

Чернышев И.Е.

Аудиовизуальные образы и культурная традиция на ТВ России и Китая.

Исторически сложилось так, что 35 из 89-ти субъектов Российской Федерации являются пограничными. Пять субъектов РФ, входящих в Сибирский и Дальневосточный Федеральные Округа, имеют границы с КНР. Наиболее протяжённый участок в 1254 км приходится на Амурскую область. Кроме того, особенностью политико-географического положения Приамурья является то, что в приграничной полосе размещено более 80% населения и экономики области. При этом практически всё приграничье находится в зоне уверенного приёма телевизионного сигнала сопредельного государства. Эти обстоятельства во многом способствовали интересу автора к данной теме исследования.

Сегодня «в эпоху формирования информационно-компьютерной и аудиовизуальной цивилизации телевидение стало важнейшим компонентом, частью, отраслью общей системы культуры человечества».¹ Однако телевидение не только порождение культуры. Оно, как и другие важнейшие её компоненты, оказывает огромное влияние на формирование национальной культурной среды. «По мнению Г. Маклюэна, телевидение это не труба, по которой можно передавать все, что угодно. При передаче сообщения техническое средство не нейтрально, а передает сообщению свои свойства. Все, что передается по телевидению, само становится телегенным. Телевидение, собирая на экране все времена и пространства сразу, сталкивает их в сознании телезрителей, придавая значимость даже обыденному. Привлекая внимание к тому, что уже произошло, телевидение сообщает аудитории о конечном результате. Это создает в сознании телезрителей иллюзию того, что демонстрация самого действия ведет к данному результату. Получается, что реакция предшествует акции. Телезритель, таким образом, вынужден принимать и усваивать структурно-резонансную мозаичность телевизионного изображения. Телезрителю

¹ Б.М. Сапунов. Культурология телевидения. Омск.. с.3.

приходится соотносить разрозненные сообщения между собой, формируя «шарообразный космос мгновенно возникающих взаимосвязей». На эффективность восприятия информации влияют жизненный опыт телезрителя, память и скорость восприятия, его социальные установки. В результате телевидение активно влияет на пространственно-временную организацию восприятия информации».¹ И «Это необычайно поднимает роль и ответственность каждого работника ТВ за состояние культуры общества».²

В связи с этим автор выдвигает гипотезу о том, что основные различия между российским и китайским телевизионными сообществами коренятся, прежде всего, в их самоидентификации относительно национальных культур.

«Китайская история рассказывает о Человеке, встретившем однажды Бессмертного, который спросил его, что ему нужно. Человек сказал, что ему нужно золото. Бессмертный коснулся пальцем нескольких камней, и они превратились в золото. Бессмертный попросил Человека взять их, но тот отказался. «Что тебе нужно еще?» - спросил Бессмертный. «Мне нужен твой палец», - ответил Человек».³

1 сентября 2004 г. в североосетинском городе Беслан произошла трагедия. Террористы захватили школу. Погибло триста тридцать четыре человека, сто восемьдесят шесть из них – дети. На российском телевидении прошло огромное количество информационных и аналитических материалов. В кадре была стрельба, взрывы, полуодетые люди, размышления и эмоции всевозможных ответственных лиц, аналитиков, советников и т.п. Формально являясь информационными или

¹ Печатается по: http://anthropology.ru/ru/texts/volodina/masscult_03.html: Л.В. Володина, Конструирование реальности средствами массовой коммуникации, Российская массовая культура конца XX века. Материалы круглого стола. 4 декабря 2001 г. Санкт-Петербург. СПб., 2001.

² Б.М. Сапунов. Культурология телевидения. Омск.. с.3.¹

³ См. А.В.Ломанов, Современное конфуцианство: философия Фэн Юланя, М.1996 г., с. 250.

аналитическими, сделанные по представлениям о западных стандартах телевизионного продукта (секс, страх, сенсация), материалы эти в основном представляли жанры боевика, триллера, детектива. Их героями выступили журналисты, силовики, чиновники, террористы. Горе людей сделалось медиапродуктом, объектом купли-продажи. Главные герой – ребёнок Беслана, ребёнок современной России, и главный образ – современное российское детство, остались совершенно нераскрытыми, потому что никто и не задавался целью человеческого сочувствия, соучастия. Все каналы гнали квазиразвлечение – реалити-шоу «Бесланская трагедия».

23 июня 2006 года в Даляне с 11.00 до 12.00 по пекинскому времени на центральном канале CCTV-репортаж я видел передачу, посвященную этим же событиям. Героями передачи были бесланские дети и их учителя. 2 мая в южно-китайский курортный город Санья для прохождения месячного реабилитационного курса лечения прилетели 10 детей, пострадавших в 2004 г. Китайские телевизионщики сняли их в Санья. Затем летали в Беслан и снимали там. Передача сделана просто. Голос за кадром даёт только общие сведения о человеке. Дети и учителя рассказывают всё сами. Перевод даётся иероглифами. Главный художественный образ тоже не замысловат: рефреном звучат песни о трагедии. Нигде и никогда больше я их не слышал. Мне запомнилось четыре строчки одной из песен:

Мама, так хочется пить!

Мама, так хочется жить!

Мама, не надо просить у них пить!

В небесах тебя я буду любить!

Всё сделано очень просто, но настолько тонко и с таким искренним сочувствием, что не только китайцы, в большинстве имеющие в семье одного ребёнка, но любой нормальный человек ставил себя на место бесланцев, делался сопричастным той страшной трагедии.

В исполнении российского телевидения боль детей явилась лишь ярким информационно-аналитическим поводом, способом поднятия рейтингов телеканалов, утверждения амбиций политических групп и

персоналий. В исполнении телевизионщиков Поднебесной в центре – ребёнок современного Беслана, ребёнок современной России, современное российское детство. Если вернуться к притче «О Бессмертном и Человеке», то один Человек (российское телевидение) взял несколько золотых камней, обогатился, и до всего остального ему нет дела. Другой же Человек (китайское телевидение) взял «палец Бессмертного» для того, чтобы постоянно использовать его в соответствии со своими представлениями.

«Палец» здесь телевидение, как форма, а использование «пальца», телевидения, как содержание.

«Говоря о культурной политике, следует исходить из таких принципов: проблемы развития культуры затрагивают интересы всего народа и лишь в последнюю очередь имеют отношение к конкуренции политических, финансовых или иных групп, государственный курс в этой сфере должен исходить из общенациональных ориентиров и не зависеть от политической или экономической конъюнктуры.

При этом следует отметить, что дефиниция понятия «культурная политика» ориентирует нас не на установление контроля над сознанием, какими бы важными для общественного развития целями этот контроль ни оправдывался, а на создание условий развития творческого сознания, творческой личности».¹

Но какая же культурная политика, сохраняя свободы человеческой личности, способна развивать именно творческое, а не квазитворческое сознание, именно творческую, а не квазитворческую личность?

Академик В.В. Егоров определяет культуру «как уровень развития сущностных сил человека, общности людей и их реализацию в духовной сфере, в практической деятельности людей на разных этапах истории общества... сочетание традиций, обеспечивающих социальную общность, и новаций обеспечивающих прогресс человечества, как взаимодействие этих традиций и новаций».² В процессе этого взаимодействия очень важно

¹В.Ф. Егоров. Телевидение между прошлым и будущим. М. 1999. с. 245.

²Там же.

соблюдений баланса традиций и новаций.

В связи с этим, очевидно то, что творческое сознание и творческую личность способна развить культура, в которой новации опираются на традиции, а традиции не являются тормозом для внедрения прогрессивных новаций.

Примером осознанного стремления к гармонизации традиции и новации может служить телевидение Китая.

Обратимся здесь к определению «внутренний зритель» в трактовке известного российского теоретика телевидения доктора философии В.И. Михайловича. «Внутренний зритель» Михалковича в отличие от внутреннего зрителя «телевизионистов» (работников телевидения начала шестидесятых годов) не тот зритель, который виден в кадре при трансляции какого-либо многолюдного события – концерта, ток-шоу или митинга, а зритель как бы «встроенный» в предлагаемый аудитории текст – тот (т.е. текст — прим. И. Чернышева) словно заранее ощущает своего реципиента и соответственным образом перед ним развёртывается. Вводя данную формулировку Михалкович имеет в виду «внутреннего зрителя» встроенного в телевидение, как средство коммуникации, исходя из того что «телевидение как таковое... имеет встроенную в его инженерные решения и способы функционирования, собственную, только ему присущую концепцию зрителя и в полном соответствии с этой концепцией к нему обращается». ¹

Если пользоваться данной терминологией и прибегнуть к приёму сравнения «внутренний зритель» западного телепроизводителя (не всего, а руководствующегося концепцией «секс, страх, сенсация») живее воспринимает деструктивную составляющую сюжета: измены, обманы, интриги, сплетни, предательства. «Внутреннему зрителю» китайского телепроизводителя ближе конструктивная составляющая: верность, дружба, простота, доброта, открытость. Очевидно то, что китайское телевидение

Михалкович В.И. О сущности телевидения. М. 1998. с. 9-10.

осознано стремится прислушиваться к словам Конфуция: "Благородный муж помогает людям свершать красивые дела и не помогает им свершать некрасивые дела. Низкий человек поступает противоположным образом".¹

Российское телевидение за постсоветское время не создало ни одного общепризнанного положительного героя, нанесло удар по семейным ценностям, на славу поработало над возвеличиванием культа насилия. Знаковыми фигурами современной телевизионной России и примером для подражания молодёжи являются игровые персонажи из телесериалов типа «Бригада», «Улицы разбитых фонарей», и телеведущие вроде Ксении Собчак. Герой в представлении теперешнего отечественного теледеятеля – ироничный, обаятельный, имеющий «понятия» авторитет, или обаятельная, раскрепощённая, иронизирующая над нравственностью красотка. Основная черта характера и тех и других – эгоизм. Цель – материальный успех любой ценой. Порционные маркетинговые квазистрадания и квазисомнения модных медиагероев (реалити-шоу «Дом», сериал «Все мужики сво...» и т.п.) психологически адаптируют телевизионный продукт к аудитории, ценностно разлагая её, замещая традицию квазитрадицией, творчество квазитворчеством, культуру квазикультурой.

Главными героями современных китайских подростков остаются Мао Цзэдун, родители и Чжоу Эньлай. Таковы итоги опроса, организованного Всекитайской женской федерацией совместно с редакцией журнала «Чжунго фунюй» и китайским обществом по проблемам семейного воспитания². Опрос проводился в городах Пекин, Шанхай, провинциях Хэнань, Шэньси, Ляонин и Хунань. Были опрошены 443 ученика и 575 учениц средних школ от 13 до 19 лет. Как показал опрос, у современных подростков образ героя по-прежнему ассоциируется с человеком «добрым и благородным». Большинство опрошенных считает, что звание героя следует присуждать за справедливость, бескорыстие или самопожертвование. Основатель и первый председатель КНР Мао Цзэдун

¹Конфуций. Лун юй. Янь Юань. 12 гл.

²См. Агентство Синьхуа <http://russian.people.com.cn/31516/4522144.html>

и его соратник Чжоу Эньлай, более 20 лет являвшийся главой центрального правительства КНР, известны в Китае и мире как великие политики и лидеры пролетарской революции. Неудивительно, что они в силу действительно имеющей место государственной пропаганды вошли в тройку героев современных китайских подростков. Неожиданностью для китайских социологов стало то, что на второе место в десятке героев подростки поставили «своих родителей». «Родители – люди, которых мы любим, без которых не мыслим своей жизни. Они ведут нас по жизни, вселяют в нас смелость и уверенность в будущем» - ответили школьники. Из выдающихся героев прошлого Дун Цуньжуй, Лю Хулань и Лэй Фэн оказались кумирами не только китайцев средних лет, но их потомков. Солдат Дун Цуньжуй и коммунистка Лю Хулань – молодые герои, отдавшие свою жизнь за дело китайской революции.

Чуть подробнее остановимся на примере солдата Лэй Фэна – типичном продукте маоистской пропаганды. Он прожил всего 21 год (1940-1961). Был выходцем из бедной крестьянской семьи. Рано остался сиротой. В юности он вступил в ряды Народно-освободительной армии Китая и стал водителем грузовика. В 1961 году погиб в результате несчастного случая. Хотя Лэй Фэн за свою короткую жизнь не совершил великого подвига, он верно служил на благо народа и Родины, ставил интересы коллектива и общества выше своих личных. Через год после его смерти председатель Мао Цзэдун выдвинул лозунг «Учиться у товарища Лэй Фэна». Давайте вспомним Алексея Мересьева или Анатолия Мерзлова. Они тоже были реальными людьми и тоже героями. Их тоже «сделала» государственная пропаганда. Но разве не достойней они таких продуктов современной российской медиапропаганды, как Борис Березовский, Борис Моисеев и им подобных.

Кстати, есть современные герои и в китайском списке. В него вошли: звезда НБА баскетболист Яо Мин; победитель мужских соревнований в

беge на 110 метров с барьером во время Афинской Олимпиады-2004 Лю Сян; сянганский киноактер Джеки Чан; первый китайский космонавт Ян Ливэй и женщина-милиционер Жэнь Чанся. Образцовый коммунист, она занимала пост начальника Управления общественной безопасности города Дэфэн пров. Хэнань (Центральный Китай). На своем посту она сделала много доброго местным жителям, вела решительную борьбу с преступностью. В 2005-м году 40-летняя Жэнь Чанся погибла в ДТП. Попрощаться в последний раз с Жэнь Чанся пришли сотни тысяч жителей Дэфэна.

Доброжелательный, позитивный настрой китайского телевидения западными и российскими интеллектуалами часто объясняется жёстким диктатом авторитарной власти КПК, пытающейся «лакировать» действительность. Что ж, обратимся к принципам вещания вполне демократической по западным стандартам другой дальневосточной страны Японии.

«Японское законодательство налагает такие требования к содержанию телепрограмм:

I. Передавать программы высокого качества, которые удовлетворяют запросы людей и поднимают их культурный уровень;

II. Сочетать общенациональные программы с программами местного характера;

III. Вносить вклад в сохранение традиционной культуры и широко пропагандировать современную культуру.

Для всего японского вещания существуют незыблемые принципы: защищать общественное спокойствие и общественную мораль; придерживаться политической нейтральности; представлять все точки зрения по сложным вопросам; соблюдать сбалансированность в информационных, образовательных, культурных, развлекательных программах».¹ Из этого примера следует то, что позитивная аура китайского телевидения, его конструктивное созидательное воздействие на общество объясняется не столько идеологическим прессом, сколько социально-культурной традицией Дальневосточной цивилизации.

А

«Традиция предполагает предельную открытость сознания, а потому

¹См. Телевизионная журналистика, М. 2005, с. 94.

она и только она обеспечивает вечную духовную преемственность поколений, будучи главным внутренним принципом культуры, тем невидимым подземным ключом, который питает внешние образы культуры и придает им символическую глубину. Речь идет о жизненном росте культуры, об определении ею своих границ через определение границ человеческого существования. Стоит обратить внимание и на то, что основной способ организации мыслительного и культурного материала, традиция предполагает иной, нежели рекомендуют наши (западные – прим. И.Ч.) стандарт, а именно: новое не вытесняет старое, а существует с ним наравне и подчиняется общей динамике и гармонии — это незыблемый закон традиционализма».¹

«По мнению исследователя СМК Вольфганга Хоффмана-Рима, если взять азиатские страны, то, несмотря на активные требования введения там свободы в западном смысле и несмотря на все возрастающие успехи рыночной экономики, легко можно констатировать, что эта концепция свободы укоренилась не повсюду. Ее ориентированный на индивидуализм принцип чужд культурам, ориентированным на общность».² Если на западе целью личности является реализация себя любой ценой, то целью восточной личности является реализация себя через обретение благородства. Обретению благородства способствует следование системе ритуалов – ли. Чем обширней образован человек, чем сложнее ритуалы он исполняет, тем более высокую общественную ступень способен занять. В традиционном искусстве Китая главным пороком считалась и считается вульгарность. Ориентированность на общность, конфуцианский идеал благородного человека – цзюнь цзы, стремление избежать вульгарности, традиционная сдержанность и доброжелательность переплавляют привнесённый хайтеком американизированный телевизионный стиль в

своеобразный феномен, называемый китайским телевидением. Людям

²М. Ф. Альбедиль, Зеркало традиций, СПб., 2003, с. 79

³ Печается по: С.Барлыбаева, Масс-медиа и цивилизация востока, Алматы, 2000, с. 166

запада оно часто кажется скучным, наивным, примитивным. Однако это взгляд не изнутри, а со стороны.

Китайская культура адаптировала телевидение, сделав его частью себя через самоцензуру культурной и социальной традиции, отбирает у западной телеиндустрии технологии, форму и методы, но при этом наполняет их своим содержанием.

«Бездумное копирование западных образцов через средства массовой информации может нанести вред нашей культуре, поэтому необходимы меры защиты всех ее систем - народной, религиозной, профессионально-элитарной. Но в целом российская культура, насчитывающая тысячелетнюю историю, способна сама адаптировать более молодые культуры, вдохнуть в них глубокий смысл, сформированный веками, чем устремиться в их плен, забыв о своих корнях и достижениях»¹. Телевидение, безусловно, является проявлением одной из молодых культур. Но его адаптация к российской культуре во многом зависит от сопричастности российской культуре самого телевидения.

В современной китайской философии имеет место учение о «новом мандате неба».²

Телевизионное сообщество Китая, двигаясь навстречу своей традиции, осознано стремится получить свой «новый мандат» полноправной составляющей великой культуры Поднебесной.

Стремиться ли к чему-либо подобному российское телевизионное сообщество? Большой вопрос.