
КУЛЬТУРА НА ТЕЛЕВИДЕНИИ: МИФ ИЛИ РЕАЛЬНОСТЬ?

Н.С. Гегелова

Кафедра массовых коммуникаций
Российский университет дружбы народов
Ул. Миклухо-Макля, 6, Москва, Россия, 117198

Рассматриваются современные проблемы российского телевидения в аспекте его культурно-просветительской функции. Автор предлагает возможные пути оптимизации выполнения телевидением своей культурно-просветительской функции в соответствии с потребностями современной аудитории.

Прежде чем рассматривать культурно-просветительскую функцию, которую выполняет телевидение в современном обществе, необходимо определить само понятие культуры.

Культура (от лат. *cultura* возделывание, воспитание, образование, развитие, почитание) — это выраженный в созданных людьми материальных и духовных ценностях, в характере и формах отношений между людьми, уровень развития общества и составляющих его групп, слоев, отдельного человека с его творческими возможностями [8. С. 594].

Культура, по определению Ю.М. Лотмана, — «совокупность всей ненаследственной информации, способов ее организации и хранения» [4]. Перечень существующих определений понятия «культура» можно было бы продолжить.

Известный культуролог Г. Кнабе отмечал: «Двадцать лет назад существовало свыше 250 определений культуры, и за истекшие годы число их, по-видимому, еще возросло» [1. С. 26].

Нас интересуют возможности телевидения в деле повышения уровня культуры и образования нашего общества посредством реализуемой им культурно-просветительской функции.

В современном мире телевидение наряду с радиовещанием и печатными СМИ должно формировать культурное пространство, повышать культурный уровень общества. Появление современных, технически прогрессивных каналов коммуникации создает условия наибольшего благоприятствования для различных искусств, в том числе, и телевидения.

Сегодня телевидение стало необходимым техническим средством информации, его функции многообразны: информирование, воспитание, просвещение, образование, развлечение. Все эти функции телевидение реализует в своих ежедневных программах, воздействуя на человека и систематически влияя на его формирование, общую культуру. Поэтому актуальность рассматриваемой проблемы прежде всего связана с желанием проанализировать деятельность телевидения постсоветской России в реализации его культурной функции, выявить плюсы и минусы, связанные в первую очередь с его коммерциализацией.

Телевидение — это не просто источник социальной информации для потребителей, но и главный источник распространения общечеловеческих ценностей, проводник культурно-просветительской функции. Являясь составной частью куль-

туры страны, телевидение влияет на сохранение родного языка, традиций, обычаев народов нашей страны.

Когда сегодня говорят о почти безграничных возможностях телевидения, обусловленных самой его технической и социальной природой, то как бы исходят из представлений об идеальном телевидении. Но реальное телевидение не свободно от множества проблем, трудностей и недостатков, что относится и в целом к телевидению, и отдельно к такой его функции, как культурная функция.

Состояние телевизионных программ, посвященных культурной тематике, их профессиональный уровень, содержание, организация и формы не всегда отвечают потребностям многомиллионной аудитории, требованиям сегодняшнего дня. Чтобы отвечать этим требованиям, надо заметно поднять уровень освещения культурной тематики, скорректировать угол зрения на все показываемое на телеэкране. Еще живут на экране передачи, которые поражают своим низким уровнем. К сожалению, таких неглубоких программ намного больше, чем передач интеллектуальных, познавательных. Более всего хороших передач на телевизионном канале «Культура».

Актуальность и своевременность рассмотрения этой проблемы на страницах научного журнала обусловлена прежде всего тем, что объект и предмет исследования, по мнению автора, прямо связаны с проблемой повышения общего уровня культуры нашего общества на современном этапе развития постсоветской России, назревшей необходимостью повысить эффективность выполняемой телевидением культурной миссии в демократическом обществе новой России.

В условиях многонациональной федеративной страны хорошо налаженная система культурного обмена призвана стать своего рода телевизионным мостом между народами, по которому непрерывно должно осуществляться движение культурной информации.

Важность исследования этого вопроса заключается еще и в том, что в нем с возможной полнотой выявляются проблемы, накопившиеся за многие годы, анализируется современная практика российских телеканалов в освещении культуры, намечаются пути совершенствования и оптимизации этого подразделения современного телевидения.

Культурная миссия телевидения до сих пор, к сожалению, не стала объектом серьезного внимания ученых и тем более специального научного исследования, хотя отдельные вопросы затрагивались в статьях и рецензиях, объем и задачи которых были весьма ограниченными и касались только частных вопросов, связанных с конкретными передачами.

По мнению автора, содержание периодических изданий, публикации в профессиональных журналах не носят общетеоретического характера и отражают в большинстве случаев реакцию на ту или иную программу. Тем не менее и такие оперативные отклики помогли автору сделать некоторые обобщения и выводы относительно тенденций развития культурного направления в деятельности российского телевидения.

В данной статье стоит задача определить состояние и качество передаваемых в эфир программ по культурной тематике, выявить его особенности и недочеты на современном этапе развития и выработать рекомендации для опти-

мизации популяризации культуры посредством телевидения, в условиях быстро возрастающей активности общественно-политической жизни страны.

На Международной конференции 10 июля 2002 г. «Независимость СМИ в посткоммунистических странах» Владимир Познер так охарактеризовал современное телевидение: «Государственное телевидение не информирует, а пропагандирует. Слегка просвещает и довольно много развлекает. Частное — в какой-то мере информирует так, как хочет тот, кто им владеет, мало просвещает и очень много развлекает. И вот такое телевидение у нас в России — сильно развлекательное, своеобразно информирующее и почти не просвещающее».

Однако так было не всегда. В советский период телевидение было одним из инструментов пропаганды и одной из важнейших задач было просвещение аудитории, популяризация культуры.

В своей книге «Канал „Культура“ на перекрестке телевизионных традиций» А.Э. Литвинцев пишет: «Одним из главных (и счастливых) парадоксов советского телевидения можно назвать его удивительную способность — мимикрируя под требуемую ограниченность, узость, быть наполненным, многозначным, глубоким. Вопреки самим условиям существования советского телевидения, оно всегда оставалось проводником культуры. Культуры, понятной не в предельно широких толкованиях историков и культурологов, а в более конкретном, узком — нравственном смысле: работники советского телевидения видели своей целью формирование разносторонней личности» [2. С. 26]. Телевизионная коммуникация сделала ценности культуры доступными всем. Государственным каналом выполнялась и образовательная функция, работал специализированный образовательный канал «Российские университеты».

Сегодня ситуация коренным образом изменилась. Телевидение вступило на путь коммерциализации, отказавшись от накопленного советским телевидением бесценного опыта. Сегодня прямой эфир допускает «живую» речь корреспондентов с присущими разговорному языку ошибками, государственные каналы не цензуруют программы, а сетка вещания становится все более похожей на сетку вещания коммерческих каналов, ориентированных на получение прибыли.

Современное российское телевидение чисто теоретически все еще является носителем культурно-просветительской функции, но на деле не выполняет ее в той мере, в какой требует время. Единообразие телевизионного продукта удручает: похожие один на другой выпуски новостей, зачастую полностью повторяющие одни и те же сюжеты, криминальные сводки, и бесконечные ток-шоу, ничем не обогащающие зрителя. А ведь для большинства россиян телевидение — единственный доступный канал информации, окно во внешний мир, и, без сомнения, качественные культурно-просветительские программы, например, трансляции из концертных залов, беседы с духовно богатыми людьми, очерки о людях, популяризация культур народов мира могли бы служить ценностным ориентиром, способствовать культурному росту зрительской аудитории, если бы в 1990-е гг., в эпоху краха социалистической системы, не произошла переориентация всех систем массовой коммуникации, выразившаяся в отказе от официальной идеологической направленности, на смену которой пришла тотальная коммерциализация. Количество телевизионных каналов увеличилось, темп жизни значительно воз-

рос, потребовалась некая универсальная концепция массового, упрощенного телевидения. Культурно-просветительская функция телевидения была предана забвению. Именно поэтому на сегодняшний день сложилась такая ситуация, когда такие функции, как культурная, просветительская, воспитательная, образовательная не осуществляются в полной мере, а представляют собой цель, к достижению которой надо стремиться.

Поскольку на некоммерческой основе существование центральных каналов невозможно, все передачи культурно-просветительской направленности переключали на специализированные каналы, которые включены в пакеты кабельного и спутникового телевидения. А так как наше общество в массе своей еще морально и материально не готово платить за информационный продукт, телезрители вынуждены довольствоваться тем, что есть.

Аналитический центр «Видео Интернейшнл» опубликовал отчет о социологическом исследовании «Телевидение глазами телезрителей».

В ходе исследования было установлено, что основная цель просмотра — развлечение (так высказались 48% опрошенных); 30% респондентов интересуется информация; 10% делают это по привычке, а 9% — для расширения кругозора.

В массовом сознании в отношении телевидения происходят серьезные изменения: становится социально приемлемым поведением смотреть телевизор ради отдыха и развлечения, фоновое телесмотрение становится преобладающим, среднее время просмотра передач составляет 3,5 ч в день. Меняются и приоритеты. Например, когда-то популярное НТВ стремительно теряет своего зрителя. В последнее время, после смены руководства, канал акцентировал свое внимание на передачах о насилии, криминале и агрессии, и вместе с тем повысился интерес к легкому, развлекательному СТС.

Вообще же каналов, которые зрители оценивают как «развлекательные», сериальные, кино, рекламные — уже пять: СТС, РЕН-ТВ, ТНТ, ДТВ и «Домашний»!

Исследование зрительских интересов россиян выявило, что большинство любит смотреть отечественные сериалы, юмористические и информационные программы.

Так какова же функциональная направленность нынешнего телевидения?

Во-первых, материальные ценности, деньги. Нам кажется, совершенно безнравственно, что зрителя убеждают в возможности за удачный ответ в телевизионной игре получить денежный приз, во много раз превышающий заработок учителя и врача за пять лет упорного труда.

Во-вторых, нагнетание страха. Широко эксплуатируются американские фильмы ужасов, отечественные сериалы «Убойная сила». Как ни странно, такого же результата достигают документальные передачи, такие как «Дорожный патруль» и «Криминальная Россия».

В-третьих, пропаганда секса — в смягченных формах на государственных каналах и в формах грубой откровенности, нарушающей общепринятые нормы приличия, — на частных. «Семейные страсти» на РЕН-ТВ, «Девичьи слезы» на СТС, «Окна» Д. Нагиева, к радости зрителей, были сняты с эфира. В рамках статьи нет возможности проанализировать каждую передачу в отдельности, тем

более что в них много общего. К сожалению, их уровень вызывает много нареканий.

Таким образом, происходит подмена прямых функций телевидения, таких как культурная и просветительская, а деньги, страх и секс определяют не только программную политику каналов российского телевидения, но и направление деятельности всей системы в целом.

Единственным островком культуры является специализированный телевизионный канал «Культура». Основной упор здесь делается на высокие образцы культурного творчества, на знакомство с шедеврами мирового и отечественного искусства. В этом смысле общественную значимость телеканала «Культура», выживающего в условиях жесткой конкуренции, трудно переоценить. Благодаря этому каналу те немногочисленные зрительские группы, которые устали от всевозможных игр и развлекательных шоу, имеют возможность приобщаться к культурному наследию, новостям культурной жизни в нашей стране и за рубежом, классическому искусству, которым практически не осталось места на других каналах. Его деятельность выступает связующим звеном между обществом и культурным наследием, средством повышения интеллектуального и духовного уровня нации, а также оставляет надежду на то, что важнейшая функция телевидения как социального института — культурно-просветительская — не будет утрачена окончательно.

По данным «Видео Интернейшнл», 48% интересуется только развлекательным телевидением. Значит, необходимо, учитывая интересы зрителей, менять качество уже существующих передач с точки зрения увеличения культурной составляющей, повысить их культурный уровень. Что имеется в виду?

Во-первых, конечно, язык как основной проводник культурных ценностей. В свете последних принятых правительством постановлений о языке кажется неприемлемым жаргон и сленг, звучащий с эфира.

Журналистский долг помнить, что телевизионный текст должен иметь нормативный характер. Нормативная речь — это правильная, общеобязательная речь и, работая над текстом, необходимо следить за чистотой русского языка, звучащего в эфире, используя точные слова для выражения мысли.

Это главное условие написания грамотного телевизионного текста.

Журналистам следует также полнее охватывать географию страны, рассказывать с экрана о культурных событиях, происходящих в разных уголках нашей страны, а не только в Москве или Санкт-Петербурге, целенаправленно формировать будущую интеллектуальную аудиторию.

Следующим шагом, как кажется, должно быть восполнение культурного вакуума на ведущих российских каналах.

Необходимо сместить приоритеты. Не материальная составляющая, а профессиональная состязательность должна стоять на первом месте, желание выиграть в честной борьбе.

Несмотря на рыночные отношения, в эпоху господства рекламы и шоу-бизнеса на экране, к счастью, периодически появляются отдельные программы, посвященные культуре, науке, образованию, истории. Сразу же вспоминаются телевизионные передачи «Умники и умницы», всеми любимая и известная игра «Что?

Где? Когда?», «Своя игра», а также выпуски исторических передач Эдварда Радзинского, «Мой серебряный шар» Виталия Вульфа, «Исторические хроники» Николая Сванидзе, «Порядок слов — книжные новости» по каналу «Культура». Зритель отслеживает и с удовольствием смотрит такие программы, которых осталось очень и очень мало, черпает для себя полезную, развивающую информацию.

Таким образом, российское телевидение нуждается в кардинальной организационной и функциональной перестройке в сфере культурно-просветительской деятельности, усилении популяризации культуры в программной деятельности на всех уровнях, нуждается в коренном обновлении и перестройке в соответствии с вызовами времени.

Прежде всего нужно обратить внимание на телевизионные тексты и сценарии, которые сегодня изобилуют стилистическими ошибками, жаргонизмами, сленгом и просторечными словами, что способствует снижению культуры речи, небрежному отношению к родному языку.

Необходимо расширять тематику передач, разнообразить жанры и формы передач культурно-просветительского телевидения как части общего культурного телеобмена.

В контексте сложных и неоднозначных процессов, происходящих в сфере национальных отношений, особенно остро ощущается потребность более глубоко и полно отображать культуру всех народов России и тем самым способствовать гармонизации межнациональных отношений.

Формируя культурное пространство, пропагандируя моральные и духовные ценности, телевидение посредством своих высокопрофессиональных передач, сможет значительно повысить общий культурный уровень нашего общества.

Остро сегодня стоит проблема профессиональных кадров. Подготовка и переподготовка редакторов, режиссеров, музыкальных редакторов, операторов может и должна решаться, по мнению автора, в трех направлениях: при помощи Института повышения квалификации работников телевидения и радиовещания; повышения за счет уровня преподавания специализации в высших учебных заведениях страны; путем углубленного знакомства с опытом коллег, специализирующихся по культурной тематике. Это непеременимые условия оптимизации культурной миссии телевидения в целом.

Как надеется автор, комплексное исследование проблем этого подразделения поможет работникам телевидения более глубоко осмыслить роль и место культурно-просветительских программ в структуре телевидения, оперативно скорректировать практику, значительно повысить их художественный уровень и познавательную ценность.

Основные теоретические суждения, выводы можно использовать в учебном процессе при подготовке курсов «Теория и практика телевидения» и «Культурно-просветительский раздел телевидения».

Автор полагает, что проведенное исследование позволяет утверждать, что культурная миссия телевидения может быть реализована значительно эффективнее, стать действенным средством журналистской деятельности, помогать сближению народов, воспитанию культуры межнационального общения, способство-

вать духовному обогащению и повышению общего культурного уровня нашего общества. Для этого тележурналисты должны, сохраняя все лучшее из накопленного опыта, совершенствуя и перестраивая свою работу, более взвешенно, умело и целеустремленно использовать преимущества и потенциал современного телевидения как мощного, оперативного канала распространения информации и достижений культуры. Именно это делает его ведущим средством массовой информации и коммуникации, превращает в «зеркало», своеобразно отражающее уровень развития общества, образ его мышления и взаимоотношения внутри его. Телевидение связывает зрителя с внешним миром, объединяет его со всем тем, что происходит вокруг. Оно призвано правдиво и объективно отображать факты и явления действительности, усилия его должны быть направлены на развитие у телезрителей серьезного, вдумчивого отношения к жизненным ценностям, потребности к приобщению к образцам высокой культуры.

В подтверждение наших мыслей приведем известное высказывание академика Дмитрия Сергеевича Лихачева: «Не должно быть слепых к красоте, глухих к слову и настоящей музыке, черствых к добру, беспамятных к прошлому. А для этого нужны знания, нужна интеллигентность, дающаяся культурой».

ЛИТЕРАТУРА

- [1] Кнабе Г.С. Диалектика повседневности // Вопросы философии. — 1989. — № 5. — С. 26.
- [2] Литвинцев А.Э. Канал «Культура» на перекрестке телевизионных традиций. Ч. 1. — М., 2007.
- [3] Лотман Ю.М. Статьи по типологии культуры. — М., 2000.
- [4] Г.В. Кузнецов, В.Л. Цвик, А.Я. Юровский. 4-е изд. — М., 2003.
- [6] Муратов С.А. Телевидение в поисках телевидения. — М., 2003.
- [7] Муратов С.А. ТВ-эволюция нетерпимости. — М., 2001.
- [8] Новый энциклопедический словарь. — М.: Большая Российская энциклопедия, 2004.
- [9] Очерки по истории российского телевидения / Под ред. В.В. Егорова. — М., 1999. — С. 104—105.
- [10] Телевизионная журналистика: Учебник: Ред. Коллегия.
- [11] Цвик В.Л. Телевизионная журналистика. — М., 2004.

CULTURE ON TELEVISION: MYTH OR REALITY

N.S. Gegelova

Department of Mass Communication
Russian Peoples Friendship University
Mikluho-Maklaya str., 6, Moscow, Russia, 177198

In this article are examined and analyzed the chief problems of Russian television connected with its cultural and enlighten functions. Author offers some ways which help to optimize these important TV functions according to the needs of modern audience.