

Ушанов Павел Витальевич

ПОТЕНЦИАЛ ТЕЛЕВИЗИОННОГО СЕРИАЛА КАК ЭЛЕМЕНТА ПОЛИТИЧЕСКОЙ КОММУНИКАЦИИ

В статье рассматривается телевизионный сериал в качестве элемента политической коммуникации в современной России. Выделяются его коммуникативные характеристики и возможности инструментального использования в коммуникационных стратегиях. Новизна работы характеризуется углублением подхода, ориентированного на то, чтобы изучать современное информационное поле как конвергентное пространство, в рамках которого взаимодействуют документальный и художественный потоки .

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/3/2014/3-2/55.html

Источник

Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики

Тамбов: Грамота, 2014. № 3 (41): в 2-х ч. Ч. II. С. 194-196. ISSN 1997-292X.

Адрес журнала: www.gramota.net/editions/3.html

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/3/2014/3-2/

© Издательство "Грамота"

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: www.gramota.net

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: voprosy_hist@gramota.net

Список литературы

1. Ахметзянов Ю. А. Татарские блюда. Казань: Татарское книжное издательство, 1961. 271 с.
2. Батыев С. Улучшение общественного питания – важнейшая государственная задача // Коммунист Татарии. 1958. № 7. С. 8-10.
3. Национальный архив Республики Татарстан (НА РТ). Ф. Р-1488. Оп. 8.
4. Центральный государственный архив историко-политической документации Республики Татарстан (ЦГА ИПД РТ). Ф. 15. Оп. 6.
5. ЦГА ИПД РТ. Ф. 1216. Оп. 24.
6. Шорин Г. Типы предприятий общественного питания // Советская торговля. 1954. № 4. С. 34-37.

CATERING DEVELOPMENT IN KAZAN IN THE MIDDLE OF THE 50S – EARLY 60S OF THE XXTH CENTURY

Ul'yanova Oksana Valer'evna
Kazan (Volga Region) Federal University
oks-eva@inbox.ru

The article considers the regional aspects of catering in the middle of the 50s of the XXth century. The specified period itself turned out to be on the periphery of research process, and the food supply of the particular city – Kazan, the expectations of its residents and their actual embodiment have not been extensively studied before. On the basis of significant factual material the author notes the incoordination of local and central authorities' actions, the drawbacks of catering organization and their consequences.

Key words and phrases: history of cities; Kazan; history of everyday life; catering; food consumption; food policy realization mechanism; supply.

УДК 32.019.51

Политология

В статье рассматривается телевизионный сериал в качестве элемента политической коммуникации в современной России. Выделяются его коммуникативные характеристики и возможности инструментального использования в коммуникационных стратегиях. Новизна работы характеризуется углублением подхода, ориентированного на то, чтобы изучать современное информационное поле как конвергентное пространство, в рамках которого взаимодействуют документальный и художественный потоки.

Ключевые слова и фразы: телевизионный сериал; информационное поле; политическая коммуникация; коммуникационные характеристики; экранная культура.

Ушанов Павел Витальевич, к. полит. н., доцент
Дальневосточный федеральный университет
ushanov08@mail.ru

**ПОТЕНЦИАЛ ТЕЛЕВИЗИОННОГО СЕРИАЛА
КАК ЭЛЕМЕНТА ПОЛИТИЧЕСКОЙ КОММУНИКАЦИИ[©]**

Способы коммуникационного воздействия на современное общество являются одной из актуальных исследовательских проблематик, особенно в условиях тенденции усложнения структуры информационного поля. Показательно, что анализируя «протестное движение» (ярко проявившее себя зимой 2011-2012 гг.), исследователи обращают внимание на состояние политической коммуникации в современной России [9]. В статье «Раскол национального информационного поля как продукт упрощения коммуникационной стратегии власти» [11] мы выявили, что сформулированные современной властью еще в начале 2000-х гг. идеологемы, которые до сих пор являются ее идейным стержнем, требуют постоянной актуализации, поэтому информационно-пропагандистский комплекс вынужден поддерживать соответствующий информационный фон. Важным коммуникационным инструментом для решения этой задачи (на основании количественного контент-анализа за период с 2001 по 2009 гг.) мы выделили телевизионные сериалы с темой героики правоохранительных органов и спецслужб России на современном материале. При этом отмечается интересная динамика: пиковыми годами запуска новых сериалов стали 2004 г. и 2008 г. – время президентских выборов.

В общественно-политической периодике были публикации, в которых телесериалы «Убойная сила» и «Белая гвардия» рассматривались как элементы предвыборной кампании В. В. Путина [2; 5; 8], однако исследовательских работ, в которых бы телевизионный сериал изучался как инструмент политической коммуникации, нет. В научных работах, в рамках интересующей нас проблемы, наиболее разработанной является тема использования документального кинематографа в качестве инструмента пропаганды. С позиции же

политологии художественное телевизионное вещание не рассматривалось. Поэтому целью данной статьи мы определили выделение коммуникативных характеристик телевизионного сериала, чтобы на этой базе обозначить его потенциал в рамках политической коммуникации.

Проблема инструментального использования кинематографа в политической коммуникации была обозначена нами в монографии «Гласность как политическая технология» [10]. В ней рассматривается государственная информационная политика в период 1985-1991 гг. как технология, которая была призвана быстро поменять идеологические и политические ценности граждан СССР. Развивая структуралистическую концепцию бинарности, мы рассматривали эту технологию как результат конвергенции оппозиционных элементов: документально-рационального и эмоционально-художественного. Одной из составных частей последнего являлся как раз кинематограф.

Продуктивность подхода – рассматривать кинематограф в качестве одной из составных частей политической технологии – косвенно подтвердили и анонимные авторы нашумевшей книги «Проект Россия» [6], которая считается «антилиберальным манифестом». В ней как аргумент тлетворного влияния на массы либеральной пропаганды рассматривается фильм «Собачье сердце» (1988 г.). По мнению авторов этой книги, фильм вооружил либеральную интеллигенцию стройной системой критики советско-коммунистического режима, а также набором ярких афоризмов, которые стали активно использоваться в политических дискуссиях.

Этот пример для нас важен тем, что фильм «Собачье сердце» – телевизионный (2 серии, 131 мин.) и является иллюстрацией эффективного влияния кино на аудиторию, когда оно транслируется по каналу ТВ. В принципе, эстетико-психологические характеристики телевидения и кинематографа общие, поскольку в обоих видах творчества основным приемом является сменяющийся визуальный ряд. Используя подход канадского профессора М. Маклюэна [3], мы предполагаем, что не только для телевидения, но и кинематографа характерны мозаичность изображения и мозаичность содержания. Первая характеристика объясняет, почему человеку трудно оторваться от просмотра фильма или телепрограммы. Для того чтобы собрать в единую смысловую картину цветные пятна экрана, мозг должен провести серьезную работу по приему и обработке послания. Когда эта работа заканчивается, новый кадр ставит такую же задачу, и так на протяжении всего просмотра. Если же человек вырывается из этого процесса, то он осознает, что может пропустить что-то важное, поэтому старается не прерывать просмотр. Вторая характеристика делает акцент на том, что зритель на самом деле получает уже готовый продукт, который «упаковали» на киностудии или телевидении.

Итак, основанный на общей эстетической и производственной природе союз кино и телевидения выделил относительно новый коммуникационный феномен – телевизионный сериал, который сегодня «...активно инкорпорирован в пространство экранной культуры, занимая и по объему зрительского внимания доминирующее положение в сетях вещания каналов» [1, с. 4]. Телевизионный сериал является яркой иллюстрацией мнения В. С. Сапжака о ТВ как о виде «синтетического искусства», которое ориентировано на удовлетворение интересов и потребностей массовой аудитории [7]. Это позволяет нам рассматривать телевидение в качестве коммуникационного пространства, в рамках которого ярко проявляют себя законы массовой культуры.

Оказавшись под прессом ключевого функционального принципа массовой культуры – рентабельности, объекты художественной коммуникации просто обречены на то, чтобы предугадывать аудиторные ожидания, которые, в свою очередь, во многом формируются СМИ. Это объясняет, почему создатели художественных произведений свои сюжетные линии разрабатывали на основе транслируемых прессой сюжетов политического процесса в России. Еще в 90-х годах XX века политика стала объектом эстетического осмысления. Можно сказать, что комплекс реальных политических идей и событий трансформировался в художественную эмоционально-образную систему. Авторы таких произведений не могли не выражать собственного отношения к политике, не давать ей оценку с позиций нравственности. В лучших художественных произведениях эпохи это сделано не в прямых декларациях, а с помощью создания психологически убедительных и живых образов политики. Таким образом, художественные произведения становились политически ангажированными, так как выражали, через посредничество автора, отношение к политическому процессу конкретных политических и социальных групп.

Мы предполагаем, что в современной России продолжает активно проявляться основополагающий принцип художественного творчества советского периода – партийность. Итог советскому периоду развития отечественного кинематографа был подведен в докторской диссертации Л. Ю. Мальковой «Современность как история. Реализация мифа в отечественной кинодокументалистике» [4]. Среди выводов работы мы обратили внимание на следующий тезис: «Жесткая пропагандистская заданность советского документального кино – сознательный поиск корреляции с инобытием, видевшимся тогда преимущественно (если не исключительно) как бытие в иной социально-экономической формации особого, нового, человека – ее строителя, документального героя и зрителя в одном лице. Задача героя – архетипическая – поднять, увлечь, повести – превратить зрителя в деятеля, «творца истории»» [Там же, с. 7]. Как видим, агитационно-пропагандистские традиции советского кинематографа востребованы не только в условиях однопартийности, но и политической конкуренции.

Большинство современных российских исследователей и критиков телевидения отсчет истории российских сериалов ведут с 1998-2000 годов, то есть от момента выхода таких сериалов, как «Улицы разбитых фонарей» (1998), «Д. Д. Д. Досье детектива Дубровского» (1999), «Агент национальной безопасности» (1999), «Марш Турецкого» (2000), «Убойная сила» (2000). Именно на рубеже веков и, как выяснилось позже – политических эпох, начинается процесс вытеснения с российского телеэкрана зарубежных телесериалов. В целом, объемы производства отечественных сериалов выросли более чем в 20 раз: с 60-80 часов в год (в 1990-х гг.) до 1500-2000 часов в год (к концу 2000-х гг.) [1, с. 3].

Несмотря на наличие многочисленных общих черт и подходов к драматургии сериала в различных странах, особенности национального культурного и информационного контекста являются определяющим фактором восприятия сериала аудиторией. Можно говорить о том, что успех сериала тесно связан с текущей информационной повесткой дня, которую транслируют СМИ. В этом смысле тематическое содержание телесериала опирается не столько на фундамент «чистого» художественного творчества, сколько на информационное поле, которое формируют масс-медиа.

Таким образом, ценность сериалов с коммуникационной точки зрения заключается в том, что этот вид массовой коммуникации позволяет аккумулировать знания:

- об актуальных общественных проблемах;
- о программах их решения;
- о жизни общества в целом.

Высокая степень динамичности телевизионного сериала обуславливается постоянным информационным обменом с объектами, которые аккумулируют социальную информацию и в первую очередь – СМИ. Телевизионный сериал обладает способностью стирать грань между документальной и художественной реальностью и вывел эту коммуникационную характеристику на новый уровень – создавать художественно переработанные реконструкции реальных событий в рамках парадигмы журналистского расследования «как это было на самом деле». Таким образом, телесериал как вид политически ангажированного художественного творчества обладает мощным манипулятивным потенциалом.

Теперь выделим факторы, которые обеспечивают эффективное использование телесериала как инструмента политической коммуникации:

- он воздействует на эмоциональный уровень восприятия информации зрителями, поэтому представляется возможным с помощью профессиональных творческих приемов добиваться от аудитории нужных эмоций;
- телесериал обращается к большим аудиториям и является интересной для них формой творческого продукта, способного концентрировать на себе продолжительное время внимание массовой и лояльной аудитории;
- телесериал можно использовать и в качестве канала трансляции информации, и в качестве самого послания.

Итак, если опираться на аргументацию точки зрения, что телевизионные детективные сериалы на рубеже 90-х – 2000-х годов оказывали влияние на общественное мнение по ключевым вопросам постельщенской эпохи (какими должны быть и новый президент, и новый политический курс), то можно сделать вывод, что они и сегодня интегрированы в сферу политической коммуникации, поэтому должны рассматриваться в качестве элемента коммуникационной стратегии власти.

Список литературы

1. **Акопов А. З.** Особенности отечественного телесериала 2000-х годов: автореф. дисс. ... к. искусствоведения. М., 2011. 24 с.
2. **Арутюнова В.** Убойный рейтинг // Коммерсантъ. 2000. 21 марта.
3. **Маклюэн М.** Телевидение. Робкий гигант / пер. с англ. А. Григорьева // Современные проблемы личности. 2001. № 1. С. 138-148.
4. **Малькова Л. Ю.** Современность как история. Реализация мифа в отечественной кинодокументалистике: дисс. ... д. искусствоведения. М., 2001. 312 с.
5. **Наринская А.** Военно-полевой роман // Коммерсантъ. 2012. 7 марта.
6. **Проект Россия.** М., 2005. 384 с.
7. **Саппак В. С.** Телевидение и мы. М., 1988. 168 с.
8. **Токарева М.** Белая гвардия сопротивляется // Новая газета. 2012. 7 марта.
9. **Третьякова О. В.** Политическая и правовая культура общества и журналистика // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. Тамбов: Грамота, 2013. № 8. Ч. 2. С. 185-190.
10. **Ушанов П. В.** Гласность как политическая технология. Владивосток, 2012. 120 с.
11. **Ушанов П. В.** Раскол национального информационного поля как продукт упрощения коммуникационной стратегии власти // В мире научных открытий. 2013. № 11.5. С. 179-187.

TV SERIES POTENTIAL AS POLITICAL COMMUNICATION ELEMENT

Ushanov Pavel Vital'evich, Ph. D. in Political Sciences, Associate Professor
Far Eastern Federal University
ushanov08@mail.ru

In the article TV series as a political communication element in modern Russia is considered. Its communicative characteristics and possibilities of instrumental usage in communicative strategies are singled out. The novelty of the work is characterized by the extension of the approach oriented to studying modern informational field as convergent space where documentary and artistic flows interact.

Key words and phrases: TV series; informational field; political communication; communication features; on-screen culture.