

– отстаивание точки зрения ведущего и гостя в студии реализуется вербальными и невербальными средствами, которые способны оказывать влияние на восприятие контента аудиторией. При традиционном представлении радиоконтента (звучащая речь) полемичность сообщениям придается околоречевыми средствами (интонация, темп и тембр речи, паузы в выступлениях);

– медиаполемика на вербальном уровне в теле- и радиопрограммах реализуется средствами языка (специфичная лексика, синтаксические особенности конструкций).

Очевидно, проект «Как стать русским?» является интересным аудитории, однако его долгоиграющий характер находится под вопросом, поскольку его проблемно-тематическое поле четко очерчено рамками программы.

Литература

1. Как говорить по-русски правильно? Радиопрограмма // Как стать русским? Выпуск от 28.05.2015 г. – Режим доступа: <http://radiomayak.ru/podcasts/podcast/id/1101/>. Дата обращения: 05.11.2015.

2. Аносова С. В. Влияние печатной полемики на формирование поведения аудитории: региональный аспект // Средства массовой коммуникации в многополярном мире: проблемы и перспективы: Мат-лы II Всероссийской научно-практич. конф. М., 2011. С. 21-23.

ФЕНОМЕН НОСТАЛЬГИИ НА РОССИЙСКОМ ТЕЛЕВИДЕНИИ

Р.В. Даутова,

доктор исторических наук, профессор

Казанский (Приволжский) федеральный университет (Россия)

E-mail: RVagiz@yandex.ru

Аннотация. В статье рассматривается одна из тенденций последнего десятилетия, наблюдающаяся на российском телевидении. Прощание с ценностями XX столетия, мифологизация образов советской культуры, обращение к историческим событиям и знаковым фигурам прошлого – данные черты прослеживаются как в вещательной политике ведущих телеканалов, так и в тематических предпочтениях большей части телевизионной аудитории. Автор статьи, рассматривая феномен ностальгии на российском телевидении, объясняет причины появления популярных телевизионных проектов, которые построены на материалах прошлого.

Ключевые слова: ностальгия, телевидение, советская повседневность, образ, мифологизация, духовные ценности, аудитория.

Summary. The article deals with one of the trends of the last decade, there has been shown on Russian television. Farewell to the values of the twentieth century, the

mythologizing of images of Soviet culture, the reference to historical events and iconic figures of the past – the data lines can be traced in the broadcasting policy of the leading TV channels and thematic preferences of the majority of the television audience. The author, considering the phenomenon of nostalgia on Russian television, explains the reasons for the emergence of popular TV projects that built on previous material.

Keywords: Nostalgia, television, the Soviet daily, image, mythologizing, spiritual values, the audience.

Последние два десятилетия в истории отечественного телевидения отмечены появлением на ведущих каналах большого количества так называемых «ностальгических» проектов, созданных на материале советского времени. Неубывающий и достаточно длительный интерес телевидения к этой тематике является отражением настроений российского общества, находящегося в состоянии затянувшегося прощания с ценностями уходящей эпохи.

Социологи и культурологи, исследуя природу ностальгии, охватившей постсоветское пространство, пытаются объяснить природу этих переживаний. Современная ностальгия понимается учеными не столько как тоска по утерянной реальности, сколько сознательная миграция в прошлое, основанная на отказе от действительности. Именно события настоящего времени, невозможность понять и согласиться с существующим миропорядком, отсутствие важных для себя ценностей заставляют человека в поисках главных жизненных смыслов обратиться к прошлому. Однако ностальгия гораздо шире простой ретроспекции. Это «попытка повернуть время вспять, преодолеть необратимость его течения, превратить историческое время в мифологическое пространство» [1].

Каковы причины таких настроений в России? Исследователь ностальгических ЖЖ-сообществ российской блогосферы Р.Абрамов называет три фактора: разочарование в реформах девяностых годов, поколенческий фактор — «сегодня на авансцену вышла генерация «последних советских детей», и политические мотивы — мимикрия под официозную стабильность семидесятых стала определяющим стилем власти еще в 2000-е гг. [2] О.В.Шабурова утверждает, что первопричиной является тупик, в котором оказалось массовое сознание: когда старые футурологические схемы не работают, а новые весьма неопределенны [3]. А.С.Чижишева считает, что ностальгия выступает в качестве компенсации социально-психических перегрузок российского социума в условиях цивилизационного перехода [4]. Ю.А.Левада не привязывает современную ностальгию россиян к конкретному историческому периоду. По мнению известного социолога, в России всегда доминировала романтическая концепция «счастливого прошлого» [5] в сравнении с настоящим.

Если обратиться к хронологии развития массовой ностальгии по советской повседневности, то здесь также нет однозначного мнения. Одни считают, что начало процесса – в первом десятилетии 2000-х гг. В числе первых выразителем ностальгических настроений в российских медиа выступил Л.Парфенов.

Он дал довольно точное определение данного десятилетия – эпоха «ренессанса советской античности», бессознательная тяга к атмосфере брежневского времени [6]. Другие утверждают, что первая ностальгическая волна проявилась гораздо раньше – уже в середине девяностых годов XX столетия. С.Шелин пишет: «...тоска по утраченной державе слилась с гурманским умилением деталями советского быта, которые, уйдя в прошлое, стали вдруг казаться удивительно трогательными.» [7]. Именно в это время появились первые музейные экспозиции из предметов советского быта. В науке стало активно развиваться такое антропологическое направление как история культуры повседневности, где серьезно изучаются как различные неодушевленные объекты повседневности, так и социальные практики.

Вообще, на определяющей роли телевизионного журналиста Л.Парфенова в ностальгических настроениях российского общества надо остановиться отдельно. Его документальный многосерийный проект «Намедни 1961–1991: Наша эра» явился открытием для российской аудитории: оказалось, что путешествие в советское прошлое может быть таким увлекательным и приятным. В реконструкции Парфенова была представлена не столько официальная история советского тридцатилетия с известными политическими событиями, сколько история жизни обычного советского человека, пережившего появление на прилавках до сих пор неизвестных аэрозольных освежителей воздуха, бананов и в то же время острый дефицит необходимых товаров, и т.д. Яркие иллюстрации и современный комментарий превращали это «путешествие» в развлечение.

Еще один важный момент для понимания современного феномена ностальгии в России. Советская эпоха – понятие в историческом плане масштабное, временной отрезок протяженностью в 74 года. Но коллективная память чаще обращается к периоду 1960–1980 гг., по сути, объединив два последних, но достаточно разных исторических отрезка – Хрущева и Брежнева. Объяснить это можно все тем же поколенческим фактором. Эпоху Брежнева хорошо помнят «последние советские дети», хрущевскую «оттепель» – люди старшего поколения, пока еще представляющие значительный сегмент российского общества. Для них этот период – время их детства и молодости, окрашенной романтическим ореолом «оттепели», героическим образом страны-победителя.

Поколенческий фактор можно считать важным условием развития феномена ностальгии и на российском телевидении. И «последние советские дети», и люди старшего поколения, пусть в разной степени, являются потенциальными потребителями телевизионной информации. Россия – по-прежнему страна телезрителей [8]. Около 90% россиян, для которых телевидение – «утешитель» и «антидепрессант», так или иначе смотрят телевизор. Однако стратегия телезрителю постепенно меняется. Телеаудитория постепенно превращается из массовой в «функциональные группы зрительского интереса» [9].

В контексте этих изменений «последние советские дети» – представители среднего возраста, особенно мужчины, не являются постоянными телезрителя-

ми, если не считать новостных или тематических программ и каналов. Люди пенсионного возраста составляют большую часть телеаудитории и придерживаются традиционной стратегии телесмотрения. При этом они являются самой незащищенной частью аудитории в условиях переизбытка информации и недостатка контекста. Дефицит смыслового и контекстного наполнения [10] информации рождает состояние ценностного вакуума, который усугубляется такими факторами, как растущая урбанизация, разрушение нуклеарной семьи, упадок традиционных институтов.

Еще одна важная примета времени, отразившаяся на телевизионном контексте и которую не принимает старшее поколение, а среднее – с терпимостью и заинтересованностью – это тенденция наступления приватного на коллективное. Телевидение – как точно пишет о телевизионных ток-шоу З.Бауман – делает непроницаемое высказываемым, постыдное – пристойным и превращают отталкивающие секреты в предмет гордости. Происходит «не просто очередной пересмотр печально известных своей подвижностью границ между частным и общественным, – размышляет философ. «Имеет место новое определение общественной сферы как сцены, где перед всем обществом разыгрываются частные драмы» [11].

Таким образом, аудитория ностальгии и аудитория телевидения повторяются лишь фрагментарно. Очевидно, что ностальгические переживания у «последних советских детей» и людей старшего поколения носят разный характер, что не может не учитывать телевидение. Каждое поколение черпает из прошлого важные для себя смыслы, вовлекаясь в телевизионное мифотворчество.

Д.В.Драгунский не без основания называет советский ностальгический миф мифом доброты [12]. Поскольку именно это направление социального мифотворчества нас интересует, остановимся на нем более подробно. Ностальгический миф состоит из мифологем и носителей мифов. Самая распространенная мифологема советской эпохи связана с областью межличностных отношений и отношений к долгу перед обществом и страной. Ностальгия противопоставляет современному индивидуализму и рационализму – коллективизм, человечность, искренние и добрые отношения, которые имели место в советском прошлом. Еще одной характеристикой советской социальной мифологемы является отказ человека от личных достижений во имя идеалов, приоритет общественного над личным. В этой же плоскости лежит особое чувство патриотизма советского человека.

Менее распространены, так как связаны непосредственно с политической оценкой достоинств и недостатков советского строя, мифы о справедливой советской системе распределения материальных благ, о дружбе народов и т.д.

Телевидение, в силу его массовости и доступности, можно назвать главным носителем советской мифологемы. Например, многие телеканалы охотно ставят в свою сетку вещания старое советское кино, которое с благодарностью смотрят и старшее поколение, и поколение «последних советских детей». Особенно выражен интерес к старым советским фильмам у сельских жителей. Глу-

бинные интервью, взятые нами в домохозяйствах Данауровского поселения Чистопольского района Татарстана, также показали, что респонденты идеализируют советское прошлое и СССР [13].

Однако «ностальгические» телепередачи представляют собой достаточно разнообразную по методике обращения с историческим материалом палитру. Всю совокупность можно разделить на несколько групп:

– **воспоминания** о героях советского времени («Чтобы помнили», «В поисках утраченного», «Как они уходили» и т.д.);

– **биографии** знаковых фигур эпохи: документальные и художественно-сериальные;

– **документальные проекты-исследования**, посвященные важным событиям; некогда закрытым для общества политическим фактам или криминальным делам («Следствие ведут...», «Исторические хроники» с Николаем Сванидзе), «История российского шоу-бизнеса» и др.);

– **ток-шоу в виде исторических реконструкций** картин повседневности («Какие наши годы!», «Старая квартира»);

– **реалити-шоу** по поискам антиквариата и советского андеграунда («Барахолка»);

– **музыкально-развлекательные проекты**, в основе которых или «караоке», или концертное исполнение современными артистами советских песен или изображение, пародии на ушедших кумиров советской эстрады («Достояние республики», «Старые песни о главном», отдельные выпуски «Точь в точь», «Один в один»).

Необходимо отметить, что эти группы отличаются друг от друга не только форматами. Документальные проекты претендуют на объективное отражение прошлого, нередко звучит критическая оценка фактов, используется много кинохроники, архивного материала, в качестве экспертов привлекаются ученые-историки, свидетели и участники событий. Современные телевизионные форматы ставят другую цель – воссоздать атмосферу того времени, напомнить в деталях памятные страницы, разбудить воспоминания телезрителя. Настроенные, прежде всего, на эмоциональное воздействие, эти программы, безусловно, представляют собой своеобразное развлечение.

Таким образом, «ностальгические» телепрограммы выполняют три функции:

– архивация прошлого;

– расширение границ известного и раскрытие «белых пятен» советской истории;

– эмоциональное погружение, возвращение в прошлое.

В этом плане очень показательна программа «Какие наши годы!», которая выходила на Первом канале в 2010-2011 годах. Создатели проекта представили проект как «экскурсионные туры в прошлое нашей страны». Л.Парфенов, являвшийся одним из ведущих программы, высказался так: «Программа «Какие наши годы!» дает возможность пережить «прошлое» заново, но в ином ключе.

При этом мы не инвентаризуем прошлое, а превращаем его в некий современный перевертыш, сталкивающий минувшее с настоящим» [14].

По задумке авторов, каждый выпуск посвящался конкретному году. Вышло в эфир 13 программ. Специально были построены в натуральную величину декорации двора начала 70-х гг., в котором катались на самокате и играли в классики дети, на скамейках сидели жители, а представители мужского пола играли за дощатым столом в домино. Рассказ о том, чем жила в это время Страна Советов, велся не от имени журналистов, а от имени приглашенных на программу людей, чья деятельность или личностное становление пришлось именно на эти годы.

Например, в первом выпуске, посвященном 1972 году, рассказывали о прошлом поэт и исполнитель песен Борис Гребенщиков, певица Эдита Пьеха, шахматист Анатолий Карпов и другие. Участники программы не только делились своими воспоминаниями (например, Б.Гребенщиков – о концертах-квартирниках, ветераны советского хоккея Вячеслав Фетисов, Борис Михайлов и Владимир Петров – о знаменитой хоккейной суперсерии СССР-Канада), но и как бы вновь примеряли одежды и быт тех лет. В помощь им были представлены подлинные оригинальные предметы советской промышленности тех лет. В первом выпуске, например, демонстрировалась мода 1970-х годов. В выпуске «1968-й год» в импровизированный двор въехал «Москвич-412». В выпуске «1978-й год» вспомнили очень модные тогда дубленки и шапки из нутрии. Атмосферу времени создавали популярные фильмы, песни, модные образы.

Аудитория проекта также участвовала в этом «узнавании», этот процесс можно назвать коллективным. Изучение мнений, которыми делились телезрителями после каждого выпуска в интернет-форуме программы, дает интересный материал для анализа. Комментарии разнообразны: от восторженных о самой идее программы до весьма критических, в основном касающихся «узнавания».

Авторы комментариев выступают в роли экспертов, подтверждающих или отрицающих подлинность вещей, их соответствие – аутентичность – эпохе. Нередко зрители, несогласные с мнениями, прозвучавшими в том или ином выпуске, не на шутку схватываются в полемике по оценке советского периода. Приведем несколько показательных примеров [14]. Орфография и пунктуация оригиналов сохранена.

Зиновий, Россия, Самара [00.07, 14/02/2011]

Хорошая передача, но пренебрежение мелочами очень и очень досадно, ибо снижает достоверность повествования. Речь в частности, о том, что солдаты тех лет никак не могли носить форму, в которую Советская Армия облачилась лишь 11 (!) лет спустя. Я знаю об этом не из книжек и фильмов, поскольку служил во второй половине шестидесятых и носил не китель с галстуком, а мундир и гимнастерку...»

Виолетта Азарова, Россия, Майкоп [21.48, 01/05/ 2011]

как вам не стыдно врать на СССР? Противно слушать и смотреть я прожила всю жизнь в богатейшей стране, которая постоянно развивалась...я жила в селе и все у нас было...полные холодильники у всех все было натуральное, не то что сейчас...вас что специально подослали лить грязь на СССР? Расскажите хорошее...лучшее...

Знаток, [08.27, 29.07/ 2011]

Когда читаешь комментарии, удивляешься, как некоторые люди все быстро забывают. Или не хотят помнить...Говорить о том как хорошо жилось в СССР, о каком то изобилии в холодильнике, о порядке в стране, значит или бессовестно врать, или неадекватно воспринимать все вокруг...

Артур [15.37,17/04/2011]

1962 год. 1) Что за электрогитара в ансамбле? Если она и была в то время, то это была гитара, акустическая по исполнению с добавленным звукоснимателем. Годами тремя позже в полуподпольных самодеятельных ансамблях появились самопальные доски. Даже Поющие гитары в 1967 году играли на т.н. полу-деках, а рогатки на официальной эстраде появились и того позже. 2) Песня Нежность была написана в 1969 г. 3) Парадно-выходная форма для солдат и сержантов с тужурками, брюками и ботинками навыпуск была введена в 1969 г. 4). Бадминтон в 1962 году был экзотикой. От ГДР-овских воланов то и дело отваливались резиновые колпачки, слабо приклеенные к головке. Нормальных ракеток, которые играют статисты на заднем плане, в продаже не было, изредка появлялись упрощенные детские, да и те были лишь у немногих.

Судя по комментариям, программу смотрят те, кто жил и хорошо знает советское время. Зрители обращают большое внимание на компоненты повседневности. Восприятие телевизионного «ностальгического» контента происходит на нескольких уровнях:

- 1 уровень – аутентичность, подлинность тех или иных вещей советской эпохи;
- 2 уровень – «функциональность» вещи советского периода;
- 3 уровень – «эстетический» – степень привлекательности советских вещей;
- 4 уровень – «эмоциональное узнавание» – соотнесение увиденных вещей со своим детством или юностью;
- 5 уровень – социальные практики.

Первые три уровня восприятия могут носить отстраненный характер, два последних предполагают эмоциональное погружение, отношение к материалу через призму собственного знания и опыта. Уровень социальных практик связан непосредственно с личным опытом советской жизни.

Сделаем вывод. «Ностальгическое» телевидение стало развиваться в ответ на массовые ностальгические настроения в российском обществе. Недавнее советское прошлое занимает огромное место в жизни большого количества россиян, поэтому прощание с ценностями ушедшей эпохи многими из них воспринимается как личная драма. В этой ситуации телевидение выступает в качестве «утешителя» и «антидепрессанта», предлагая виртуальное путешествие в прошлое. Разные темы и форматы, современные подходы и взгляды в освещении советских событий, исторические реконструкции, биографии и жизнеописания соседствуют на телеэкране со старым советским кино и воспоминаниями реальных участников и героев времени. Зрители становятся участниками виртуальной миграции в советское прошлое, вовлекаются в телевизионное мифотворчество.

Литература

1. Бойм С. Общие места: Мифология повседневной жизни. М., 2002. С.297.
2. Абрамов Р. «Советский чердак» российской блогосферы: анализ ностальгических виртуальных сообществ // Inter. 2011. № 6. С. 88–102.
3. Шабурова О. В. Ностальгия: через прошлое к будущему // Социемы. 1996. № 5.
4. Чикишева А.С. Феномен ностальгии в постсоветской массовой культуре // Фундаментальные проблемы культурологии: Сб. ст. по материалам конгресса / Отв. ред. Д.Л. Спивак. М.: Новый хронограф: Эйдос. Т.6: Культурное наследие: От прошлого к будущему. 2009. С. 267-277.
5. Левада Ю. А. «Человек ностальгический»: реалии и проблемы // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2002. № 6 (62). С. 7-13.
6. Л. Парфенов о «неплохом мужике» Брежнев и «эпохе застоя». С днем рождения, дорогой Ильич! Интервью для РИА-новости // Сайт РИА-новости, 14 октября 2009. Доступно на: URL: <http://www.rian.ru/interview/20091014/188794657.html>
7. Шелин С. Тускнеющее очарование сталинизма//www.gazeta.ru, 1 декабря 2010 года, Доступно на: URL: <http://www.gazeta.ru/column/shelin/3451749.shtml>
8. Качкаева А.Г. История телевидения в России: между властью, свободой и собственностью. 2010. Доступно на: URL: <http://www.ru-90.ru/node/1316>.
9. Протодьяконов С.А. Политико-антропологические аспекты современного телевидения. М., 2003. С.25.
10. Нетократия. Новая правящая элита и жизнь после капитализма. Издание второе, исправленное/ Перевод с англ В.Мишучкова, Предисловие Артемия Лебедева – Стокгольмская школа экономики в Санкт-Петербурге. 2004. С.91.
11. Бауман З. Текущая современность/Пер.с англ.под ред. Ю.В.Асочакова. СПб.: Питер. 2008. С.77.

12. Драгунский Д. В. Социокультурный аспект. Социальная мифология // Россия между вчера и сегодня. Книга первая. Экспертные разработки. М., 2003.

13. Подробнее об этом: Даутова Р.В. Особенности регионального телесмотрения // Информационное поле современной России: практики и эффекты. Сборник статей XII Международной научно-практической конференции, 15-17 октября 2015 г./ Под ред. Р.П.Баканова. Казань: Казан.ун-т, 2015. 174-179 с.

14. Какие наши годы!// Сайт Первого канала. Доступно на: URL: www.1tv.ru/sprojects_in_detail/si=5815

КУЛЬТУРА ТЕЛЕСМОТРЕНИЯ КАК НАУЧНАЯ ПРОБЛЕМА

М.А. Мясникова,

доктор филологических наук, профессор
Уральский федеральный университет (Россия)
E-mail: avt89@yandex.ru

Аннотация. Статья осмысляет процессы телесмотрения в их связях с культурой, полагая это серьезной научной проблемой, ибо в последние годы российские телеканалы демонстрируют довольно низкопробный контент, аргументируя его преобладание в эфире рейтинговыми показателями. Автор утверждает необходимость не количественного, а качественного изучения телеаудитории, ее реальных потребностей, мотивов телесмотрения и оценок текущей телеинформации. В статье сравниваются результаты двух опросов молодежных аудиторий 2008 и 2016 гг. Делается вывод о том, что в ходе телесмотрения должны работать механизмы культурного отбора, анализа и оценки.

Ключевые слова: гуманизм, культура, телевидение, контент, рейтинг, аудитория, молодежь, телесмотрение, мотивация, опрос.

Summary. The article examines the television viewing processes in their relations with the culture. It is a serious scientific problem, because Russian TV channels show rather low-grade content, proving the domination of it in the air through rating indices. The author argues the need of not quantitative but qualitative study of the TV audience, its real needs, TV viewing motivations and current television information assessment. The article compares the results of youth audiences two surveys in 2008 and 2016. It is concluded that mechanisms of cultural selection, evaluation and assessment should work during the TV viewing.

Keywords: humanism, culture, television, content, rating, the audience, youth, television viewing, motivation, survey.

Одной из важнейших задач телевидения является гуманистическое развитие человека, воспитание его на лучших образцах общемировой и национальной культуры. Однако на протяжении последних лет на главных российских те-