

ТЕЛЕСЕРИАЛ КАК ИНСТРУМЕНТ ВОЗДЕЙСТВИЯ НА ИНДИВИДА

Введение

К концу XX века, благодаря развитию научно-технического прогресса, в человеческом обществе сложилась система массовой коммуникации, которая вбирает в себя новейшие технические возможности распространения информации на практически неограниченную аудиторию, что позволяет ей стать реальной силой, влияющей на формирование всей системы духовных ценностей и потребностей человечества. Система массовой коммуникации становится доминирующим фактором современной культуры. Это разрушает ее как относительно равновесную систему, порождая ряд новых явлений. Некоторые из них столь необычны, что с трудом укладываются в рамки традиционных представлений о культуре.

Цель данной работы заключается в попытке проанализировать механизмы воздействия современных средств массовой коммуникации, и в частности телевидения, на сознательное и бессознательное¹ индивидуума путем неагрессивного вмешательства в культурно-исторический вакуум, созданный за период внедрения в западное сознание идеала свободы личности и выбора. Будет прослежена дифференциация между элитарной и массовой культурой², без которой невозможно собрать полную картину феномена неагрессивного вмешательства телевидения как непосредственного представителя массовой коммуникации.

Понятие культуры

Понятие культуры³ очень многозначно. В общем плане понимать культуру можно как совокупность результатов деятельности людей, создавших систему традиционных для человечества ценностей как материального, так и духовного характера. Таким образом, с одной стороны, культура⁴ представляет собой «застывшую» (музейную) часть человеческого общества, а с другой, — совокупность высших человеческих ценностей, которые определяют и выражают конечные цели человеческого существования и отличны от операциональных «ценностей как средств» или средств практической адаптации, характеризующих уже не культуру, а цивилизацию⁵.

Описанные признаки не обязательно выступали характеристикой индивидуального сознания культуры — они могло быть самовыраже-

нием внутренней сущности индивида, выходящей за рамки господствующей парадигмы. Индивидуальное сознание всегда представляет собой некий островок в океане культуры, но островок самодостаточный. Кроме того, индивиды располагались на разных уровнях локальной культуры, что определяло культурное разнообразие системы в целом. В результате был выработан мощный механизм адаптации системы культуры к новообразованиям, позволяющий ей относительно безболезненно приспосабливать к себе новые компоненты, которые были вне культуры, и одновременно модифицировать всю систему культуры. Такого рода изменения в локальных культурах, как правило, выходили за рамки индивидуальной жизни, поэтому для отдельного человека были незаметны. Именно адаптивно-адаптирующий механизм обеспечивает стабильность локальной культуры, и именно он, как мы увидим ниже, подвергается мощнейшему воздействию в современной культуре.

Таким образом, можно сказать, что культура представляет собой противоречивое образование, которое находится в относительном единстве, но внутри которого постоянно присутствуют противоречивые тенденции, выражающие собой относительно противоположные сущности, два вектора самореализации творчества каждого индивида. С одной стороны, в процессе творческой деятельности человек опирается на стереотипы, традиции и нормы жизни, характерные для большинства людей в их обычной жизни. В этом плане особенности индивидуальной жизни, жизненной среды и условий определяют форму и характер каждого дня жизни человека. С другой стороны, творческая деятельность может проходить вдалеке от стандартных жизненных стереотипов и представлений, может быть удалена от реальности, создавая в результате особый элитарный культурный пласт⁶, в рамках которого возникают общекультурные и общечеловеческие ценности, на которые ориентируется общество.

Изложенные выше особенности определяли характер общения между культурами. Один вектор культуры направлен, по выражению Г. С. Кнабе⁷, «вверх», формируя некоторые общие представления и ценности в сфере духа (наука, искусство, религия и т. д.). Другой — «вниз», фиксируя обыденные стереотипы жизни человека как на индивидуальном, так и на уровне микрогрупп. М. М. Бахтин рассматривал такое противопоставление верхней и низовой частей культуры как особую традицию противопоставления верха и низа конкретного человека⁸. Верхняя культура была абстрактной, духовной, переживаемой и удаленной от реальной жизни. Низовая, напротив, была телесна⁹, конкретна, не только переживалась индивидом, но и воплощалась им.

Аудитория, связанная с «верхней» культурой, элитарна и ограничена, но именно жизненные обстоятельства дают одним людям возможность приобщаться к такой высокой культуре, а другим — нет. Ценности «верхней» культуры за счет того, что они приняли рафинированную форму, ограничивают себя от влияний извне на более долгий срок, их легче поддерживать искусственно, культивировать, что и дает им возможность сохранения почти в «первозданном виде». Даже восприятие таких культурных ценностей требует не только некоторой внутренней подготовки, особой грамотности, но и специальных помещений для этого, что также является фактором, ограничивающим сферу ее распространения. Таким образом, создается идеализированная система культурных ценностей, которая за счет вышесказанных обстоятельств достаточно стабильна, настороженно относится ко всяким изменениям в ней и представляет собой действительно базис общечеловеческой культуры. Повседневная культура, в потребление продуктов которой включена наибольшая масса людей, в силу своей открытости была менее устойчива, а следовательно, в большей степени подвержена изменениям.

Итак, культура как система представляет собой диалектическое единство противоречивых сторон, находящихся в импульсивном взаимодействии. Высокая КУЛЬТУРА обеспечивает преемственность, единство, создает систему ценностей, а низовая культура обеспечивает саморазвитие системы, ее обновление. В этом смысле культура диалогична уже в силу наличия в ней двух находящихся во взаимодействии культур, точнее, диалог является формой ее существования. Но этот диалог осуществляется внутри единого целого. Поэтому оппозиция «верхней» и «низовой» культуры является культурной оппозицией, не выходит за ее рамки.

Индивидуализм в массовой культуре

Понятие «индивидуализм»¹⁰ означает моральное, политическое и социальное мировоззрение, которое подчеркивает индивидуальную свободу, первостепенное значение личности и личную независимость. Индивидуализм противопоставляет себя идее и практике подавления личности, в особенности если это подавление производится обществом или государством.

Это особая форма мировоззрения, подчеркивающая приоритет личностных целей и интересов, свободу индивида от общества.

Базовыми признаками индивидуализма называют следующие два:

1. Главенство личных целей. У индивидуалистов часто наблюдается несоответствие личных и групповых целей, при этом на первое место у них выходят личные цели, а групповые остаются на заднем плане.

2. Самостоятельность действий личности. Хотя индивид всегда является членом разных социальных групп и организаций, человек с индивидуалистической психологией в высокой степени автономен от них и способен успешно действовать, не обращаясь к их помощи.

Первые социологические концепции, анализирующие индивидуализм, строились на противопоставлении современной и традиционной культур. Общепринятой во второй половине XIX в. считалась либеральная точка зрения, согласно которой чем выше в обществе уровень индивидуализма, тем это общество более развито.

Время развития телевидения совпало со временем укрепления позиций индивидуализма в западном обществе. Но, в свою очередь, это время, ознаменовавшее расцвет массовой культуры. Такой парадокс объясняется принципом дополнительности. Уход человека от всего массового усиливал давление этого массового на индивидуума.

Во второй половине XX века продолжалось подчеркивание противоположности индивидуалистической ориентации, характерной для современных культур, и коллектиivistских ценностей, свойственных традиционным культурам. Исходным моментом этого противопоставления послужила власть людей над окружающей их природой. Первыми проявлениями такого господства стали магия и шаманство¹¹. Приобретая возможность воздействовать на окружающий мир, люди все более обращают внимание на успешность своих личных действий безотносительно к другим людям. Чем больше люди становятся хозяевами своей судьбы, тем шире происходит распространение индивидуалистической ориентации¹².

Вполне обоснованно и логично выглядит развитие телевидения именно в этот исторический период.

В свою очередь, перед телевидением стояла цель стать виртуальным зеркалом общества.

Современная западная культура всячески приветствует стремление каждого человека выделяться из общества, быть уникальным во всем. Основы индивидуализма закладываются в сознание человека западной культуры, начиная с раннего детства¹³. Воспитывая в детях самостоятельность, родители стран Запада поощряют их стремления учиться и зарабатывать на свои нужды самим, начиная с самого раннего возраста. Независимости и самостоятельности способствует в развитых странах Запада беспристрастная система образования. Ориентация на достижение конкретных целей, а не на поддержание долгосрочных отношений, приводит к быстрому формированию и распаду групп, в связи с их быстрой ненадобностью, в зависимости от поставленных задач.

Воспитание «я» — мышления¹⁴ приводит к ряду закономерных последствий. Главное из них — это традиция открытого высказывания и защиты своего мнения, каким бы нелицеприятным оно ни было. Столкновение разных мнений и открытая конфронтация рассматриваются в странах Запада как двигатели прогресса, горнило истины и правды. Таким образом, конфликты в жизни общества, порожденные столкновением индивидуальных амбиций, рассматриваются как вполне естественное и неизбежное явление. Это определяет свободу печати и слова, существующую в западных культурах. Человек в такой культуре стремится к свободе своей индивидуальности и, сам того не замечая, начинает уходить от влияния социальных групп, которые, в свою очередь, являются частью общества. Таким образом, мы наблюдаем парадоксальную ситуацию в западной культуре, в которой человек под влиянием сложившихся норм общества сам пытается из него уйти.

Уход из общества открывал в человеке вакуум первобытного, бессознательного стремления к обществу. Оно предоставляло первобытному человеку защиту от окружающего, враждебного и опасного мира, обеспечивало ему еду и возможность продолжить свой род, то есть позволяло ему выживать. На бессознательном уровне у человека остается до сих пор первобытный инстинкт общественности. Это стремление практически не ощущаемо на сознательном уровне, но оно создает огромную пустоту векторе стремлений индивидуального человека.

Воздействие телесериалов

Хотя формально телевизионный контент и делится на информационные, рекламные и развлекательные программы, но в последнее время четкая граница перестала существовать. Так же, как и в остальных сферах, наблюдается тенденция к смешиванию стилей, жанров и видов программ. Например, информационная программа может содержать элементы рекламы, и даже развлекательные передачи могут быть спонсированы и существовать за счет «продакт плейсмента». В такой ситуации зритель начинает все с большей осторожностью относиться к просмотру и пониманию телевидения. У человека срабатывают механизмы фильтрации информации. Создается некое понимание степени «опасности». Зритель «включает» максимальную защиту на полностью рекламный контент, уже зная, что эта информация представляет непосредственную угрозу свободе выбора. И со временем реклама практически полностью перестает сознательно восприниматься.

Также угрозу, хоть и меньшую, представляют информационные программы, особенно ежедневные новостные передачи. Зритель уже знает,

что одна и та же информация может на разных телеканалах и в разных передачах подаваться по-разному [Руднев 2010], даже если и по умолчанию считается, что информация объективна¹⁵. Включается тот же фильтр, что и в рекламе, только уже не на таком агрессивном уровне. Некоторая информация зрителем принимается как объективная, а остальная доля оседает на бессознательных фильтрах. Значит, эта информация также представляет опасность свободе выбора индивидуальной личности. И так же, как и в случае с рекламными программами, зритель со временем уже интуитивно включает свою защиту.

С развлекательными программами ситуация не настолько однозначна, хотя зритель и не воспринимает их с такой опаской, как информационные или рекламные. И наименьшую угрозу своей свободе выбора зритель видит в телесериалах.

С момента появления телесериалов прошло уже достаточно времени, для того чтобы у зрителя сложилось определенное отношение к ним.

Феномен «мыльных опер», просматриваемых большинством современных людей, многие из которых прекрасно осознают художественную «ценность» этих «творений», вполне объясним. Человек не имеет возможности и времени держать в голове некую структуру (идею автора, как это было в классике), которая разворачивается посредством сконструированной другим человеком сюжетной линии, развивающей эту «глубокую» идею. Человеку проще заглянуть в телевизор, как в окно, зафиксировав сиюминутный событийный момент, не утруждая себя вопросами о сущности происходящих событий. Наблюдение вместо рассуждения — вот одна из установок подобной культуры. Причем особенность восприятия такова, что человек в любой момент может выйти из воспринимаемой системы без последующего ощущения неоконченности, как это могло бы быть в случае прерывания чтения классического романа, и вновь с любого места войти в нее.

Объективно сериал можно характеризовать как контент, ориентированный на показ по центральным и кабельным каналам телевидения с определенными интервалами, обычно раз в сутки или пару раз в неделю. Благодаря особенности телесериалов — сюжетной интриге, они являются очень хорошим средством привлечения и удержания аудитории телеканалами¹⁶. Зритель смотрит канал с любимым сериалом регулярнее, размер аудитории постоянен. Игра с разными жанрами стала одним из основных принципов стиля телесериала. Разрешение этого парадокса в том, что телесериал своего рода посредник, инструмент для внедрения в массовое сознание тех или иных социокультурных понятий, ценностных

установок, обусловленных запросом общества, идеологией, политикой или экономикой. Поэтому сериал можно сравнить с инструментом для игры сразу на очень многих «струнах души» публики. То есть, другими словами, сериал при должной подготовке может воздействовать на выбор и сознание индивидуума эффективнее, нежели новости или реклама.

Это происходит за счет того, что зритель изначально не видит в сериале «опасности». Они хоть и составляют большую долю телевизионного контента, но редко воспринимаются на том же уровне художественного или информационного наполнения, что и остальная часть программ. По сути, сериал для большей части зрителей не имеет даже четкого начала или финала. Практически по всем телеканалам постоянно идут сериалы, которые трансформируются в некую бесконечность. Зрителю не обязательно смотреть сериал, он может просто включать его как некий фон, как нечто само собой разумеющееся, легкое и безобидное, как заполнение вещательной сетки. Однако если сконцентрировать свое внимание на ком-либо из героев сериала, то становится ясно, что данный персонаж представляет собой поле, в котором удобно объяснять и внушать зрителю те или иные догмы, давать ему социальные и нравственные установки. В современных сериалах, как правило, можно обнаружить некое объяснение той или иной социокультурной данности, проясняющей главную проблему сюжета. Например, принцип «все равны в своих правах» объясняется зрителю как возможность свободного выбора в современном обществе. Такая конструкция часто встречается в бразильских и американских сериалах на тему сексуальных меньшинств и общения людей разных конфессий. Как пример можно привести сериалы: «Богатые тоже плачут»¹⁷, «Рабыня Изаяура»¹⁸, «Беверли Хиллз, 90210»¹⁹, «Любовь и тайны Сансет Бич»²⁰. Привлекательность сюжетов, выстроенных по данной конструкции, заключается в том, что работает механизм «компенсации», позволяющий оправдывать нарушения социокультурных границ.

Часто используются сюжетные конструкции, рассчитанные на эффект неожиданности, иллюзию непредсказуемости. Такие конструкции ненавязчиво объясняют правила поведения в обществе, проекты правил, отклонения от правил. Обусловленные идеологией, они позволяет поддерживать имеющиеся в обществе идеологические представления и, отражая их с тем или иным минимальным смещением акцентов, манипулировать этими понятиями.

Реалити-шоу **как верхняя точка эволюции телесериала**

Верхней точкой эволюции телесериала можно с уверенностью считать реалити-шоу. Реалити-шоу — это часть «реального телевидения», эпоха которого, как считают многие телевизионные специалисты, уже наступила во всем мире. В одном ряду с реалити-шоу стоят игры в реальном времени и скрытая камера, самостоятельные жанры, имеющие свои специфические характеристики.

Специфика и отличие реалити-шоу от телесериала заключена уже и в его названии.

Реалити (от англ. слова «real» — «реальность»²¹ (ср. [Руднев, 1996, 2000]), настоящий) — действие, происходящее по незапланированному сценарию, показывающее действительность, вскрывающее характер персонажей, которые, в свою очередь, являются «простыми людьми с улицы», а не дипломированными актерами. Шоу (от англ. глагола «to show» — «изображать, показывать») — как неотъемлемый элемент развлекательного телепрограммирования. Продюсеры и режиссеры прибегают к наброскам сценария, записи и монтажу материала. Это позволяет не только контролировать высказывания участников, но и отбирать самые зрелищные моменты и даже формировать образы игроков. Они, в свою очередь, помещены в искусственно созданную среду²², замкнутое декорированное пространство с десятками камер, и зритель с периодичностью от одного до нескольких раз в день имеет возможность не только наблюдать за происходящим, но и принимать непосредственное участие в судьбе реальных героев путем интерактивного голосования. Целью шоу становится материальный приз, чаще в денежном эквиваленте, получить который сможет только один участник, победивший в финале проекта.

Первое реалити-шоу, *An American Family* («Американская семья»), было создано в США в 1971 году и появилось на телеканале PBS спустя два года. Двенацать эпизодов шоу повествовали об американской семье периода ядерной угрозы и гонки вооружений между Соединенными Штатами и Советским Союзом. Основная интрига заключалась в том, что главы семьи находились в состоянии развода, а старший из пяти детей, двадцатилетний юноша Ланс, был геем, периодически красившим губы помадой и наряжавшимся в женские одежды. В те годы шоу собрало у телеканалов рекордное количество зрителей — десять миллионов — и явилось причиной многочисленных противоречивых высказываний.

Спустя двадцать шесть лет голландский бизнесмен, прочтя статью о биосфере, научном опыте, заключающемся в наблюдении за жизнью де-

сятка индивидуумов в закрытом пространстве, разработал идею ежеминутного показа живых людей в подобных же условиях. Передачу назвали *Big Brother* («Большой брат»). Это выражение взято из фантастического романа Джорджа Оруэлла «1984». И в сентябре 1999 передача становится телевизионным шоу, притягивающим к себе 55% аудитории. Приз победителю — 70 000 фунтов стерлингов. С тех пор шоу показали в двадцати семи странах. Джон Демол, изобретатель концепта, посредством созданного им предприятия Endemol создал триста программ в разных странах мира.

Существует четыре основных разновидности реалити-шоу:

«Шоу подглядывания», в котором удовлетворяется присущая абсолютному большинству населения Земли страсть подглядывания. Участники такого рода шоу должны быть интересны по разным критериям (привлекательная внешность, непосредственность, умение легко держаться перед камерой). Необходимо, чтобы в характере человека присутствовали черты здорового нарциссизма, с одной стороны, и доля здоровой истероидности²³ — с другой. Когда у человека эти присущие в определенной мере каждому из нас качества не переходят в болезненное состояние, он способен сыграть, произвести впечатление, привлечь к себе внимание. Таким людям свойственно демонстративное проявление своих эмоций. Также важно умение критически оценивать реальность, то есть себя и свои возможности. Участники «шоу подглядывания» — это разные, но в то же время типичные для общества характеры. Тем самым каждый зритель имеет возможность найти на экране что-то близкое и интересное лично ему. Примеры шоу подглядывания на Западе: «Большой Брат» (Голландия), «Большая диета» и «Разбитые» (Великобритания); в России — «За стеклом»²⁴, «Голод».

«Шоу на выживание», в рамках которого участников помещают в невыносимые для жизни условия и предлагают биться за победу до конца. В этом случае одним из важнейших критериев отбора становятся надежность и ответственность участника, его готовность выполнять предъявляемые организаторами шоу требования. В первую очередь это «Survivor» (Швеция), «Alive» (США) и «Последний Герой» (Россия).

«Шоу профи», которое помимо развлекательной функции несет в себе и практическую выгоду как для зрителей, так и для участников. В рамках шоу профи игроки осваивают доселе незнакомое ремесло, повышают профессиональный уровень, а зритель наблюдает саму «кухню» либо набирается практических знаний. Пример шоу профи в России - «Фабрика звезд» — процесс возвращения эстрадных артистов в реальном времени. Более поздний пример — шоу телеканала ТНТ «ДОМ».

В последнее время из-за повышенного интереса зрителя к реалити-шоу и необходимости постоянной поддержки этого интереса организаторы подобных проектов все чаще прибегают к синтезу тех или иных элементов вышеперечисленных групп. В связи с этим можно выделить и четвертую категорию — смешанную, которая сочетает в себе характеристики трех предыдущих.

«Квест» (от англ. слова «quest» — поиск). Шоу-приключение, детективная история, головоломка, поиск нестандартных решений. Участники помещены в необычные условия существования и, сопровождаемые многочисленными камерами, преодолевают физические и интеллектуальные препятствия. В рамках квеста участники — это индивидуальности с ярко выраженной тенденцией к лидерству, высоким уровнем IQ, способные на моментальную реакцию и быстрое принятие решений.

Таким образом, воздействие телесериала, и в особенности реалити-шоу, на личность настолько велико за счет того, что в бессознательном не включаются механизмы защиты от этой опасности, так как, во-первых, все внимание зрителя сконцентрировано на защите от рекламных и информационных программ, и, во-вторых, сам формат сериала внешне не агрессивен, хотя по реальной силе воздействия на поведение зрителя и свободу выбора его даже невозможно сравнить ни с одним другим типом телевизионного контента.

¹ Фрейд З. Введение в психоанализ. М., 1989.

² Михайлова Т., Руднев В. Массовое искусство и культура постмодерна // Знание — сила. 2007. № 12.

³ Лотман Ю. М. Феномен культуры // Избранные статьи в 3 Т. 1. Таллинн: 1992., С.34–45. Руднев В. Энциклопедический словарь культуры XX века. М., 2009. С. 228.

⁴ Моль А. Социодинамика культуры. М., 1973. С. 27–28.

⁵ Шпенглер О. Закат Европы. М., 1999. С. 9.

⁶ Лотман Ю. М. Феномен культуры ...оп.cit. С.34–45

⁷ Кнабе Г. С. Двуединство культуры. М., 1993. С. 28.

⁸ Бахтин М. Творчество Франсуа Рабле и народная смеховая культура средневековья и Ренессанса. М., 1990. С. 50.

⁹ Руднев В. Энциклопедический словарь культуры XX века. Москва, 2009. С. 400.

¹⁰ Ионин Л. Г. Социология культуры. М., 1998.

¹¹ Фрэзер Дж. Дж. Золотая ветвь: Исследование магии и религии. Москва, 1985. С. 21–30.; Леви-Строс К. Структурная антропология. Москва,

1985. С. 147.

¹² Леви-Брюль Л. Первобытное мышление. Москва, 1980. С. 582–584.

¹³ Эриксон Э. Идентичность: Юность и кризис. Москва, 1996. С. 116.

¹⁴ Фрейд А. Теория и практика детского психоанализа. Т. 1. Москва, 1999.

¹⁵ Руднев В. П. Современное телевидение глазами параллельного кино // Наука телевидения, выпуск 6. М., 2010.

¹⁶ В маркетинге или рекламе используются также термины целевая группа и целевая аудитория для группы лиц, на которую направлено рекламное сообщение и рекламные мероприятия.

¹⁷ Богатые тоже плачут (исп. *Los Ricos También Lloran*) — мексиканский телесериал, имевший большой успех на советском телевидении в 1991 году. Производство 1979 года. Состоял из 248 серий по 25 минут каждая.

¹⁸ «Рабыня Изaura» (порт. *Escrava Isaura*) — телесериал по одноименному роману бразильского писателя Бернарду Гимараинша (1875). В 1976 году бразильская телекомпания «Глобу» выпустила телевизионный сериал по мотивам романа. В СССР фильм стал первой теленовеллой, показанной по телевидению. Первые серии телесериала были продемонстрированы по Центральному телевидению 16 октября 1988.

¹⁹ «Беверли-Хиллз, 90210» — американский телесериал, повествующий о близнецах из семейства Уолш, оказавшихся в мире золотой молодежи в лос-анджелесском районе Беверли-Хиллз. В России «Беверли-Хиллз, 90210» впервые был частично показан в 1992 году на канале НТВ.

²⁰ Любовь и тайны Сансет Бич — американский телесериал. Впервые вышел в эфир на телеканале NBC 6 января 1997. В России впервые был показан на телеканале НТВ 12 ноября 1997.

²¹ Руднев В. Прочь от реальности: исследование по философии текста. Москва, 2000. С. 174.

²² Бодрийяр Ж. Войны в заливе не было // Художественный журнал. 1993 № 3.

²³ Руднев В. Апология нарциссизма: Исследования по психосемиотике. Москва, 2007. С. 172.

²⁴ «За стеклом» — первое российское реалити-шоу и один из самых высокорейтинговых проектов в истории российского телевидения, выходившее на каналах ТВ-6, ТНТ и ТВС. Аналог «Большого Брата».