ЭССЕ

Уразова Светлана Леонидовна, доктор филологических наук, доцент, профессор кафедры телевидения и радиовещания Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения дополнительного профессионального образования «Академия медиаиндустрии», Москва, Россия; e-mail: svetlana.urazova@gmail.com

ЦИФРОВОЕ ТЕЛЕВИДЕНИЕ В ПОИСКЕ СЕМАНТИЧЕСКОГО ПРОГНОЗИРОВАНИЯ

Современная информационно-коммуникационная среда оказывает существенное воздействие на медийные структуры, находящиеся в стадии реформирования. Под влиянием конвергентно-интеграционных процессов преобразуется телевидение, остающееся ведущим средством массовой коммуникации, несмотря на интенсивность развития Интернета, освоение потребителями этого канала коммуникации. Обращение к проблематике ТВ в цифровой век продиктовано как 80-летием отечественного электронного телевидения в 2018 г., так и масштабными преобразованиями ТВ-вещания, когда перевод ТВ на цифровую платформу стал провозвестником начала цифровых трансформаций в российских отраслях народного хозяйства, включая переход к цифровой экономике. В статье анализируются этапы эволюции технологической ТВ-платформы, базиса функционирования этого массмедиа, во многом предопределяющего креативные возможности создания телевизионного продукта, обосновывается необходимость семантического прогнозирования программной сетки вещания отечественных телеканалов в соответствии с требованиями цифрового времени. Раскрываются вопросы взаимозависимости ТВ и экранной культуры, характеризуются особенности производства экранного продукта в условиях цифровизации, мультимедийности и виртуализации на фоне имманентной связи «телевидение – аудитория».

Ключевые слова: *ТВ-вещание, цифровые технологии, экранная культура, медиареальность, синергетический эффект, телепродукт.*

Svetlana L. Urazova, Doctor of Philology, Associate Professor, Professor at the Chair of Journalism, Federal State Budget Educational Institution of Additional Professional Education “Academy of Media Industry”, Moscow, Russia, e-mail: svetlana.urazova@gmail.com

DIGITAL TELEVISION IN SEARCH OF SEMANTIC PREDICTION

The modern information and communication environment has a significant impact on the media structures that are undergoing reform. The global convergence

and integration processes result in the transformation of television, which remains the leading means of mass communication, despite the intensity of the Internet's development and the adoption by consumers of this communication channel. The interest in television in the digital age is explained by both the 80th anniversary of Russian electronic television in 2018 and by its large-scale transformations, when the digitalization of TV served as a herald of the beginning of digital transformations in the sectors of the national economy of Russia, including the transition to digital economy. The article analyzes the stages of the evolution of the technological TV platform, the basis for the operation of this mass medium, which in many ways predetermines the creative opportunities of producing a television product and substantiates the necessity of semantic forecasting of the running order on Russian television channels in accordance with digital requirements. The author discusses the issue of interdependence between TV and screen culture and characterizes the features of screen product production under digitalization, multimedia and virtualization against the background of the immanent "television – audience" connection.

Key words: *TV broadcasting, digital technologies, screen culture, media reality, synergistic effect, television product.*

DOI: 10.30547/vestnik.journ.6.2018.235253

Введение

2018-й год следует признать переломным для российской медиаиндустрии, начавшей с ускорением погружаться в цифровую среду. Динамика погружения в цифровую экосистему, с ее наукоемкостью и энергоэффективностью, а вместе с тем и сложностью проектирования новаторских идей и проектов, проявляется в ряде детерминантов:

- ускоренное обновление цифровых технологий, конвергирующихся и интегрирующихся, нацеленных на совершенствование, энергосбережение и рентабельность производств;
- насыщенность рынка товарами, продуктами и услугами последнего поколения («умный» дом; телевизоры с компьютерными программами, 3D изображением, *Full HD (8K UHD)* и объемным звуковым сопровождением; последнего поколения компьютеры, ноутбуки, планшеты, гаджеты, ПО, мобильные устройства, множество сопутствующих средств коммуникации и т. д.);
- оперативное информирование населения о технико-технологических новинках (информация, рекламно-маркетинговые акции, открытые лекции, тематические мастер-классы, конференции, форумы и т. д.);
- относительная подготовленность потребителей к апробированию технико-технологических новшеств и телекоммуникацион-

ных возможностей при коммуницировании (мобильная и интернет-связь, телекоммуникационные, кабельные и спутниковые сети, ТВ-вещание).

К ведущему показателю разворота в сторону цифровизации следует отнести готовность государства к освоению цифровой экономики, его нацеленность на ускоренную реализацию программ федерального значения по переводу российских отраслей и производств на цифровые автоматизированные платформы и системы. Эта тенденция становится типичным явлением для социально-экономического развития современной России, свидетельствуя о признании приоритета технико-технологических инноваций, стремлении спроектировать алгоритм эволюционного развития преобразований в дальнейшем.

В этом контексте важным фактором для отечественной медиаиндустрии становится корректировка проблематики дискурса в гуманитарных науках, где анализ выдвигаемой к обсуждению проблемы основывается на междисциплинарности. Если лет пять-шесть назад в журналистике как научной специальности исследования велись в русле сугубо филологического, лингвистического и социального анализа, то теперь все более прослеживается междисциплинарное взаимодействие процессов трансформации, без оценки которых трудно приблизиться к обоснованным выводам. Такое обращение не случайно. В цифровой век междисциплинарное взаимодействие, считают исследователи, предстает как «диахронный и эмерджентный момент, характеризующий выраженную динамику и ведущий к новым формам научного знания» (Касавин (ред.), 2010: 6). О необходимости перехода на новый уровень теоретических обоснований при анализе медиа как феномена и сложной системы пишет профессор Е. Л. Вартанова, подчеркивая отсутствие противоречия в филологическом и междисциплинарном подходах и справедливо отмечая: «Современный научный процесс в области теоретизации медиа нуждается в применении широкого междисциплинарного спектра знаний о медиа как объекта и предмета научного анализа <...> в контексте познания окружающего мира» (Вартанова, 2018: 165).

Потребность в новых формах научного знания в медиаиндустрии велика. Деятельность медийных структур основана на тесном взаимодействии и причинно-следственных связях как с цифровыми технологиями и экономической сферой, так и с другими областями научного знания (философия, культурология, социоло-

гия, психология и т. д.), без обращения к которым прогнозирование успешного развития современных массмедиа затруднительно. Владение междисциплинарными знаниями, компетенциями и навыками обеспечивает производству медиаконтента рентабельность, позитивно влияет на профессиональную деятельность журналистов, социокультурное пространство в целом. Об управляющем параметре технологических инноваций, воздействующих на динамику «третьей, критической (или "хаотической") фазы макросдвига», в рамках которого, по теории философа и теоретика системного анализа Э. Ласло, развивается ныне эволюционный процесс в обществе, фиксируя «точку бифуркации» в развитии социальной системы (от лат. *bifurcus* – раздвоенный; раздвоение действий объекта), пишет российский философ В. И. Аршинов. Ученый отмечает, что в этой, третьей фазе человеческое общество «становится сверхчувствительным и остро реагирует на малейшие флуктуации», а также «в этой критической точке хаоса макросдвига обретает свой реальный смысл утверждение, согласно которому будущее не столько предсказывается, сколько создается. Речь, таким образом, идет об управлении макросдвигом» (Аршинов, 2010: 76).

Вопросы созидания и управления в цифровой век вызывают тем не менее наибольшую трудность. Это прослеживается в семантике медийного контента, прежде всего телевизионного, базирующегося в основном на модусе развлекательности и зачастую бессодержательности, далеком от какой-либо проекции на прогнозирование будущего. Происходит это тогда, когда проблема выхода из «макросдвига», понимаемого как «бифуркация в динамике эволюции общества» (Ласло,2004: 16), и перехода к ускоренному продуктивному развитию, будь то управление социально-экономической системой или отраслями производства, требует осознания алгоритма процессов трансформаций, нового концептуального в*и*дения их дальнейшего продвижения, междисциплинарности знаний и проектирования инновационных решений в соответствии с веяниями времени. Современная практика, прежде всего в мультимедийном и многоплатформенном медиапространстве, являющемся проводником *знаниевого кода*, подтверждает необходимость управления высокими технологиями и социокультурными процессами. Такой ракурс распознавания будущих реалий формирует мировоззренческий сдвиг в социальном сознании относительно сложных процессов пре-

образований, где ключом служат знания из разных дисциплин и отраслей науки. Стоит отметить, что начавшаяся в России и за рубежом дискуссия относительно открытости научных изданий и доступности публикуемых в них научных изысканий продиктована потребностью ускоренного поиска рациональных решений «об управлении макросдвигом», целесообразностью их отбора с опорой на новые формы научного знания. Обнародование научных открытий ведет к их оперативному внедрению и проектированию процессов эволюции в целом, следовательно, управлению ими в перспективе.

Постановка проблемы: от массовости к вездесущности и массовой цифровизации

Эталонным образцом проектирования и распознавания времени будущего необходимо признать крупнейший инфраструктурный проект по переводу аналогового ТВ-вещания на цифровую платформу, который обеспечил этому СМИ многопрограммность и интерактивность, использование изображения в разрешении телевидения высокой и ультравысокой четкости (*HDTV, UHDTV*), что позволило многократно увеличить качество и расширение динамического диапазона *картинки*, введение объемного звука (Кривошеев, 2016: 29). Уникальность этого фундаментального проекта в том, что он основан на глобальном подходе к информационно-коммуникационным технологиям, спроецирован на принципиально новую информационно-коммуникационную среду (Кривошеев, 2006), пребывающую в состоянии подвижности и эволюции в рамках четвертой технологической революции. Работа над проектом, в котором были задействованы лучшие ученые-специалисты многих стран в области ТВ-вещания, велась под руководством известного российского ученого профессора М. И. Кривошеева на протяжении 30 лет (1970–2000: ИК-11 (ТВ-вещание), МСЭ-Р), и это консолидированное международное взаимодействие привело к впечатляющему результату. Неоспоримым признан вклад России в развитие цифрового ТВ-вещания (Марк Кривошеев, 2015: 6). Это подтверждается известными учеными разных стран, ведущими международными организациями (МСЭ/*ITU*), занимающимися проектированием тенденций развития в области информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) (Уразова, 2017: 146–151).

Для России этот инфраструктурный проект особо значим. По существу, цифровое ТВ-вещание стало первопроходцем на пути к освоению цифровой экономики (Кривошеев, 2015: 14–15), причем задолго до вступления мирового сообщества в фазу цифровой социально-экономической парадигмы. Технологически в нем были спроектированы принципиально новые подходы к телевидению, на годы и даже десятилетия вперед сформулированы принципы адаптации этого технологически сложнейшего массмедиа в совершенствующейся информационно-коммуникационной среде. Вместе с тем проект окончательно подтвердил, что понятие *массовость* (массовость предоставляемых услуг) является родовым признаком телевидения, которому в процессе перехода на цифровую платформу было придано новое, не менее важное свойство – *вездесущность*, понимаемое как возможность показа телепрограмм в любой из медийных сред (эфирное, кабельное, спутниковое, мобильное ТВ, интернет-вещание, *IPTV* и т. д.). Усовершенствование платформы ТВ-вещания обеспечило, таким образом, этому средству массовой коммуникации принципиально новые свойства, позволяющие адаптироваться к цифровой среде.

В конце этого года ФЦП «Развитие телерадиовещания в 2009–2018 годы в Российской Федерации» завершится. На полную мощь заработают первый (РТРС-1) и второй (РТРС-2) мультиплексы с двадцатью телеканалами в свободном доступе, которые охватят цифровым ТВ-вещанием в первом случае – 98,4% российского населения, во втором – 98%. Но на этом эволюционный путь ТВ-вещания не заканчивается. Впереди отключение программ аналогового ТВ, затем апробация и внедрение в России телевидения высокой четкости (ТВЧ/*HDTV*), являющегося неотъемлемой частью цифрового ТВ. Будет, вероятно, решаться вопрос о введении третьего мультиплекса, планировавшегося для трансляций телепрограмм регионального ТВ. Все это предполагает дальнейшее реформирование ТВ в соответствии с развитием информационно-коммуникационной среды, потребностями населения и финансовыми возможностями. В целом этот инфраструктурный проект с множеством новаторских технологических решений доказал «преимущества комплексной цифровизации целой многофункциональной отрасли, решив большие информационные и экономические задачи», став «убедительным мировым примером и стимулом для всех других отраслей, которые включаются в цифровую экономику» (Кривошеев, 2018: 15).

Однако при успешности вхождения цифрового ТВ-вещания в информационно-коммуникационную среду, появления у ТВ множества новаторских технологических решений для художественной выразительности экранного контента актуализируется вопрос о миссии этого не до конца изученного средства массовой коммуникации, его социокультурной роли в цифровую эпоху. Значимой представляется проблема семантического прогнозирования телепрограмм, трактуемая как создание экранной продукции, способной мотивировать производителей экранных сюжетов, аудиторию и общество в целом к познанию нового, пониманию процессов современности, осознанию масштабности трансформаций глобализующегося мира, его перехода в цифровую экосистему. Логично предположить, что при изменении среды обитания этого СМИ должна быть скорректирована и семантика его продукции в соответствии с содержательностью исторической эпохи. Телевидение – сложнейшая институциональная система (Уразова, 2013), чьим производством является интеллектуальный продукт в экранном виде, оригинальный по содержанию и медийной форме, который должен быть обращен к социальным потребностям, концентрации внимания зрителей на актуальных вопросах бытия, процессах трансформаций. В этой связи правомерен вопрос: стал ли масштабный технологический прорыв ТВ-вещания импульсом для разработки новой программной концепции телеканалов, спроецированной на развитие экранной культуры? Поводом для оценки конгруэнтности технологического, экономического, пространственного, профессионального и культурного направлений, в рамках которых развивается ТВ (Уразова, 2013), является 80-летие отечественного электронного ТВ, начало которому было положено 25 марта 1938 г. показом кинофильма «Великий гражданин» из Московского телевизионного центра (МТЦ). Это была первая опытная передача с разложением изображения на 343 строки (Лейтес, 2008: 38).

Телевидение в границах противоречий

Истории развития ТВ-вещания посвящено множество трудов как в России, так и за рубежом. Публикации о первых опытных передачах механического, а затем и электронного ТВ представлены в открытом доступе. Анализ поэтапности развития отечественного и зарубежного ТВ с опорой на совершенствование его технологической платформы приводится, в частности, в работах Н. А. Го-

лядкина, А. Б. Макушина (2011; 2014: 174-178), основывающихся на историко-хронологическом подходе. Однако теоретический интерес представляет периодизация развития ТВ в ракурсе его социальной роли, базирующейся на родовом признаке – *массовости*. В этом плане целесообразно обратиться к синхроническому методу (от греч. *synchronos* – одновременный), подчеркивающему наднациональный характер этого изобретения. Первоначальные исследования и подходы к передаче изображения на расстояние начали вестись еще на исходе XIX в. (ряд европейских стран, дореволюционная Россия). Затем, в первые десятилетия XX в., в разных странах (Великобритания, Германия, Франция, США, Россия) велись разработки устройств для механического ТВ и его апробация с последующим постепенным переходом (1920–1930 гг.) к опытным передачам электронного ТВ, которое обладало еще некачественным изображением, но было совмещено со звуком. В этой связи правомерно предположить, что признак массовости изначально выступал в качестве некоего социального ориентира для проектирования технологической платформы ТВ, так как идея «видеть событие на расстоянии», закладываемая в разработки системы ТВ-вещания, предполагала массовый просмотр экранных сюжетов, но не в просмотровых залах, как это было, например, с первыми кинофильмами (1895), а в домохозяйствах. Иначе говоря, идея индивидуализированного просмотра с массовым точечным распространением экранных сюжетов фигурировала с самого начала и ориентировала технических специалистов на массовый охват аудитории, что характеризует трудоемкость инженерной мысли при решении задачи, сложность создания технологической платформы ТВ.

Сопричастность понятия *массовость*, отождествляемого с массовым характером потребления продукции нового разрабатываемого средства коммуникации, прослеживается и при выборе для него названия. На первых этапах разработок оно именовалось по-разному – телефотограф, фотофон, визуальный телеграф, дальновидение, телескопия и т. д., до тех пор пока не появился термин *телевидение* (от новолат. *televisio* – дальновидение). Поначалу он утвердился за рубежом, а затем, спустя время, в нашей стране. Ввел его русский военный инженер и ученый К. Д. Перский, выступивший в 1900 г. с докладом на IV Международном электротехническом конгрессе в Париже, проводившемся во время Всемирной промышленной выставки (Махровский). Представление доклада на французском языке, несомненно, сыграло свою роль в популяризации термина, хотя,

и это стоит подчеркнуть, не меньшее значение, судя по всему, имела высокая концентрация внимания собравшейся на конгрессе аудитории, так как за год до этого К. Д. Перский выступал с тем же докладом в Санкт-Петербурге. Все вместе взятое приводит к предположению, что признак *массовость* в скрытой форме олицетворял собой социально ориентированную установку на массового потребителя, которая и стала основой развития ТВ-вещания, активизировавшего к тому же и процессы формирования массовой культуры. В этой связи и периодизацию развития ТВ целесообразно рассматривать в контексте понятия *массовость*, которое подчеркивает значимость коммуникативного направления ТВ – распространение телепрограмм, охват аудитории. Акцент на имманентной связи «телевидение – аудитория» позволяет вкратце представить историю отечественного электронного ТВ.

Этап дорегулярного ТВ-вещания (1880 – середина 1930-х гг.) – период, когда телевидение только зарождалось в лабораторно-опытных условиях, разрабатывались первые системы движущихся изображений, изобретались прообразы кинескопов, телеприемников; учеными-изобретателями, инженерами оценивались возможности просмотра изображений во время опытных регулярных передач по оптико-механической системе ТВ (в нашей стране они начались в 1931 г., число участников просмотра экранных сюжетов было незначительным); только в конце 1935 г. начался серийный выпуск телевизора «Б-2» с диском Нипкова (в виде приставки к радиоприемнику), ставшего первым устройством, предназначенным для индивидуального пользования, который обладал черно-красно-оранжевым изображением, размером при увеличительной линзе 3,2х2,4 см; опытные регулярные передачи механического ТВ продолжались до 1941 г. и были прекращены в связи с началом Великой Отечественной войны (Лейтес, 2008: 38, 271).

Этап регулярного ТВ-вещания (1938–1955 гг., с перерывом на 1941–1945 гг.), определяемый как начальный и последующий периоды опытных экспериментальных передач электронного ТВ с постепенным увеличением стандарта разрешения изображения (от 343 строки до 625 строк), а также введением регулярных передач (на МТЦ – декабрь 1945 г., по два раза в неделю; в 1949 г. – начало регулярных передач в стандарте 625; 1955-й – начало ежедневного вещания) и окончательного установления временны*х* норм ТВ-трансляций; в этот период формируется программная сетка телевидения, происходит заимствование жанровых форм из смежных сфер дея-

тельности (театр, кино, печать, радио), вырабатывается система телевизионных жанров с учетом специфики телевизионного языка; расширяется производство телевизоров (начало 1937–1938 гг.), предназначенных для разных стандартов изображения: например, одноканальный телевизор «Москвич-Т1», предназначенный для приема программ МТЦ в стандарте 625 строк, стал выпускаться с 1946 г.; знаменитый «КВН-49» с приемом 3-х каналов программ начал производиться в 1949 г. (Лейтес, 2008: 272–274).

Этап массового ТВ-вещания (1955–1997 гг.), в рамках которого национальная инфраструктура складывается окончательно; сформированы региональные и республиканские телецентры; разработаны основные правовые нормы, необходимые для ведения профессиональной деятельности; бесперебойно функционирует программная сетка телетрансляций; на смену черно-белому приходят программы цветного ТВ; апробируется трансляция телепрограмм через спутники связи; охват населения ТВ-вещанием составляет более 95%; после 1990-х гг. многократно возрастает количество телеканалов; иначе говоря, есть основания утверждать, что в стране существует национальное телевидение, независимо от того, работает ли оно в системе рынка или в рамках государственного субсидирования, как это было в советской стране.

Этап глобального персонально-индивидуализированного ТВ-вещания (с 1997 г., в рамках развития 4-й технической революции), характеризующий современный цифровой период с множеством видов телетрансляций (эфирное, кабельное, спутниковое ТВ, интернет-вещание, *IPTV*) и изобилием отечественных и зарубежных телеканалов, функционирующих в мультимедийном и многоплатформенном медиапространстве; на этом этапе прослеживается пространственная двунаправленность развития этого ТВ в сторону массового национального/глобального и персонализированного охвата аудитории; притом что телезритель в массовом и гипермассовом исчислении может обращаться к просмотру экранного продукта как в домашних условиях (стационарно), так и с помощью разных мобильных устройств (в движении), опираясь при выборе телепрограмм на свое свободное время, личностные предпочтения и интеллектуальные потребности, обращаясь также не только к регламентированному программированию телеканалов, но и к хранилищам экранной продукции; на рынке представлен широкий ассортимент телевизоров, различных мобильных устройств последнего поколения.

Предложенная модель периодизации характеризует непростой, но нацеленный на прогресс путь превращения отечественного электронного ТВ в многофункциональную цифровую систему, которая ныне «охватывает интерактивную 2*D*/3*D* экранизацию с высочайшим качеством ТВ-изображений на экранах крупных размеров, включающую ТВ-вещание, ВИС (видеоинформационные системы нового поколения. – *С.У.*), совместно с интерактивными широкополосными системами связи, Интернетом, коренным образом расширившими возможности подачи ТВ-сигналов, складывающийся новый формат приемной ТВ-сети, использование интегрированных вещательно-широкополосных систем» (Кривошеев. Цифровое телевизионное вещание, 2014: 18).

Расширившийся диапазон возможностей цифрового ТВ-вещания тем не менее акцентирует внимание на ряде важных аспектов: целесообразности переоценки ассортимента телепрограмм, транслируемых телеканалами в настоящее время, и проведения семантического прогнозирования экранных сюжетов, соответствующих программной сетке вещания нового уровня, так как необходимо выявить алгоритм развития пространственного вектора ТВ (Уразова, 2013), основанием которого служат понятия *массовость/вездесущность*, проецирующие распространение экранной продукции в различных медийных средах. В условиях расширяющегося медиапространства сетевое распространение медиапродукта тесно связано с экономикой медиабизнеса, и системный подход к изменениям в сфере телевидения позволит усовершенствовать взаимодействие основных направлений этого массмедиа.

Вместе с тем необходимо обозначить факторы, служащие обоснованием для проведения семантического прогнозирования при смене концепции современных телепрограмм. Первый фактор обращен к многофункциональности цифрового ТВ-вещания, которая обеспечивает системе расширенную коммуникативность, однако это предполагает и наличие у нее познавательной многофункциональности, выраженной в новых тематических моделях и формах экранной продукции. Иначе говоря, зреет потребность в формировании такого типа экранных сюжетов, которые обладают тематико-смысловой многоаспектностью (стилистическая, прагматическая, семантическая, культурологическая, социальная), которая соотносится с содержательностью цифрового времени. Второй фактор заставляет учитывать изменившийся статус аудитории, обращающейся отныне за поиском информации к

различным медийным средам, получившей в настоящее время не только возможность публично высказывать свое мнение, но и создавать медийный продукт, выступая в роли гипотетического любителя – конкурента по производству экранной продукции в медиапространстве. Третий фактор связан с необходимостью для телепроизводителей овладения навыками создания реальностей (медиареальность, экранная реальность, вариативность виртуальной реальности), производство которых предполагает обладание креативно-творческим потенциалом, знаниями и компетенциями, необходимыми для мотивации общества к цивилизационному развитию, включая и овладение навыками работы с новыми формами экранного производства. Все это подтверждает, что преобразования в технологической платформе ТВ-вещания влекут за собой изменения как в программной политике телеканалов, так и в производственно-управленческой деятельности. В цифровой век телевидение не может пользоваться устаревшими подходами к выпуску экранной продукции, не способной отвечать потребностям общества, должно быть мотиватором роста продуктивных знаний и коммуникационного взаимодействия.

От массовой культуры к культуре экранной

В цифровое время экран становится символом современности и оперативным средством передачи актуальной аудиовизуальной информации. Акцент на современной проблематике позволяет индивиду мыслить во временно*й* категории *насущного настоящего*, что проявляется в лексике, суждениях, символах, образах, понятиях и постулатах, которые совершенствуются и обновляются от эпохи к эпохе (Уразова, 2015: 23). В целом массовая востребованность экранной формы продиктована ее функциональностью: наглядность образов и символов, их выразительность и запоминаемость, корреляция с оперативным приобретением эмпирического опыта и расширением познавательных потребностей, усиление эффекта социализации. Как показывают современные исследования, человеку достаточно 13–14 миллисекунд (тысячные доли секунды), чтобы идентифицировать зрительный образ, понять и охарактеризовать увиденное.

Однако поиск целевой аудитории представляет серьезную проблему для современных массмедиа, в том числе телевидения. Информационные потребности индивида строго индивидуализиро-

ваны, медиаэксперты сравнивают их с отпечатком пальца, а сам медиапотребитель предстает не как пассивный созерцатель, что было нормой на этапе массового ТВ-вещания, а как равноправный участник медийного процесса, олицетворяющий социальную группу, субкультуру. Сложность определения усредненного типа аудитории, на которую привыкло ориентироваться отечественное ТВ, объясняется и дифференцированным отношением нынешнего зрителя к информации. Как показало краткое, но содержательно значимое исследование (Дзялошинский, Дзялошинская, 2017: 495–481), личная повестка дня индивида при выборе информации, которую СМИ вводят в общественный оборот, опираясь на собственные представления об информационных потребностях общества, «переосмысливается человеком с учетом его индивидуальной матрицы» и отбирается им на основе оценки персонального «индекса важности». Таким образом, так называемое «постоянство темы повестки дня», о котором говорят производители телесюжетов, будь то в новостях или телепрограммах (их долгожительство на российских телеканалах исчисляется порой периодом целого поколения), входит в противоречие с потребностями аудитории относительно транслируемых телесюжетов, приводя из-за недостаточно полной картины современного мира к снижению интереса. Убежденность профессионалов-производителей экранной продукции в том, что навязчивое повторение одних и тех же экранных сюжетов (тематические телепередачи, повторы показа фильмов и т. д.) – стереотип, пришедший из рекламного бизнеса, ведет к падению интереса к СМИ в целом (эфирное и кабельное ТВ). И хотя, по данным Фонда «Общественное мнение» (опрос от сентября 2017 г.), телевизор ежедневно смотрят 58% россиян, а по данным Левада-центра (опрос от апреля 2018 г.), телевизионные новости смотрят 85%, тогда как к интернет-изданиям обращаются всего 27%, опора на усредненный тип аудитории при программировании телепередач (избыточная развлекательность, личностное *обнажение* на публике, однотипность экранного контента, доминирование приватной жизни на экране и т. д.) неизбежно ведет к падению интереса в целом.

Расширяющееся поле экранных коммуникаций, чему способствует новое свойство ТВ-вещания – *вездесущность*, проецирует обращение и к проблематике становления экранной культуры, обсуждению вопроса о ее корреляции с массовой культурой, поскольку национальное информационное пространство заполня-

ется в большей степени экранным продуктом телевизионного производства. Чтобы провести параллели между массовой культурой и культурой экранной, развивающейся как новое явление в информационном пространстве, следует обратиться к истокам развития ТВ-вещания. Активизацию развития массовой культуры исследователи связывают с периодом конца XIX – начала XX вв., когда «в границах индустриальной цивилизации возникает массовое общество, человек массы, массовая культура и, соответственно, массовая коммуникация» (Хренов, 2014). С этим временем совпадает и начало разработок нового средства коммуникации – телевидения, которое, как и кино, развивает новые формы визуальности и зрелищности, предназначенные для человека массы. Эти зрелищные формы, уточняет Н. А. Хренов, базируются на принципе программности или аттракционности и демонстрируют признаки «культуры чувственного типа», согласно концепции П. Сорокина, для которой характерно восприятие мира на чувственном опыте (слух, зрение, осязание, обоняние). Корни этих зрелищных форм уходят глубоко в историю, к фольклорно-мифологическим истокам балаганного и циркового представления. Кроме того, базисом для развития массовой культуры, как и для телевидения, являются социальность и цивилизационное начало, которые в переходный период XIX–XX вв. начинают доминировать над духовным началом. Таким образом, сопряжение социальных потребностей человека массы, процессов урбанизации и индустриального производства вкупе с развитием электронных технологий, прежде всего телевидения, придали массовой культуре динамику прорыва в социальное и медийное пространство. Массовая культура оценивается как низовая, или поп-культура, которая обладает соответствующими специфическими признаками.

Однако переход к постиндустриальной цивилизации, где приоритет отдается теоретическим знаниям, когнитивному восприятию действительности, моделированию реальностей с помощью высоких технологий, перераспределяет факторы влияния на социум и корректирует его отношение к социокультурной и социально-экономической действительности. Интерес к развлекательным формам массовой культуры в силу их семантического примитивизма и повторяемости заметно снижается. Начинающая активизироваться на нынешнем этапе экранная культура, понимаемая как взаимодействие культур медиа (кинокультура, телекультура,

компьютерная культура, культура мультимедиа) и как явление, утверждающееся в связи с широким использованием экранных устройств, пока еще примеряет черты массовой культуры и даже вписана в нее, но на этапе освоения цифровой экономики потребуется коррекция ее целевого назначения в пользу эталонных ценностей духовной культуры.

Такой поворот экранной культуры в сторону просветительства вполне обоснован. В цифровом медиапространстве идут активные процессы визуализации ментальности современного индивида, развиваются технологии по созданию виртуальной реальности *(Virtual reality*, *VR*), когда искусственно порождаемая реальность формируется на основе ощущений человека (зрение, слух, обоняние, осязание, ментальные репрезентации); внедряются, в том числе и в телепрограммах, методы апробации дополненной, или расширенной, реальности (*Augmented reality, AR*). Эти технико-технологические новшества ориентированы на расширение чувственно-эмоционального мира человека, на процессы познания и закрепления в социальном сознании образов и символов. Данный факт дает основание утверждать, что эпоха массовой культуры начинает уходить в прошлое, поскольку свою миссию она выполнила, и должен состояться переход от массовой культуры «к культуре индивидуальной или, что точнее, к культуре отдельных групп или субкультур» (Кондаков, Соколов, Хренов, 2011: 183). С точки зрения исследователей, «становление новой культуры начнется с новой сакральной вспышки, охватывающей первоначально лишь какую-то субкультуру. Эта среда и будет могильщиком того, что сегодня называют массовой культурой, и того, что связано с производством псевдоидентичностей» (Кондаков, Соколов, Хренов, 2011: 186). Опираясь на этот прогностический тезис, стоит подчеркнуть, что для решения вопроса о семантическом прогнозировании и обновлении программной сетки вещания российских телеканалов времени практически не остается: в конце этого года 20 российских телеканалов окончательно перейдут на цифровую платформу ТВ-вещания.

Выводы

Подводя итоги, необходимо констатировать, что вопросы семантического прогнозирования и пересмотра программной сетки вещания российских телеканалов, адекватной требованиям циф-

ровой платформы ТВ-вещания, остро стоят на повестке дня телевизионного сообщества. Это связано с начавшей активно развиваться в России цифровой экономикой, нацеленной на социально-экономическое и социокультурное развитие. Становится очевидным, что в информационном обществе, отождествляемом с *обществом знаний*, телевидение не может пользоваться устаревшими концепциями и управленческими методиками, взятыми из индустриальной эпохи. Этот дисбаланс проявляется, прежде всего, в профессионально-производственной и управленческой деятельности ТВ, тесно связанной с медиаэкономикой, а также с технологическим и культурным направлением развития этого средства массовой коммуникации.

В пользу смещения акцента с развлекательности на просветительство в экранной продукции свидетельствуют как ускоренные темпы совершенствования высоких технологий, включая выход на рынок изобретений искусственного интеллекта, так и требования цифровой эпохи в целом, ориентированной на устойчивое цивилизационное развитие. В опубликованной «Стратегии развития информационного общества в Российской Федерации на 2017–2030 годы» подчеркивается: «Российское общество заинтересовано в получении информации, соответствующей высокому интеллектуальному и культурному уровню развития граждан России». Телевидение, как и медиаиндустрия в целом, испытывает на себе воздействие «макросдвига», которое переживает человечество. Однако оптимальный выход из *точки бифуркации* видится в освоении междисциплинарных научных знаний, получении соответствующих компетенций и навыков и в применении их на практике. Это обеспечит ведущему средству массовой коммуникации прогрессивный рост в условиях идущих трансформаций, оптимизирует приток *знаниевого кода* и в национальное информационное пространство. Искусство превращения информации в знание в условиях становления цифровой экономики становится ведущим критерием успешности массмедиа и обеспечением прорыва в будущее.

Библиография

Аршинов В. И. Междисциплинарность как проблема рефлексии современной нано-техно-научной практики. Российск. акад. наук, Ин-т философии. М.: ИФРАН, 2010.

Вартанова Е. Л. Теория медиа как перекресток научных подходов и методов // Вопросы теории и практики журналистики. 2018. Т. 7. № 1. С. 165–176.

Голядкин Н. А. История отечественного и зарубежного телевидения. М.: Аспект Пресс, 2011.

Дзялошинский И. М., Дзялошинская М. И. Личная повестка дня: исследуем приоритеты аудитории // Вопросы теории и практики журналистики. 2017. Т. 6. № 4. С. 465–481.

Касавин И. Т. (ред.). Междисциплинарность в науках и философии. Российск. акад. наук, Ин-т философии. М.: ИФРАН, 2010.

Кондаков И. В., Соколов К. Б., Хренов Н. А. Цивилизационная идентичность в переходную эпоху: культурологический, социологический и искусствоведческий аспекты. М.: Прогресс-Традиция, 2011.

Кривошеев М. И. Результаты нового подхода к международной стандартизации цифрового телевизионного вещания // Электросвязь. 2016. № 7. С. 23–30.

Кривошеев М. И. Международная стандартизация цифрового телевизионного вещания. М.: Научно-исследовательск. ин-т радио (НИИР), 2006.

Кривошеев М. И. Цифровое ТВ – лидер цифровой экономики // Стандарт. 2018. № 1(180). С. 14–15

Кривошеев М. И. Цифровое телевизионное вещание. История, реальность и перспективы. М.: Научно-исследовательск. ин-т радио (НИИР), 2014.

Ласло Э. Макросдвиг. М., 2004.

Лейтес Л. С. Развитие техники ТВ-вещания в России: справочник. 2-е изд, перераб. и дополн. М.: ФГУП «ТТЦ “Останкино”», 2008.

Макушин А. Б. Классификация этапов развития отечественного телевизионного вещания // Вестн. Кемеровск. гос. ун-та. 2014. № 4(60). Т. 1. С. 174–178.

Махровский О. В. Константин Перский – русский военный инженер, ученый, который ввел термин «телевидение» 110 лет назад. Виртуальный компьютерный музей. Режим доступа: http://www.computer-museum.ru/connect/perskii.htm (дата обращения: 20.04. 2018).

Уразова С. Л. Вклад России в цифровое ТВ-вещание // Вестник ВГИК. 2017. № 3(33). С. 146–151.

Уразова С. Л. От «зеркала Нарцисса» к экранной реальности. ТВ в контексте трансформаций цифрового времени. М.: Изд-во «Русника», 2013.

Уразова С. Л. Медиакоммуникации в фокусе цифровых трансформаций // МедиаАльманах. 2015. № 6. С. 21–28.

Хренов Н. А. Взаимодействие зрелищных и визуальных форм в современной культуре // Электронное издание «Культура культуры». 2014. № 4. Режим доступа: http://cult-cult.ru/interaction-of-entertainment-and-visual-forms-in-contemporary-culture/(дата обращения: 25.04.2018).

References

Arshinov V. I. (2010) Mezhdistsiplinarnost' kak problema refleksii sovremennoy nano-tekhno-nauchnoy praktiki [Interdisciplinarity as a Problem of Reflexion of Modern Nano-Techno-Scientific Practice]. In I.T.Kasavin (ed.) *Mezhdistsiplinarnost' v naukakh i filosofii*. Moscow: IFRAN Publ. (In Russian)

Dzyaloshinskiy I. M., Dzyaloshinskaya M. I. (2017). Lichnaya povestka dnya: issleduem prioritety auditorii [Personal Agenda: Exploring Audience Priorities]. *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki* 6(4): 465–481. (In Russian)

Golyadkin N. A. (2011) *Istoriya otechestvennogo i zarubezhnogo televideniya* [A History of Russian and Foreign Television]. M.: Aspekt Press Publ. (In Russian)

Kasavin I. T. (ed.) (2010) *Mezhdistsiplinarnost' v naukakh i filosofii* [Interdisciplinarity in Sciences and Philosophy]. Moscow: IFRAN Publ. (In Russian)

Khrenov N. A. (2014) Vzaimodeystvie zrelishchnykh i vizual'nykh form v sovremennoy kul'ture [Interaction of Spectacular and Visual Forms in Modern Culture]. *Kul'tura kul'tury*. 4. Available at: http://cult-cult.ru/interaction-of-entertainment-and-visual-forms-in-contemporary-culture/ (accessed at: 25.04. 2018). (In Russian)

Kondakov I. V., Sokolov K. B., Khrenov N.A. (2011) *Tsivilizatsionnaya identichnost' v perekhodnuyu epokhu: kul'turologicheskiy, sotsiologicheskiy i iskusstvovedcheskiy aspekty* [Civilizational Identity in a Transitional Era: Cultural, Sociological and Art Criticism Aspects]. Moscow: Progress-Traditsiya Publ. (In Russian)

Krivosheev M. I. (2006) *Mezhdunarodnaya standartizatsiya tsifrovogo televizionnogo veshchaniya* [International Standardization of Digital Television Broadcasting]. M.: Nauchno-issledovatel'skiy institut radio (NIIR). (In Russian)

Krivosheev M. I. (2016) Rezul'taty novogo podkhoda k mezhdunarodnoy standartizatsii tsifrovogo televizionnogo veshchaniya [The Results of a New Approach to the International Standardization of Digital Television Broadcasting]. *Elektrosvyaz'* 7: 23–30. (In Russian)

Krivosheev M. I. (2018) Tsifrovoe TV – lider tsifrovoy ekonomiki [Digital TV is the Leader of Digital Economy]. *Standart* 1(180): 14–15. (In Russian)

Krivosheev M. I. (2014) *Tsifrovoe televizionnoe veshchanie. Istoriya, real'nost' i perspektivy* [Digital Television Broadcasting. History, Reality and Prospects]. Moscow: Nauchno-issledovatel'skiy institut radio (NIIR). (In Russian)

Laslo E. (2004) *Makrosdvig* [Macroshift]. Moscow (In Russian)

Leytes L. S. (2008) *Razvitie tekhniki TV-veshchaniya v Rossii: spravochnik* [Development of TV Broadcasting Technology in Russia: reference book]. Moscow: FGUP «TTTs "Ostankino"» (In Russian)

Makhrovskiy O.V. Konstantin Perskiy – russkiy voennyy inzhener, uchenyy, kotoryy vvel termin «televidenie» 110 let nazad [Konstantin Persky, a Russian Military Engineer, a Scientist, who Introduced the Term "Television" 110 Years Ago]. Virtual'nyy komp'yuternyy muzey. Available at: http://www.computer-museum.ru/connect/perskii.htm (accessed at: 20.04. 2018). (In Russian)

Makushin A. B. (2015) Klassifikatsiya etapov razvitiya otechestvennogo televizionnogo veshchaniya [Classification of Development Stages of Russian Television Broadcasting]. *Vestn. Kemerovsk. gos. un-ta* 4(60): 174–178. (In Russian)

Vartanova E. L. (2018) Teoriya media kak perekrestok nauchnykh podkhodov i metodov [Media Theory as a Crossroads of Scientific Approaches and Methods]. *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki* 7(1): 165–176. (In Russian)

Urazova S. L. (2015) Mediakommunikatsii v fokuse tsifrovykh transformatsiy [Media Communications in the Focus of Digital Transformations]. *Media-Al'manakh* 6: 21–28. (In Russian)

Urazova S. L. (2013) *Ot «zerkala Nartsissa» k ekrannoy real'nosti. TV v kontekste transformatsiy tsifrovogo vremeni* [From the "Mirror of Narcissus" to Screen Reality. TV in the Context of Digital Time Transformations]. Moscow: Rusnika Publ. (In Russian)

Urazova S. L. (2017) Vklad Rossii v tsifrovoe TV-veshchanie [Russia's Contribution to Digital TV Broadcasting]. *Vestnik VGIK* 3(33): 146–151. (In Russian)

Поступила в редакцию
30.04.2018