

“ТРИ КИТИ” СУЧАСНОГО ТЕЛЕСВІТУ

Ірина Карєва

Телесвіт або віртуальний світ електронних ЗМІ, за Жаном Бодріаром, є прямим і законним спадкоємцем архаїчної міфології про середовище, що творить. За Платоном, таке середовище ґрунтується на ейдосах, першообразах усіх земних об'єктів, які є їх проекцією. Щоправда, між “небом” Платона й телесвітом існує суттєва відмінність. Телесвіт позбавлений чи відмовився, перебуваючи в демократичному пориві, від традиційної ієрархії цінностей. Калейдоскоп його простору складається з “пріоритетних слоганів”, що відповідають парадигмі сучасної цивілізації, – виробництво насолоди.

Уже не “хліба” та “видовищ” жадає пересічний споживач TV, а видовищ, видовищ і ще раз видовищ. Насолода творить ейдоси по обидва боки екрана, насолода володіє телесвітом, а значить, і реальністю; вона є справжнім культом свідомості мас, змінивши одного ідола на іншого в культовій свідомості суспільства та окремого TV-споживача.

Пріоритети-кити, на яких тримається сучасний телесвіт (ширше – медіа світ) відомі – жах, сміх, еротика, – є його наріжним каменем. Фактично телесвіт існує між еросом і танатосом – язичницькими ідолами, згадуваними нині часто з претензією на філософічність.

Сміх та комізм надають усьому присмак розваги. До того ж, чим страшніше, жакливіше, тим веселіше, а нерідко й еротичніше. Ось як з цього приводу висловився в статті з назвою, що не потребує коментарів, – “Кровь с голубого екрана” – Г. Померанець: “Зоровий образ ближче до збудження чуттєвості, що спонукає ковтати усіляку погань, аби (як казав Поппер) з перцем”¹.

Телеейдоси випромінюють подразники,

набагато потужніші, ніж перець. Саме названі три кити телесвіту й випромінюють радіацію, яка успішно забезпечує мутацію свідомості телеглядачів – наймасовішу й найефективнішу. Насильство, безумство – байдуже від сміху, еротики чи жаху. Світ (те, що зветься цивілізацією) опинився в замкненому колі медіаейдосів, які завдяки ланцюговій реакції множать насильство психологічне, естетичне, моральне, врешті фізичне, приковуючи кайданами насолоди глядача до телеекрана, перетворюючи на суцільний жах, дурість, еротично-порнографічний блуд увесь простір, усю площину цього “магічного кола”. Саме медіасвіт, особливо телесвіт, стає первинним, “реальнішим від реального”, від дійсності, підмінює, заміщає її.

У цьому “сакральному колі” діє парадокс, що набув чинності закону, – атрофія чутливості супроводжується жаданням посилення найгостріших, найяскравіших подразників, “найкрутіших” пристрастей. Це до певної міри гра – азартна, що полонить розум, почуття, свідомість усіх, хто бере в ній участь або якимось чином дотичний до неї.

Фактично немає, за мізерним винятком, шматочка телепростору, який би не містив ці пріоритетні телеейдоси. Вони – важливіші за зміст, визначають форму, цілковито панують у царині телесвіту, проникаючи в свідомість (скористаємося усталеною термінологією) та підсвідомість людини.

Значною мірою саме завдяки цим подразникам-пристрастям телесвіт заворює, зачаровує, загалом дарує, нав'язує “неземну” насолоду незалежно від негативу чи позитиву. Біль, радість, сльози кохання – все зводиться до одного знаменника, до трьох найпоширеніших ще з первісних часів

ейдосів, образів, мотивів, пристрастей (як їх не називай!).

Різниця – наративно-концептуальна або тематично-позиційна в цьому телесвіті – ефімерна. Мета – влада над свідомістю окремої людини, мас або “біомас”, над їх почуттями, життям, майбутнім. Влада – безмежна й беззастережна. Насолода – засіб досягнення її.

Жах, сміх, еротика – в “новинах”, “вікнах”, “подробицях”, “фактах”, ток-шоу, іграх, фільмах, телесеріалах, публіцистичних програмах тощо. Вони як родзинка, приманка мають міститися всюди: у назвах (“зон”, “табу”, “судів”, “містерій”, “імперій” тощо), у змісті, стилі, монтажі, в іміджі ведучих, у шаленому ритмі, у гнітючій, а почасти й зловісній атмосфері, в спотвореній “натурі”. Програми, передачі, що містять ці слова-ознаки у своїх назвах, не є ані винятковими, ані взірцевими в цьому сенсі. У них “подразників” не більше аніж інших – показові власне назви. Жах, сміх, еротика в телесвіті – свідомо сурогатні, гіпертрофованість, передусім загальновідомою силою зорових образів, покликаних саме вразити, приголомшити, полонити й т. п.

Образи, символи, наратив, контекст, підтекст, загалом програма, система телесвіту підкорені медіатоталітаризму. Звідси й глобальна властивість телесвіту – гіперболізація, гіпертрофованість усіх його ейдосів, а також атрофація до вже спожитого й перманентна жага до нових, часом сильніших подразників, які сприймаються звично, не бентежать, стають предметом задоволення й зацікавлення вже в реальному житті, за прикладом подоби, за найдавнішою методикою наслідування (згадаймо: “Роби з нами, роби як ми, роби краще нас”). У цьому сенсі телесвіт є нічим іншим, як власне рекламою.

Цим вимогам мають відповідати, їх уособлювати (знеособлювати) й персонажі телесвіту, його мешканці – ведучі, масовка, учасники всіляких телемістерій. В їх іміджі має бути щось із “перцем”. Адже то може утриматися перед такими спокусами? Як застерігає А. Прохоров: “Телеперсонажі, при всій їх нібито документальності, лише тіні іншого, насправді невідомого нам світу. І порівнювати їх із живими людьми, які пере-

бувають поруч, – справа небезпечна для орієнтації у власному житті. Тоді людина перестає розуміти, що для неї значне, а що ні, а разом і що істинне, а що хибне”². Пропозиція гідоти народжує попит на неї, зростання валу ще більшої гідоти. Загалом увесь віртуальний світ, його творці й товари, на думку А. Прохорова, замість “світового села” Маршалла Мак-Люена здійснюють перспективу утворення всесвітньої медіа казарми³. У світі медіатоталітаризму біль у кращому разі залишає байдужим, у гіршому – бажання “погратися” в біль, викликати жах у реальності. Усе частіше в судових справах трапляється мотив наслідування телеперсонажам, медіаобразам.

Часом медіологи виправдовують або пояснюють переважання сильних збудників давниною їх побутування, використанням ще в дописемній культурі, компенсаторською функцією. Між ними існує дотичність (формальна), мета ж і функції (пракультури та сучасних ЗМІ) – різні, або й протилежні. В ієрархічному світі дотелевізійної епохи зло, біль, жах, еротика, шалений сміх зображувались як потвори, не задля наслідування, але – засудження. Саме слово “потвора”, вказує на те, що чуже первісному творінню. Все мало свою ціну і цінність в ієрархії від земного до небесного, на сходах, що спробували зруйнувати з XVIII сторіччя матеріалізм та Просвітництво. Не без успіху, як можна переконатися.

В світі медіатоталітаризму культурні здобутки людства профануються. Хаос медіабуття нівелює їх значення, знецінює вартість. В усі часи медіа засоби були, до певної міри, рекламою суспільних, естетичних, морально-етичних тощо цінностей. Отже, наймасовіший засіб, наймогутніший за впливом на ті ж таки маси був і є саморекламою відповідно до власних інтересів та пріоритетів.

Не має жодного сенсу закликати до відмови ЗМІ від власної парадигми. Це майже означало б їх заборону як засобу комунікації. Цивілізований світ вже не уявляє себе поза телеефіром. Більше того, TV-світ сьогодні для багатьох -чи не потрібніший за світ реальний, який все більше стає проекцією віртуального. Сьогодні писати про “негатив”

телесвіту, “чорнуху теленеба” – утопія, а то й ще гірше – банальність. Чи можливий вплив на телесвіт зовні? Хто може встояти перед спокусою телевидовища? Телесвітом рухає закон, у відповідності з яким пропозиція будь-чого народжує його ж попит, зростання якого вимагає ще більшого “будь-чого”. Такий ресурс вичерпатись не може. На думку західних (даруйте за стереотип поділу на “захід” та “схід”) медіологів, телебачення формує людей, якими легко керувати, за своєю подобою. З власного досвіду теледіяльності О. Роднянський попереджає: “Здатність же телебачення переконати будь-кого в будь-чому я вважаю досить шкідливою обставиною, тому що це такий особливий відкладений ресурс. В якийсь момент він вичерпується, а разом з ним і довіра до всього іншого”⁴.

Інтуїція, вірніше доск онале знання телесвіту не зрадили О. Роднянському. Його прогнози майже справдились саме у вітчизняному телепросторі. Довіра до телеінформації нашого майже суцільно політизованого подіями 2004-го року телеглядача, ослабла. Реальність відкорегувала ставлення до віртуальності. Незмінним кумиром більшості телеглядачів залишились хіба що телесеріали.

Враховуючи це, медіа-діячі намагаються відновити довіру різними “реаліті”, “толокою”, “майданом” тощо чи компенсувати розважальними шоу-програмами. Не без успіху. Але є, як то кажуть, ще один бік медалі. Апатія вітчизняних телеглядачів щодо політики викликала в них інтерес до культурно-просвітницьких телепрограм. А отже, їх якість і кількість, поволі, мляво, але все ж зростає, практично на всіх ефірних і частині кабельних каналах.

Ці “три кити” (жах, сміх, еротика) є лише засобом, інструментом утримання видимої верхівки “телеайсберга”. Його невидимою частиною (наступні “три кити”), на яких і тримається все у телесвіті (а, фактично, і у сучасному цивілізованому світі загалом) є влада, гроші та технології.

Кожен з цих “китів” як засіб – не є негативом чи позитивом. Його вартісність визначається духовною парадигмою – метою застосування. Вони взаємозалежні, але

не рівнозначні. Їх соціально-суспільна нейтральність змінюється від технології до влади за посередництвом реальних грошей. У культурному сенсі (усвідомлюючи умовність відокремлення від інших сфер життя – соціального, суспільного тощо) технології “важать” нарівні з іншими, а то й вартісніші, як креативний рівень культури. А технологічні можливості значною мірою визначають естетичні, етичні та комунікативні властивості ЗМІ.

Технологічною засадою сучасного телебізнесу є кабельні мережі. Як завжди, в складних і багатоаспектних, особливо таких глобальних, як TV явищах, є парадокс. Власне, вони за своєю природою і є парадоксальними. “Високі” технології породжені креативно-інтелектуальною елітою, запроваджені та матеріально забезпечені медіабізнесом. Парадокс полягає в тому, що “перемога медійної еліти над інтелектуальною, що наближується, забезпечена безпрограшним, хоча й неусвідомлювано проведеним, прийомом: масмедіа захопили зненацька інтелігенцію, залучивши її до створення цього медійного середовища”⁵. Тут немає нічого особливо нового, так було завжди: інтелектуальне відкриття привласнюється владою і грошима. Ці “кити” спроможні забезпечити здійснення найрізноманітніших ідеологічних програм, викликаних глобалізаційними процесами, навіть якщо сором’язливо заперечувати реальність такої можливості. Разом вони здатні керувати суспільством і свідомістю мас.

Влада, гроші, технології створили світ ЗМІ: на них він тримається, їм підпорядковується, їх потребами керується. Вони – його основа, життєдайна, рушійна сила. Ці ж “три кити” живляться суспільством, яке на них працює, забезпечує усім необхідним і, водночас, надає їм владу й засоби для керування собою. “Суспільство тотально використовуємо, воно – субстанція прибутку”⁶.

Досі неусвідомлювана масами тріада “китів” існує з найдавніших часів. Той світ був множинним – різним за культурами, традиціями, масштабами. Цей – вже об’єднаний, майже уніфікований (прагне до цього) завдяки, насамперед діяльності глобальної системи – мережі ЗМІ.

В глобальному вимірі “три кити” сучасного телесвіту – безвартісні. Але вони скасовують, передусім, свободу споживача, наполегливо завойовуючи його час, емоції, думки, вчинки. Особливо це стосується аудіовізуальних ЗМІ з їх тотально вражаючим впливом на свідомість глядачів. Саме глядачів. Адже зоровий образ і візуальний ряд – найдієвіші, найефективніші, найафективніші порівняно з іншими “подразниками”.

На світанку TV-ери вважалось, що телебачення десоціалізує, роз’єднує людей, утримуючи наодинці з TV-“оком” чи “вікном”. Сьогодні вже очевидно, що мета TV – знеособити людину, перетворивши на соціальну одиницю TV-майдану, точніше, на нульову координату безликого соціального середовища – натовпу. Цей “нульовий” синдром, аж до повного знеособлення, аудіовізуальні ЗМІ втілюють ефективніше, ніж будь-який каральний механізм тоталітарної системи. Там насилля породжує не лише покору, але й супротив. Розважаючи, ЗМІ підкоряють насолодою, діючи як наркотик, гіпноз тощо. Таку залежність немає бажання подолати; навпаки – здебільшого хочеться занурюватись усе більше і більше в магію, містерію віртуальності, тим більше, що “дозування” зростає й урізноманітнюється.

Наш вітчизняний віртуальний світ не відповідає – за насиченістю і якістю – як кращим, так і гіршим світовим стандартам. З одного боку, еротизм та жорстокість не набули ще якісно-кількісної топ-крутизни. З іншого, комізм, сміх, взагалі якраз те, що рятувало становище протягом усієї української історії, є справді здобутком її телепростору – практично в будь-яких програмах, жанрах, видах тощо.

Як кажуть, сміх сміхом, але для існування людини потрібен ще й певний рівень освіченості, інформованості – для щодення, майбуття, побуту, праці, дозвілля, врешті, для самоідентифікації в оточуючому світі, який сьогодні завдяки ЗМІ тотожній чи не Все-світу. Особливо, якщо справдяться прогнози знаменитого французького філософа, культуролога ХХ ст. Ж. Дерріда: перше століття третього тисячоліття стане часом “архівів”, тобто культурного сполучення “минулого – майбутнього” як способу існування за

текстами артефактів та інформаційних ейдосів. Згодом, як вважав Дерріда, це стане парадигмою третього тисячоліття. Підкреслимо, культурно вартісною інформацією а не “спамом” і “трешем”, що є головними в садомазохістськоеротичному шарі телефіру.

І ось у цій сфері вітчизняного телесвіту великі втрати. Кінопросвіта – чим пишались і що мали за досягнення, – в телеваріанті не розвинулась, навіть занепала. Потроху за-позичуємо в тих країнах, де ця галузь здобула високого статусу (Велика Британія, Італія, Франція, Німеччина), визначення стратегії або ж ідеї, що сприяють утворенню виробничо-творчих осередків.

У нас не існує окремого повноцінного вітчизняного просвітницького каналу. Програми, передачі та фільми (за винятком іноземних) здебільшого демонструються в малоприсадатний для більшості телеаудиторії час. До того ж вони, наче “бідний родич”, туляться на периферії екранного простору, не приваблюючи ні своїм становищем, ні іміджем.

На практиці кінопросвіти була можливість пересвідчитись, що про серйозне не екрані розповідати не просто. Особливо коли кіно практики – мізер. Щоправда, можна було пересвідчитись і у тому, що зусилля винагороджуються стократ. Мабуть, з усього вітчизняного кінематографу “усіх часів та народів” немає більш знанного явища, ніж “київська школа” науково-популярного фільму. Є традиція, є надія.

Власне, телебачення у своїй цілісності (навіть мозаїчній за природою) і повноті виконує культуртрегерську місію. В цьому плані воно переважно тяжіє до “земного”, аніж “небесного” світу і зорієнтоване на серединні пласти культури. Але саме ця не-виразність, невизначеність обличчя вітчизняного телесвіту породжує слабку надію на спроможність здолати рубікон його сучасного стану в прагненні належного. Вік нашого телебачення як галузі, що в організаційно-виробничій структурі “відлучена” від держави (окрім кількох каналів) – надто короткий. Аби тільки зорієнтуватися на кращі світові телевізії! Але якщо цей телесвіт і можливий, то чи втримається він на “китах” влади,

грошей, технологій і чи втримають вони його?

Щодо перспектив. Здебільшого прогнози філософів, культурологів, медіологів стосовно всесвітнього телепростору невтішні. Неупереджені вислови свідчать, що: “Телебачення формує громадян, якими легко керувати”⁷; “Телебачення – це також страшна термоядерна сила”⁸; “Людська машина ТБ проти людини”⁹. Цей ряд можна продовжити і ще більш вражаючими висловами, аби зрозуміти і погодитись, що час захоплення безмежними можливостями TV минув назавжди.

Що далі?

¹ Померанц Г. Кровь с голубого экрана // Искусство кино. – 1996. – № 1. – С. 24.

² Прохоров А. Телевидение: смутный субъект желаний. Беседу ведет Жанна Васильева // Искусство кино. – 2004 – № 11. – С. 111.

³ Там само.

⁴ Роднянский А. Кто заказывает музыку? Социальный заказ в российском кино // Искусство кино. – 2005. – № 7.

⁵ Прохоров А. Зазнач. праця. – С. 109.

⁶ Чередниченко Т. Исповедальщина // Искусство кино. – 2002. – № 9. – С. 56.

⁷ Цит. за: Муратов С. Вверх по лестнице, ведущей вниз // Искусство кино. – 2005. – № 2. – С. 88.

⁸ Там само. – С. 93.

⁹ Прохоров А. Зазнач. праця. – С. 107.

SUMMARY

The article is about priorities of the modern TV world – laughter, horror, erotica and the role they play in various TV programs. At the same time the author reveals speci-

fication of other important factors – power, money and technologies which are the basis and aim of media space.