс-медиа была очень популярна тема стабильности.

Очень часто неприятие реформ и стремление большинства россиян к стабильности интерпретировались в контексте воспоминаний о советском прошлом как тяга к застою, «совку», «жесткой руке». Однако в обществе преобладало совершенно иное понимание стабильности, как и многих других понятий, ставших расхожими для СМИ*. Люди говорили, что для них это отсутствие инфляции, устойчивость «правил игры» и «правил жизни», а также непреложность, обязательность их для власти, для чиновников, для бизнесменов, для простых людей. Нужно следовать этим правилам, плохим ли, хорошим, но следовать. Парадокс: разница языка, которая обнаруживается «вдруг» в неких чрезвычайных обстоятельствах, начинает интерпретироваться как ценностная дистанция.

Это лишь несколько примеров разломов, культурных несоответствий – не между «журналистами» и «обществом», а между двумя *родами знания*, каждый из которых имеет определенную обоснованность и достоверность. Для преодоления таких «разломов» крайне важно, на наш взгляд, изменить угол зрения на проблему взаимоотношений общества и СМИ, в частности – телевидения.

Многие великие люди рассматривали СМИ в целом и телевидение в частности как форму массовой коммуникации. Известна формула Гарольда Лассуэлла: кем, что, кому, по какому каналу было передано и с каким эффектом. За этим лежит представление, что если какое-то воздействие было выплеснуто в аудиторию, последняя, приняв этот сигнал, каким-то образом начнет реагировать на него и действовать с учетом этого. Это надежный и эффективный подход, но тем не менее он таит в себе общую для любых концепций проблему: точность нашего знания не точнее инструмента, который мы используем. Любое понятие или концепт позволяет нам не только различать сущности и явления в калейдоскопе жизни, в потоке впечатлений. Одновременно с этим слова и понятия «экранируют», не «пропускают» некоторые особенности явлений, которые мы берем в интеллектуальный оборот, формируют «шоры» концептуальной заданности.

Не претендуя на низвержение «масс-медийной традиции», попробуем поразмышлять иначе. Телевидение вполне можно рассматривать в качестве *формы* социального знания, как особый способ производства и накопления обществом сведе-

* www.fom.ru: проект ФОМа 2000 – 2001 гг. «Обыденный язык».

ний и представлений о самом себе, рядоположный академической науке, библиотекам, музеям или же любой другой форме организации знаний, которая бытует в обществе. Что нам дает такая точка зрения?

Во-первых, телевидение производит смыслы, образы, знаки, оно создает язык, понятия и категории, с помощью которых люди могут распознавать и понимать жизнь, текущую ситуацию. Если в нашем языке нет средств, чтобы назвать и описать окружающий нас мир, мы не можем с ним работать, не можем нарастить свой опыт и обменяться им с другими людьми. Человек использует язык не только для описаний, но также для понимания и интерпретации ситуаций: люди действуют не столько в реальном мире и говорят не столько о нем, сколько о своих субъективных моделях действительности. И очень важно понимать, что существует весьма ощутимая разница смыслов, образов и значений у одних и тех же слов. Так, для одних инаугурация – это “*вскрытие могилы*”, крупные бизнесмены – “*аллигархи*”, передел собственности – “*когда у тебя есть дом, и ты его перестраиваешь*”. Телевидение, став элементом повседневности, выполняет (хорошо ли, плохо ли) очень важную роль – предлагает людям инструменты для распознавания того, что происходит в мире, в жизни, в их уникальных жизненных ситуациях.

Во-вторых, телевидение предлагает образцы, примеры, задает стандарты, управляет разного рода увлечениями (интеллектуальными, зрительскими), модой. Телевидение создает запас знаний, который помогает человеку находить объяснения, распознавать смысл происходящего, давать собственные интерпретации. Кроме всего прочего, телевидение способно сформировать образы и образцы социальных практик. Например, что такое судебное разбирательство, что такое суд изнутри? Где сидят присяжные и кто это – кто-то особенный или такой же, как я? Какие у них лица? По каким правилам человек себя обычно ведет в этой ситуации? Телевидение, безусловно, создает образцы и критерии для сравнения. Что более соответствует образу профессиональной армии – обвешанный приборами и оружием рейнджер или паренек в кургузой шинели на уборке картофеля? Любой человек сверяет свои знания с тем, что видит в телевизоре, – многие зоны реальности, образцы того, как люди живут и как справляются с разными проблемами и трудностями, доступны только здесь.

Третье. Телевидение – это место встречи индивида и общества, средство их взаимного отображения. Телевидение рассказывает о событиях, явлениях, о людях и группах, о делах и проблемах. Одновременно с получением информации мы понимаем, что в обществе существует огромное количество разных способов мышления, познава-

Любой человек сверяет свои знания с тем, что видит в телевизоре: многие зоны реальности, образцы того, как люди живут и как справляются с разными проблемами, доступны только здесь

тельных традиций, разных представлений об обществе, о самих себе, о прошлом, настоящем и будущем. И именно телевидение оказывается площадкой, где все эти способы понимания мира могут быть представлены и человек может наглядно увидеть, насколько общество различно по своим ментальным традициям. Это очень важно, особенно в те периоды, когда возникает необходимость в социальных новациях, потому что именно в такие периоды у людей возникает ощущение, что общество рассыпается, раскалывается, становится тотально чужим. Люди перестают понимать, как один и тот же мир, понятный для них, может служить источником для совершенно различных объяснений, выводов, утверждений, требований, планов на будущее. Телевидение в качестве устойчивого элемента обывденной жизни человека начинает играть очень важную роль – роль механизма вторичной социализации, роль инструмента, с помощью которого человек может научиться жить в динамичном, постоянно меняющемся обществе.

Понимание телевидения как формы социального знания, в рамках которой организуются и структурируются знания людей о социуме и о себе в этом социуме, позволяет по-особому взглянуть на “вызовы” телевидению и актуальные задачи, стоящие перед ним. Первый из злободневных вопросов, на которые телевидение должно помогать искать ответы, – “Кто я?” – вопрос об общей идентичности. Общая идентичность не означает унификации и единства, например, по образу идеологии “советского человека”. Она не строится на основании дихотомии “свой – чужой”. В ее основе



лежат представления о существовании множества разнообразных “других” – людей и общностей, не похожих на “меня”, но связанных со “мною”, с “моей” социальной группой взаиморазделяемыми представлениями, намерениями, убеждениями.

Второй вопрос: “Откуда я?” Рассматривая телевидение как форму социального знания, следует обратиться к проблеме социальной памяти и представлений об истории. Масс-медиа наряду с другими институтами и практиками (например, праздники, награды, музеи, язык) напрямую обращаются к процессам коллективной памяти, участвуют в передаче, сохранении, распознавании и реконструкции опыта отцов и дедов. При участии масс-медиа общая история и общая память становятся контекстом и фоном фамильной, семейной памяти человека, его личной биографии.

Следующий вопрос можно сформулировать так: “Чем заниматься?” Коль скоро речь идет о роли телевидения в построении общей идентичности, к этому тесно примыкает еще одна задача, которая может стать предметом профессиональной деятельности ТВ-творцов. Это разметка поля самоутверждения и самореализации, формирование такого образа будущего, отталкиваясь от которого люди могли бы выстраивать собственные жизненные стратегии и одновременно – конструировать свое будущее. Так, если я представляю себя руководителем фирмы, то я не только конструирую идею о себе, свой имидж, не только стремлюсь к обладанию необходимыми ресурсами (образованием, средствами и т. д.), но и в конечном итоге конструирую социальную реальность и собственную биографию.

Идентичность, социальная память, стратегии самореализации представляют собой три существенные характеристики жизни, от которых за-

висит связь человека с обществом. Вместе с тем существует еще повседневная жизнь, и есть еще одна задача, которую имеет прямой смысл решать телевидению, – это каждодневный ответ на вопрос: “Как жить?” Телевидение потенциально имеет большие возможности для того, чтобы показывать, как живут соотечественники, какие есть проблемы и какими способами можно добиться их решения. Людям нужны ответы на самые разнообразные вопросы: как добиваются успеха в новой жизни и как мне его добиться, как научиться понимать других людей, что можно планировать на будущее, и вообще, как строить жизнь, по каким правилам строится сегодняшняя жизнь? Помогая людям адаптироваться к сегодняшней жизни, к постоянно меняющимся условиям, восстанавливая понятность и прозрачность окружающего мира, телевидение способно преодолевать социальную разграниченность, формировать социальную ткань, содействовать общественной интеграции и развитию ожидаемого всеми гражданского общества.

Четыре описанные задачи основаны на одной посылке: телевидение не просто институт, информирующий людей и решающий разные текущие задачи в (и для) области политики. Оно организует и структурирует знания людей о социуме и о себе в этом социуме. Из ТВ-потока люди черпают гораздо больше сведений, чем может показаться на первый взгляд: читая о Перри Мейсоне, можно получить достаточно полное представление об американских судах, а по “Ментам” можно судить о следственных процедурах в отечественной практике. В динамичные и кризисные времена люди особенно настойчиво задаются сакраментальными вопросами: “Кто я?”, “Откуда я?”, “Чем заниматься?”, “Как жить?” Если люди не получают удовлетворяющие их ответы, они отчуждают от себя телевизионную картинку: когда человек говорит, что это “чужая жизнь”, это означает как максимум любопытство, и обязательно – ценностное равнодушие. Так что упомянутые в метафорическом смысле “линии разломов” проходят в первую очередь по линии представлений о наиболее важных функциях телевидения – как они представляются среднему телевизионщику и среднему телезрителю. Здесь нет и не бывает правильных и неправильных представлений, экспертного и профанного мнения. Есть основание для диалога, плебисцита, в котором, по формуле Ренана, и рождается нация. ■