

ТЕЛЕВИЗИОННОЕ ТОК-ШОУ КАК МОДЕЛЬ ГЛОБАЛЬНОЙ МАССОВОЙ КУЛЬТУРЫ

Гмызина Э.В., к. культурологии, доцент кафедры культурологии
ВятГУ

Необычайная популярность жанра ток-шоу на современном телевидении невольно наводит на мысль о его особой социальной роли в глобальной массовой культуре. С одной стороны многочисленные телевизионные ток-шоу выполняют функцию своеобразного клапана, через который выпускается накопившееся в обществе недовольство, поддерживается подобие общественной дискуссии а, значит, и иллюзия решения насущных проблем. С другой стороны, своими искусственно преувеличенными страстями, ток-шоу отвлекают зрителей от настоящей жизни, реализуя тем самым одну из основных функций массовой культуры – эскапизма, бегства от реальности.

Обязательным условием для существования жанра ток-шоу на телевидении является наличие разных точек зрения по какому-либо вопросу. О чем бы ни шла речь – о политике, социальной жизни, семейно-бытовых неурядицах, зритель должен услышать разные мнения по обсуждаемой проблеме. Причем должны прозвучать не только мнения специалистов (экспертов), но и «глас народа». С выполнением этой задачи связан выбор героев, организация пространства студии, особенности монтажа.

Выбор ракурса съемки в телевизионном ток-шоу не менее важен, чем в новостях. По ходу съемки, как правило, используется несколько камер. В программе «Жди меня» одна из камер всегда находится в последнем ряду зрительного зала, чтобы дать возможность увидеть происходящее глазами обывателя. Точка зрения сверху создает у зрителя ощущение отстранения, нахождения «над схваткой». Особую роль в художественном решении программ играют крупные планы. Камеры внимательно следят за реакцией людей, нашедших своих родных. Телезрители становятся свидетелями поражающих своей откровенностью эмоций. Помимо переживаний привлекательной стороной ток-шоу является возможность ощутить себя участником игры с элементами состязания, симуляции. Участники ток-шоу наряду с героями пытаются разрешить сложные жизненные ситуации. Чтобы вовлечь зрителей в эту игру, им предлагают высказать свои комментарии, поучаствовать в голосовании («Народ хочет знать», «Свобода слова»).

Чтобы окончательно уверить зрителей в «мировом масштабе» происходящего, художники стилизуют студийное пространство под

«модель мира». Стекланные квадратики потолка-купола (в программе «Жди меня») множат отражение зрителей, подсказывая, что люди, ставшие сегодня героями программы такие же, как мы. Их горе и радость – это наши горе и радость. Они выдернуты создателями передачи из толпы, из небытия неизвестности, а после эфира обречены вернуться в него. За это короткое время они станут телезрителям почти родными, а, значит, толпа не безлика. Она будет состоять из личностей, чья жизнь и опыт бесценны. Это ощущение укрепляет и специфическое освещение студии, которое возникает благодаря тому, что лампы закреплены на большом металлическом кольце. Когда оно начинает раскачиваться, лучи света скользят по студии, отыскивая, кого в следующий раз выхватить из толпы, сделать очередным героем программы.

Семейно-бытовые шоу, живущие по законам мелодрамы («Пусть говорят») показывают добрых и злых людей в трагических и трогательных ситуациях, стараются взволновать зрителя не только значимостью текста, но и сценическими эффектами. Сюжетно-тематическая структура мелодрамы незыблемо воспроизводится в подобных программах: любовь, предательство, кара и награда и, конечно, неизбежное торжество добродетели. Несмотря на то, что создатели шоу утверждают, что все истории подлинны, телезрителя часто не оставляет чувство неправдоподобности происходящего в студии. Однако как ни трудно поверить в существование родителей, спокойно финансирующих семью своего сына, состоящую из юного мужа, двух жен и трех малолетних детей, зрители готовы обсуждать эту ситуацию со всей серьезностью. А ведь практически все истории, становящиеся предметом обсуждения семейно-бытовых ток-шоу, – это аттракционы. Переполненное такими аттракционами телевизионное зрелище вне зависимости от содержательного наполнения приобретает характер игры-головокружения, особенно, если оно смонтировано с помощью стремительного клипового монтажа.

У постоянного зрителя таких программ должно складываться ощущение, что весь мир – сплошной аттракцион, где нельзя ни на минуту расслабиться. Однако, как и читатели формульной литературы, зрители ток-шоу умеют отделять «образ реальности», предстающий на экране, от самой реальности. Несмотря на узнаваемость отдельных ситуаций и героев ток-шоу, зрители сознательно или подсознательно ощущают их «масками», а рассказанные истории утрированными схемами, лишенными жизненной достоверности. Идентификации с этими историями, как правило, не происходит, но эмоции у зрителей они все равно вызывают. Слова теоретика и историка театра П. Пави, посвященные героям мелодрамы, можно в полной мере отнести и к героям

телевизионных ток-шоу: «их чувства и речи, преувеличенные едва ли не пародийно, легко узнаются зрителями и вызывают дешевый катарсис». (1)

Здесь уже неважно происходила ли история в действительности, все равно зритель уже принял «правила игры» и готов прожить в условной реальности время, определенное хронометражем программы. Ведь эти истории выполняют функцию сказки для взрослых. Причем образцами поведения для зрителей становятся не герои сюжетов, чьи жизненные ситуации чрезмерно экстремальны, а поведение неадекватно, а ведущие и звездные гости, которые уже достигли предела мечтаний зрителя ток-шоу – стали постоянными жителями телевизионной реальности, то есть звездами.

Не меньше, чем для семейно-бытовых шоу, соблюдение «правил игры» важно и для участников шоу политических. Они тоже подразумевают имитацию активного участия зрителей в моделируемых ситуациях. Даже в таких серьезных программах, как «Времена» В. Познера, «Свобода слова» С. Шустера, сохранялись те же методы воздействия на аудиторию. При отсутствии мелодраматических сюжетов общий тон политических дискуссий таков, что у зрителя в итоге всегда остается ощущение, что мир хотя и полон проблем, но устроен он все-таки разумно. В нем много людей, знающих, как найти выход из любого сложного положения.

Формат ток-шоу используется и для разговора о культуре, о чем свидетельствует программа М. Швыдкого «Культурная революция». Задача нести культуру в массы требует использовать формы и языка коммерческого телевидения. Сами формулировки тематики программ содержат элемент провокации, утрируют проблему, низводят её до уровня словесной игры. В сущности, любое ток-шоу является словесной игрой, рассчитанной на производство эмоций, в которой главное испытание – убедить всех в своей правоте, приводя аргументы.

Традиции подобной словесной игры заложили у нас Фил Донахью и Владимир Познер, потом их развил Владислав Листьев, а затем общественно-политические шоу НТВ 1990-х годов. На пике популярности «качественных» ток-шоу исследователи отмечали, что их участники в большинстве случаев не могут прийти к каким-то внятным выводам или решениям, но при этом они пытаются взять на себя больше, чем способны сделать, ведь свободные дискуссии не могут заменить реальных действий официальных лиц, находящихся за пределами телестудии. Словесная игра, которую ведут не интеллектуалы в своем кругу, а телезвезды и обыватели, обречена на беспредметность и манипуляцию драматизмом актуальной жизненной тематики.

В ток-шоу наиболее полно раскрывается одно из главных свойств телевидения, заключающееся в зрелище, представлении. По мнению Дж. Фиска, «телевидение не представляет (или повторно представляет) фрагмент реальности, а скорее производит и конструирует его. Реальность не существует в объективности эмпиризма, реальность является продуктом дискурса. Телевизионная камера или микрофон не фиксируют реальность, а кодируют её. Кодирование придает реальности смысл, который является идеологическим. Представляемое является идеологией, а не реальностью». (2)

В результате этого все ток-шоу – семейно-бытовые, шоу-расследования, современные и исторические, общественно-политические и развлекательные (игровые), создают новую реальность и благодаря этому имеют ярко выраженный психотерапевтический эффект. Проговаривание общественных проблем, произнесение преувеличенно правильных слов и объяснение пути выхода из кризиса вызывают у зрителей дешевый катарсис, убеждая, что в мире, создаваемом телевизионными представлениями всех мастей, как в мелодраме, рано или поздно восторжествует справедливость.

Растущая популярность жанра телевизионного ток-шоу (наряду с другими формульными жанрами массовой культуры) свидетельствует о сдвиге ценностных ориентаций современного общества из сферы труда в сферу потребления, досуга и развлечений. Одновременно меняется характер самих развлечений: из камерных, индивидуально ориентированных они превращаются в публичные, массовые, можно сказать – глобальные. Мы живем в обществе, где развлечение стало ходовым товаром, который поглощает избыток средств и свободного времени с одной видимой целью - приглушить страх перед небытием, деперсонализацией, грузом повседневных забот. Развлекаться в современном обществе становится социально необходимым. В современной культуре развлечение - это не просто индивидуальное занятие, набор предпочтений и ценностей и даже не только особый социальный институт. Это особый культурный код глобальной массовой культуры.

Список использованных источников

1. Пави П. Словарь театра. – М.,1991. С. 174-175.
2. Фиск Дж. Постмодернизм и телевидение // Федеральный образовательный портал. Социология. Режим доступа: <http://escocman.edu.ru>