

Ополев Павел Валерьевич

ТЕЛЕВИДЕНИЕ В ИНФОРМАЦИОННОМ ОБЩЕСТВЕ

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/1/2012/2/7.html

Статья опубликована в авторской редакции и отражает точку зрения автора(ов) по рассматриваемому вопросу.

Источник

Альманах современной науки и образования

Тамбов: Грамота, 2012. № 2 (57). С. 15-18. ISSN 1993-5552.

Адрес журнала: www.gramota.net/editions/1.html

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/1/2012/2/

© 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: almanac@gramota.net

бессмертие в вечности. Но, что еще важнее, три мира имеют три коррелирующие между собой ряда основных персонажей, причем представители различных миров формируют своеобразные триады, объединенные функциональным подобием и сходным взаимодействием с персонажами своего мира.

Трехмировая структура романа Булгакова иллюстрирует также оптическое явление двупластного изображения [1, с. 269], разобранный Флоренским в работе «Мнимости в геометрии». Когда читатель видит оживший мир древней легенды, реальный до осязаемости, и потусторонний, и современные миры выглядят порой как полусуществующие. Угаданный Мастером Ершалаим во многом воспринимается нами как безусловная реальность, а город, где он живет, нередко ощущается как призрачный.

В «Мастере и Маргарите», наряду с тремя мирами есть и четвертый, мнимый мир, пространственно связанный с театром Варьете и «нехорошей квартирой». Этот мир, в отличие от первых трех и в полном соответствии с утверждениями Флоренского о трех ипостасях субъекта истины, не является структурообразующим и в пространстве и времени поглощается современным московским. Мнимый мир - это место, где потусторонний мир соприкасается с современным и частью делает его своим, как это происходит, например, с «нехорошей квартирой» в праздничную ночь бала сатаны. Персонажи мнимого мира дополняют триады до тэтрад. В мнимом мире герои совершают мнимые действия. Например, Конферансье Бенгальский, как и Берлиоз, лишился головы. Но смерть его мнимая, поскольку Фагот-Коровьев, вняв призывам публики, возвращает голову на место.

В заключение важно отметить, что представленная в романе Булгакова картина четырех миров не только соотносится с теорией мнимостей, но может служить примером художественного воплощения основополагающей идеи Флоренского, его представлении о символе как материально оформленной «идее», поскольку тэтрады Булгакова и есть своего рода подобные символы, из которых состоит мир.

Список литературы

1. Флоренский П. А. Мнимости в геометрии. М.: Лазурь, 1991. 96 с.

УДК 008.001.14

Павел Валерьевич Ополев

Сибирская государственная автомобильно-дорожная академия

ТЕЛЕВИДЕНИЕ В ИНФОРМАЦИОННОМ ОБЩЕСТВЕ[©]

В настоящее время масс-медиа является неотъемлемым спутником существования, как отдельного человека, так и человечества в целом. Новые способы производства и передачи информации, специфический тип коммуникации заключенный в современных масс-медиа обуславливают развитие современной культуры. Общество в условиях глобализации и мультикультурализма, в свою очередь, также оказывает воздействие на сущностные и атрибутивные характеристики самой медийной реальности. Тем не менее, в настоящее время природа данного феномена, его статус и функции в информационном обществе по-прежнему остаются неопределенными.

Базовым ресурсом современного общества является информация. Количественные и качественные изменения в процессе порождения и распространения информации привели к институциональным изменениям в обществе. Производство информации, её потребление и преобразование в многократных коммуникативных актах становится централизованным процессом, составляющим сущность информационного общества, или как его иногда ещё называют - «общества знания». Источниками и одновременно трансляторами этой информации являются масс-медиа. Социальная реальность в настоящее время активно рефлексирована само себя посредством масс-медиа, в которых отражаются ключевые противоречия общества потребления. В этой нелинейной, ризоматичной, противоречивой природе современных масс-медиа отображаются возможности и противоречивые перспективы развития общества в целом.

Понятие «масс-медиа» является достаточно размытым. Традиционно его используют для того, чтобы охватить общедоступные для широкой аудитории средства донесения информации, действующие на постоянной основе. При всем при этом, очевидно, что по степени влияния, охвату аудитории, доступности, нельзя все медийные средства ставить в один ряд. Наиболее значимым в этом ряду оказывается, безусловно, телевидение.

Современное телевидение не только доступно для понимания широкой аудитории, интерактивно, но и обладает широким спектром возможностей в формировании сознания масс. Если сам по себе телевизор - это, прежде всего электронное устройство, то телевидение невозможно свести к простой совокупности аппаратных средств его составляющих. Здесь возникает эффект синергизма, целое оказывается больше, чем сумма частей его составляющих. Телевизору безразличен тот информационный поток, который через него пропускается. Онтологический статус самого телевидения оказывается гораздо более насыщенным.

Современное телевидение не только удваивает реальность. Общий тон информации, создаваемый телевидением, зависит от множества факторов (к примеру, коммерческих или политических), и его нельзя назвать хаотичным, а напротив, он строго упорядочен и подчиняется ряду устойчивых закономерностей. Можно сказать, что информация транслируемая телевидением только на первый взгляд хаотична и не системна. На самом же деле она всегда адресная, направленная на реализацию какой-либо цели. Цели эти многообразны: от поддержания имиджа того или иного канала, рекламы продукции до формирования образа политического лидера или даже образа национальной идеи. Телевидение может, как поддерживать и воспроизводить ценности либерализма и гуманизма, так и выступать как источник проектирования и регламентирования гражданских процессов, способствовать становлению информационно-коммуникативного этатизма. Иначе говоря, сущность современного телевидения по-прежнему телеологична, но цели уже определяются не поиском и передачей максимально intersубъективной информации, а созданием символического образа реальности, воспроизведением в художественных образах жизненного пространства обывателя.

В сфере масс-медиа телевидение по-прежнему занимает лидирующие позиции. Сущность телевидения (как и всего масс-медиа) - междисциплинарна. Охватить данный феномен рамками одной предметности (философской, культурологической, социологической и т.д.) не представляется возможным. Междисциплинарный синтез в изучении телевидения требует построения новой методологии когерентной сложившимся и складывающимся в телевидении коммуникативным практикам.

Современные исследования феномена телевидения склонны редуцировать его к ряду аспектов (социальному, экономическому, политическому, коммуникативному, культурологическому и т.д.) или определенных феноменов (массовой культуре, рекламе, новостям, шоу и т.д.). Содержательные проблемы современных отечественных СМИ представлены в исследованиях Э. Г. Багирова, Р. А. Борецкого, С. А. Муратова, В. Л. Цвика. Политический аспект телевидения нашел развития в работах И. М. Дзялошинского, В. В. Егорова, С. В. Коновченко и др. Экономический аспект развития телевидения, в своих исследованиях активно развивал С. М. Гуревич. Специфика коммуникативных актов складывающихся в данном феномене изучали В. Д. Попов, Е. Я. Дугин, С. Н. Ильченко.

Проблемы функционирования и развития телевидения в информационном обществе, связаны с созданием телевидения нового типа, с революционным переходом от «вещательного» телевидения к телевидению «интерактивному». «Вещательное» телевидение оказывается линейным, можно сказать, что оно в большей степени повествует о прошлом времени («диахронное телевидение»), о том, что уже состоялось. «Интерактивное» телевидение нелинейно, оно повествует о настоящем (телемост, прямой эфир) и даже заглядывает в будущее (прогноз, модель), предоставляя аудитории самостоятельно проектировать и влиять на ситуацию («синхронное телевидение»). Это отражается не только на количественных характеристиках информации (увеличение скорости обмена данными), но и качественной составляющей информации (использование мультимедийных средств и формирование особой телевизионной эстетики). Кроме того «новое» телевидение требует качественно иной журналистики, журналиста нового типа.

Особую настороженность в этом случае вызывает то обстоятельство, что развитие информационных (а так же и политических) технологий существенно перегоняют развития соответствующей законодательной базы. Кроме того фигура современного журналиста рискует быть замещенной фигурой менеджера. Если для «классического» журналиста важно участвовать в формировании объективного общественного мнения, то журналист эпохи информационного общества (используя соответствующие приемы) манипулирует общественным мнением. Качество информации отходит на второй план, главное это её эффектная подача и организация, способная обеспечить соответствующий рейтинг или заказ. Данный вопрос является достаточно острым и еще раз ставит как проблему профессиональной деонтологии в сфере журналистики, так и проблему экологии информационной сферы.

Сращивание телевидения и интернета в рамках современного информационного общества способствует не только созданию новых коммуникативных каналов, но и приводит к инфокоммуникативной революции. Эти тенденции усиливают интерес исследователей к самой сущности телевидения, проблемам его функционирования, и провоцирует попытки построения концепций социально-ответственного телевидения в информационном обществе (Т. И. Арсеньева, И. И. Бажин, О. В. Данова и др.).

Итак, телевизор все ещё остается основным источником информации в современном обществе, пользующийся доверием большинства граждан во всем мире. Что же представляет собой современное телевидение? Телевидение представляет собой комплексное явление, существующее на нескольких уровнях. Во-первых, современное телевидение, как мы уже сказали, представляет собой техническую систему, совокупность аудиовизуальных средств, связанных в единую, но при этом нелинейную структуру. Эта структура подчиняется законам существования любой технической системы. Телевидение как технический конструкт направлено на достижение эффекта мультимедийности, что должно позволить аудитории работать в диалоговом режиме с разнородными данными.

Во-вторых, эта техническая система порождает (но к ней не сводится) телевидение как коммуникативную систему. На этом уровне реальность раздваивается, конструируется символический образ реальности, со всеми необходимыми чертами и особенностями. Одной из характерных черт телевидения как коммуникативной системы, по нашему мнению, является «квазидиалогизм». Данный неологизм указывает, что интерактивность современного телевидения, только создает иллюзию диалога. Возникающий эффект присутствия создает суррогат диалога. Аудитории кажется, что она погружена в реальную ситуацию, на самом же деле,

порождаемая действительность оказывается на проверку симулякр. Многообразие коммуникативных актов, безусловно, присутствует, только реального обмена смыслами и информацией не происходит, поскольку большая часть аудитории не понимает целей коммуникации, и, зачастую, выхватывает из её содержания лишь подтверждение собственных ожиданий или страхов.

В-третьих, возникший коммуникативный образ реальности максимально адаптируется для целевой аудитории, делая его доступным и понятным. Это обстоятельство позволяет нам заключить, что телевидение представляет собой также и особую художественную систему. Современное телевидение на этом уровне синкретично и фрагментарно. В нем присутствует особая эстетика (для каждого жанра), но отсутствует различие вымышленного и реального. Действительность представлена как совокупность вырванных из контекста фрагментов. Кроме того художественные образы порождаемые телевидением, зачастую не несут на себе никакой этической нагрузки и являются сугубо инструментальными. Их цель не изменить что-либо, а создать особую гиперреальность, дающую возможность максимально «усвоить» необходимую информацию.

В целом необходимо отметить, что современное телевидение на этом уровне имеет игровую природу и карнавальный характер. Можно даже заключить, что карнавальная культура средневековья претерпевает «второе рождение» в рамках современного информационного общества. Правомерность этого тезиса и что конкретно «современный карнавал» представленный телевидением имеет общего и особенного по отношению к классической карнавальной культуре, изучавшейся М. М. Бахтиным, еще предстоит установить.

В-четвертых, современное телевидение представляет собой социальную систему. Институциональные характеристики телевидения как средства массовой информации являются достаточно проработанной темой. Опуская подробности, заметим, что посредством вышеназванных уровней телевидение формирует как положительные, так и отрицательные социокультурные образцы поведения. Эта особенность телевидения была замечена достаточно давно, однако масштабы её применения в настоящее время достигли качественно иного уровня. Через современное телевидение происходит виртуализация информационного пространства, которое становится неоднородным и при этом многослойным. Под воздействием телевизионного популизма возникает иллюзия понятности происходящего, что питает дилетантизм, разнообразные социально-политические мифы и предоставляет обширные возможности для манипуляции информацией.

Телевидение предоставляет доступ к каналам человеческого восприятия, которые менее всего могут контролироваться самим человеком, что делает манипулятивный потенциал современного телевидения весьма разнообразным. Существует множество вариаций такого рода технологий. К примеру, С. Г. Кара-Мурза выделяет такие принципы воздействия: фабрикация фактов, замалчивание «ненужной» информации, упрощение и повторение, дробление и срочность, сенсационность [1, с. 368].

Появление новых коммуникативных каналов, позволяющих увеличить скорость обмена информацией, сращивание телевидения и интернета обуславливают новые черты присущие исключительно современному телевидению. Можно выделить несколько таких ключевых особенностей: нелинейность, гипертекстуальность, интерактивность.

Наиболее значимой, по нашему мнению, чертой телевидения в информационном обществе является нелинейность. Нелинейный характер телевидения обусловлен его глобальным характером и скоростью обмена информацией. Гипертекстуальность телевидения оказывается связанной с его нелинейным характером и представляет собой особую форму организации телевизионного пространства, которая также характеризуется нарушением линейной последовательности повествования и наличием отсылок к другим материалам. Нелинейность и гипертекстуальность являются одними из ключевых условий возникновения интерактивности. Интерактивность представляет собой способность информационно-коммуникационной системы, активно и разнообразно реагировать на действия пользователя. Интерактивность позволяет создавать эффект присутствия, реального воздействия на ситуацию.

Синтез телевидения и Интернета формирует единое, глобальное, информационное пространство. При всем при том, что содержание информации и форма её передачи (как в техническом, так и художественном аспекте) может обуславливаться социокультурной спецификой отдельно взятой страны, региона общая тенденция сохраняется. Информация, транслируемая телевидением, направлена на удовлетворение соответствующих потребностей, ввиду чего она подпадает под классическое - марксистское определение товара. Информация становится универсальным товаром. Если информация представляет собой товар, то телевидение вполне можно представить как рынок, со всеми законами и функциями присущими традиционной рыночной системе: посреднической, ценообразующей, регулирующей, координирующей функциями.

Телевидение в качестве рыночной системы имеет коммерческую природу и вне коммерческой природы оно потеряет источники существования и стимулы для своего развития. Это ставит под сомнение модели социально-ответственного или общественного телевидения, предлагаемые некоторыми отечественными исследователями и политиками. Не углубляясь в проблему, заметим, что концептуализация образа социально-ответственного телевидения происходила на основании идеализации западной модели телевидения, что делает её не совсем пригодной для отечественных реалий. Преодоление коммерциализации телевидения, по нашему мнению, является далеко не первоочередной задачей. Задачи модернизации телевизионной системы в России, во-первых, должны состоять в поиске национальных путей модернизации, а во-вторых, поиск должен ориентироваться на реализацию просветительских задач и повышение общего уровня культуры аудитории. Образы, транслируемые современным телевидением, будучи стереотипны, достаточно негативно (иногда до крайности) влияют на общий уровень культуры обывателя, уровень его нравственности и образования.

Роли и образы современного телевидения в информационном обществе многообразны. Эти образы архетипичны, синкретичны, фрагментарны, а иногда и стереотипны, подобно фигурам древнегреческих мифологических персонажей. Телевидение оказывается неоднородным пространством коммуникации, а коммерциализация данного феномена позволяет рассматривать как комплексную рыночную систему, существующую в двух основных режимах: синхронном («вещательное телевидение») и диахронном («интерактивное телевидение»). На каждом из вышеописанных уровней современное телевидение выступает как в роли посредника между производителем и потребителем, аудиторией и действительностью, «помогая» усваивать и фильтровать информацию, так и эффективным средством манипуляции сознанием аудитории.

Список литературы

1. Кара-Мурза С. Г. Манипуляция сознанием. М.: Эксмо, 2007. 864 с.

УДК 342.511(470)321.015

Олеся Сергеевна Реснянская

Беловский институт (филиал) Кемеровского государственного университета

ВЛАСТЬ ПРЕЗИДЕНТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ В СИСТЕМЕ РАЗДЕЛЕНИЯ ВЛАСТЕЙ[©]

Ключевую роль в структуре органов, осуществляющих государственную власть в России, Конституция отводит Президенту. В то же время позиция, занимаемая им в системе разделения властей, не вполне однозначна и отличается от роли, которую занимает Президент в триаде властей и в президентской и смешанной республиках. Если строго исходить из текста Конституции, то российский Президент не входит ни в одну из ветвей власти, стоит над ними, осуществляя только функции политической координации и политического арбитража. «Конституционный статус Президента очерчен прямолинейно: он не только выводится за рамки трех властей, но и ставится над ними» [7, с. 14], - замечает Ю. Г. Сумбатов. А если проанализировать реальное положение вещей и взять в расчет широкий объем выполняемых Президентом непосредственно функций, то можно сделать вывод и о том, что в России (как и в V Республике во Франции) наряду с традиционными - законодательной, исполнительной и судебной ветвями власти (а скорее над ними), существует еще и президентская власть. Г. Н. Чеботарев так обосновывает эту идею: «...характер и объем конституционных президентских полномочий позволяет говорить о качественно особом явлении, а именно, о президентской власти как особой и отдельной разновидности государственной власти» и далее «Президентская власть в Российской Федерации самостоятельна и существует наряду и в системе законодательной, исполнительной и судебной властями, а Президент Российской Федерации как орган этой власти самостоятелен в отношении других органов государственной власти» [9, с. 76, 142]. Наличие у Президента конституционно закрепленного широкого набора исполнительских полномочий, таких, например, как определение основных направлений внутренней и внешней политики, руководство Вооруженными силами и внешней политикой, позволяет некоторым исследователям говорить, что в действительности российский Президент является главой исполнительной ветви власти (как Президент США), не неся при этом, в связи с наличием должности Председателя Правительства, «политической ответственности за неуспех правительственной политики» [3, с. 56]. Описанная ситуация, когда крайне сложно анализируя Конституцию и оценивая роль Президента в жизни страны, четко определить характер его власти, что подтверждается, как было показано наличием в научной литературе целого спектра мнений по этому поводу, нежелательна для политического климата современной России. Она создает благоприятную почву для критики действий или бездействий первого лица государства, открывает путь для обвинений его в возможности установить режим личной власти, что в условиях экономической и социальной нестабильности, коррумпированности бюрократического (и не только) аппарата чревато падением доверия к нему и принимаемым им решениям. Поэтому, а также, поскольку современная Россия претендует на роль правового государства, все-таки желательнее более четкое законодательное оформление статуса, прав и полномочий Президента.

Согласно ч. 1 ст. 81 Конституции Президент РФ избирается гражданами Российской Федерации на основе всеобщего равного и прямого избирательного права при тайном голосовании сроком на шесть лет (однако полномочия нынешнего Президента будут продолжаться всего четыре года, так как он вступил в должность еще до принятия Закона РФ о поправке к Конституции РФ от 30.12.2008 г. [5, с. 3], установившей увеличение срока пребывания Президента в должности). Часть 3 той же статьи Конституции устанавливает, что одно и то же лицо не может занимать должность Президента более двух сроков подряд. На конституционном уровне четко закреплены также требования, предъявляемые к кандидатам, претендующим на пост российского Президента: он должен быть гражданином РФ не моложе 35 лет, не менее 10 лет постоянно проживающим на территории РФ. Конституция определяет, что порядок выборов Президента регламентируется