



Алфьорова З. І.

доктор мистецтвознавства, доцент,
завідувач кафедри телебачення, декан
факультета кіно-, телемистецтва Харківська
державна академія культури

ЦИФРОВЕ ТЕЛЕБАЧЕННЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ НОВІТНЬОГО ПЛАСТИЧНОГО МИСЛЕННЯ

Анотація. В статті аналізується цифрове телебачення як новітній мистецький феномен.

Ключові слова: телебачення, цифрові технології, автоматизоване пластичне мислення, діалог.

Анотация. Алфёрова З.И. *Цифровое телевидение как инструмент новейшего пластического мышления.* В статье анализируется цифровое телевидение как художественный феномен.

Ключевые слова: телевидение, цифровые технологии, автоматизированное пластическое мышление, диалог.

Annotation. *Alfyorova Z.I. Digital television is the toll of new plastic visual art.* This article is analyzed digital television as new art phenomena.

Key words: television, digital television technology, automatically, dialogue.

Постановка проблеми. На сьогодні Україна є учасником процесу переходу на цифрову систему мовлення. 24 серпня 2007 р. в нашій країні розпочав діяти телеканал «MTV Україна» — перший український телеканал з повністю реалізованим безстрічковим виробництвом і мовленням. Головною подією в цьому сенсі стане запланований на 2015 р. остаточний перехід в Україні на цифровий формат телемовлення. Осмислення новітнього технологічного інструменту масового візуального мислення як мистецького феномена стає і нагальною мистецтвознавчою проблемою.

Актуальність дослідження. Технологічні стандарти розбудови екранних мистецтв завжди викликали не тільки дискусії між фахівцями технологічної сфери. Арт-практика сучасності довела, що поява нових технологій стає і смисло- і формоутворюючим фактором. Тому *актуальність* дослідження зумовлена тим, що нові технології масового візуального є елементами трансформації як фахового візуального мислення, так і візуального мислення в цілому. В зазначеному сенсі ця проблема є важливою і для мистецтвознавства, і для теорії екранних мистецтв, зокрема.

Зв'язок авторського доробку із важливими науковими і практичними завданнями. Аналіз зазначеної науково-практичної проблеми було розпочато в авторському докторському дисертаційному дослідженні «Візуальне мистецтво кінця ХХ — ХХІ століття» (2008), яке було здійснено відповідно до тематичного плану наукових досліджень Харківської державної академії культури на період 2006-2010 рр. (затверджено 27 лютого 2006 р., пр. № 8) та ряді статей автора [1;2;3;4]. Зазначена стаття відповідає науковій темі кафедри телебачення ХДАК: «Розвиток екранних мистецтв в контексті сучасної культури».

Аналізуючи останні дослідження і публікації, слід зазначити, що проблема телевізійного мислення майже не осмислюється теоретиками. У працях Я.Лоскевича, Н.Кіріллової, К.Разлогова та ін. [8; 9;10;11;12;13;14] вказувалося на складний, нелінійний характер змін у художньо-мистецькому мисленні при виникненні телебачення. Так, ще на початку зазначених зрушень А.Вартанов звертав увагу на те, що телебачення буде динамічно змінюватися [5], а такі дослідники як Ж.Денисюк [7], І. Победоносцева [14] дослідили телевізійне дійство як систему ідентифікацій, з одного боку, та особливу комунікативну дію — з іншого. Між тим, власне новітні цифрові «перетворення» телебачення не були об'єктом наукових досліджень, адже вони відбуваються майже на наших очах.

Новизна дослідження. обумовлена комплексним теоретичним узагальненням ознак цифрового телебачення як новітньої технології, так і інструменту пластичного мислення постпостмодерної доби.

Мета статті — дослідити цифрові технології телебачення як інструменту пластичного мислення постпостмодерної доби.

Постановка завдань: 1) проаналізувати умови, в яких розпочинає діяти цифрове телебачення; 2) виявити вплив цифрових технологій на виробничий

Надійшла до редакції 03.03.2011

© Алфьорова З.І., 2011

цикл на телебаченні; 3) дослідити впливи на характер пластичного візуального мислення, на зміни в смислово- і формотворчому аспектах мислення.

Викладення основного матеріалу. Звернення до умов, в яких розпочинає діяти цифрове телебачення, потребує їх певної теоретичної класифікації. Поперше, зазначені умови можна класифікувати як об'єктивні і суб'єктивні. До об'єктивних умов появи цифрового формату мовлення можна віднести: 1. зміну соціокультурного контексту розвитку медіаіндустрій [9;10; 12]; 2. зміну економічного і фінансового контексту їх розвитку.

Тезовий аналіз змін соціокультурного контексту розвитку медіаіндустрій на сьогодні свідчить про наступні тенденції: динамічне субкультування глобального медіапростору та виникнення необхідності задоволення не тільки різноманітних, але й ситуативних потреб представників багатьох субкультур; нестійкий характер сучасних національних еліт та їх впливів на субкультури; зростаюча нерівномірність структурування вільного часу між представниками субкультур; зміни у свідомості сучасної людини (і глядача-споживача і креатора-виробника) під впливом динамічної диверсифікації джерел інформації в нестабільних субкультуrowаних соціумах та домінування текстових структур у мовленнєвому дискурсі цих соціумів.

Візуальний «поворот» кінця Нового часу, пройшовши свій «пік» у середині ХХ ст. на сьогодні вимагає створення глобального візуально-медіального середовища [9], яке задовольнить новітнє пластичне мислення сучасної людини. Свідомість сучасної людини поступово зникає до існування та рефлексії кілької рівнів реальності, реагування майже блискавичну зміну джерел впливів, здатність існування в умовах дисипативності. Постмодернізм середини ХХ ст. привчив сучасну людину до «текстуального» існування в медіапросторі та до того, що образні текстові структури можуть мати різноманітне походження. Існування «Великого Тексту»— *текстуркультури*— в історичному континюмі кінця ХХ ст. доповнилося існуванням такого Тексту в міжкультурному мовленнєвому дискурсі (крос-культурному діалозі або інтертекстуальному середовищі), який дозволив інші системи як творення смислів культури, так і творення її форм [15].

Зміна економічного і фінансового контексту розвитку сучасних медіаіндустрій (враховуючи і телеіндустрію) на сьогодні визначається наступними факторами:

- посиленням неоліберальних настроїв у світовій економіці наприкінці ХХ— початку ХХІ ст.;
- системною реорганізацією індустриального медіавиробництва у постіндустріальне;
- посиленням регіональних економічних та інших блоків на рівні медіаіндустрій;
- посиленням ризиків економічного і фінансового характеру в умовах нестабільного інформаційного капіталізму.

До суб'єктивних умов появи цифрового формату телемовлення можна віднести: 1. трансформації галузевого характеру під впливом диверсифікації

джерел інформації та прагнення забезпечення плюралізму ЗМІ; 2. вплив цифрових технологій на виробничий цикл на телебаченні та на кінцевий продукт «цифрового виробництва».

Іншим аспектом класифікації може стати розподіл умов на: *цивілізаційні, субкультурні, галузеві та формотворчі*. Поєднання трансформаційних процесів на різних рівнях призводить на сучасному етапі до наступних наслідків: на *цивілізаційному рівні* — здатність існування в умовах дисипативності може бути сформована не тільки існуванням сучасної людини в міжкультурному мовленнєвому дискурсі, але в *ігрових умовах кількох рівнів реальності (емпіричної, символічної, віртуальної)*. При цьому важливою умовою є механізми і технології «мандрування» цими реальностями та володіння їх культурно-візуальними кодами. На *субкультурному рівні* — легітимізація смислів і змістів субкультурного існування на різних рівнях реальностей та можливість забезпечення міжсубкультурного діалогу. На *галузевому рівні*— віднаходженням таких форматів існування телеіндустрії, які оптимізують зазначену нестабільність при певних існуючих ризиках (тотальній комерціалізації телеконтента, пониження сегмента суспільного впливу в телеіндустрії тощо). На рівні *культурно-мистецької форми* — творення нового типу культурної форми: мультикультурного і мультимедійного продукту новітнього зразка, який би мав наступні характеристики (ситуативність творення, актуальність, дискурсивність, можливість споживання різними субкультурами і можливість «вбудовування» і дисипативний ігровий контекст будь-якої субкультури).

Навіть поверховий аналіз умов появи цифрового формату телемовлення в Україні свідчить про, скоріше, намір, аніж чітку та продуману стратегію таких трансформацій. В Україні не передбачено інтерактиву в телегалузі, HDTV та інших можливостей мовлення цифрового формату. Затиснуті в MPEG-4 канали, по 8-10 штук в мультиплексі, є лише спробою економічно оптимізувати мережі за рахунок технології. Тому «перехід» на зазначений формат є, «не відкриттям нових горизонтів», а зобов'язанням української держави перед європейською спільнотою. На довершення підтвердження відсутності такої стратегії, можна констатувати і прикрий факт того, що власне і населення України, за великим рахунком, ще не потребує такого переходу. За статистикою, воно (населення) досі повністю не забезпечене податковим ефірним телемовленням у селах та маленьких містах України.

Існування цифрового телемовлення є під загрозою існування ще одного фактору ризику: ефірне цифрове телебачення може виявитися неактуальним, оскільки завдяки динамічному розвитку бездротового Інтернету, будь-який медіа-контент може бути доставлений до споживача швидше та дешевше.

Між тим, арт-практика «MTV Україна» — першого українського телеканала з повністю реалізованим безстрічковим виробництвом і мовленням є «відправною» точкою для аналізу технологічних

умов існування цифрового телебачення. Реалізація технологічного процесу на основі багатоканального серверного мовлення, безстрічкової основи телевізійного виробництва, з використанням на усіх етапах FTR-трансфера викликало необхідність дотримання жорстких умов безпеки в роботі фахівців тощо. Але при цьому поступово виявилася специфіка динамічного доповнення телеконтента, реалізація часткової інтерактивної цифрової його доставки та можливості дистанційного контролю. При цьому технологічні завдання переходу на «цифру» доповнилися необхідністю трансформації фахового мислення.

Історія розвитку телебачення свідчить про певні стадії формування телевізійного мислення сучасної людини.

Ще на початку структурування власної індустрії, після Другої світової війни, класичне телебачення перших повоєнних десятиліть освоювало не тільки інформаційно-комунікаційні пласти власного буття, але й його онтологічно-естетичне підґрунтя. При цьому воно, класичне телебачення, продовжувало виявляти і ознаки морфології модерної доби: модульність та повторюваність виявилися основними принципами форматування телевізійного екранного твору. Саме модульність та повторюваність забезпечували в телевізійному пластичному мисленні процес стандартизації і уніфікації суспільної свідомості та занесення до традиційних візуальних кодів суспільних стереотипів новітньої доби.

З 70-х рр. ХХ ст. неканонічне пластичне мислення та нові, технічно-орієнтовані типи мислення, відчули на собі вплив концептуалізації, завдяки якому відбулося поєднання багатьох смислових зв'язків, створення «нової конфігурації смислів» у конкретному смисловому просторі. Узгодження таких «смислових просторів» на рівні «спільнота — особистість» виявилось передумовою для структурування сфери візуального як тотального. Завдяки концептуалізації «поняття» і «смысл» (функція) сближуються між собою настільки, що наприкінці ХХ ст. виявляються еквівалентними.

90-ті рр. ХХ ст і роки 2000-ті стали періодом, коли індустрія телебачення розпочала диференціацію на спеціалізовані канали, а ті, — на екранні твори спеціалізованого змісту. Виникають музичні, мандрівні, науково-дослідницькі, кулінарні та ін. телеканали. При цьому зберігаються технології потокового мовлення, коли при великому контенті спеціалізований канал має можливість задовольняти бажання телеаудиторії за рахунок чисельності, а не варіативності. Телевізійні канали тієї доби орієнтувалися на зйомку оригінальних програм, незвичні нарративно-зображальні конструкції тощо.

В культурній ситуації постпостмодерну, коли децентралізація постмодернізму, зруйнувала ідеології та національні ідеї і доповнилася тотальною комунікацією, таке телебачення вже не могло задовольняти потребу у спілкуванні і інтерактивному проектуванні індивідуального видовищного простору [13]. Поступово телевізійні канали розпочали доповнюватися інтерактивними елементами. Дзвінки до студії, голосування по телефону, спілкування

учасників телевізійної дії в студії з учасниками подій на майданах завдяки прямій трансляції — ці трансгресії у бік інтерактивності не могли остаточно виконати завдання по індивідуальному проектуванню як екранного твору, так і телеконтента.

Саме цифрові технології серверного типу здійснили цю мрію. У 2010-х рр. ці технології дозволили фахівцям телебачення перенести акценти у виробництві телевізійного контенту з нього самого на його брендування, порядок подачі до ефіру, титрування тощо. Не контент, а оперування ним в інтерактивному режимі стало основним у формуванні індивідуального видовищного простору існування сучасної людини. Телеканали цифрового типу доповнилися і інтернет-технологіями і технологіями мобільного зв'язку (той же телеканал «MTV Україна» має у своєму розпорядженні SMS- чат з фотографіями і інтерактивний сервіс в Інтернеті). Інформація з таких джерел йде або на екран, або на мобільний телефон телеглядача.

Як правило, сучасні цифрові технології серверного типу дозволяють організувати мультиканальну платформу мовлення, одночасно формуючи так зване «Інтернет-телебачення», що дозволяє реалізовувати повнофайловий менеджмент, оскільки увесь рух телеконтента відбувається через внутрішню локальну інтернет-мережу. Таким чином, відбувається тотальна автоматизація подієвого візуального мислення, адже вихід на екран візуально-інформаційної версії подій «першого», «другого», «третього» рядів відбувається одночасно згідно задалегіть зверстанному плей-листу (на телеканалі «MTV Україна» це відбувається за допомогою програми Music Master). Окрім цього, така платформа дозволяє автоматизувати процес озвучання, продажу рекламного часу та інші виробничі процеси.

Таким чином, фахове мислення спеціаліста сучасної медіасфери фактично стає подібним до відомого Автора М.Фуко і Р.Барта — «автора другого порядку», при чому автора колективного, чії функції автоматизує технологія, і він (автор) стає відповідальним лише за два індустріальні параметри: час і гроші. Час, який він (автор) витратив на розподіл телеконтента на кожного індивідуального замовника, і гроші, які він (автор) отримав за це.

Мислення індивідуального замовника телевізійного контенту стає більш складним і дискретнішим, з одного боку, але й, більш активним і гнучким, — з іншого. Основою такого пластичного мислення стає спілкування з телебаченням — новітня ознака використання цифрових технологій. Телебачення тепер не тільки інформує, дозволяє насолодитися видовищами різного штибу, але дозволяє напряду (або опосередковано) вступити в контакт з ним самим. Підвищена діалогічність сучасного цифрового телебачення — основна його комунікативна ознака. Але це діалогічність вторинного походження. Чому? По-перше, така діалогічність не породжує так званої респонзивності, тобто відповідальності перед Іншим. Оскільки «особистість існує лише остільки, оскільки вона знаходить в есхатологічній перспективі» (за думкою Е. Левінаса), то відсутність респонзивності в діалозі з телебаченням, як індустрією продукування

інформації і видовищ, для особистості є згубним явищем.

Парадоксальним чином, знаходячись в класичній діалогічній ситуації (де діалог в його «агонічному» сенсі — це взаємодія різних текстових масивів), телеглядач в діалозі практично не перебуває. Транскультурність мовно-текстового дискурсу телевізійного контенту, доповненого цифровими серверними технологіями, виробляє лише певну «сіру зону» (або зону трансгресії) між універсальною дискурсу та його партикулярністю, де цей діалог потенційно можливий.

По-друге, живий, неопосередкований діалог має на меті вибудовування певної аксіологічної системи (суспільної і індивідуальної). Чи можливе це у «діалозі» з телебаченням? Так, згідно дослідженню Т.С.Воропаєвої, присвяченому аксіологічному виміру української нації, для українців базовими є доброзичення, універсалізм, самовияв, традиційність, безпека тощо [6]. Можливо ли сформувані такі базові цінності лише за допомогою будь-яких добрих та професійних програм телебачення? Навряд чи. Адже формування базових цінностей потребує діалогу культур на іншій (ментальній, навіть) основі.

Діалогічність постпостмодерної культурної ситуації на перший план виводить проблеми відповідальності, солідарності, толерантності. І в цій ситуації телебачення може слугувати інструментом обмеженої діалогічності. Обмеженість зумовлена опосередкованим характером масово-індивідуального телевізійного типу мислення, його підвищеною дискретністю і трансгресивністю. Додатковими ризиками у цьому сенсі є навантаження на людську психіку за рахунок впливів необмеженого телевізійного контенту, посилена подієвість телевізійних нарративно-зображальних структур, тощо. Саме ці ризики трансформують ціннісно-сміслові форми сучасної людської свідомості, а відтак — роблять осучаснене «цифрою» телебачення ще більш ризикованим інструментом пластичного мислення.

Підсумовуючи, можна ще раз підкреслити основні ознаки цифрового телебачення як інструмента новітнього пластичного мислення: 1) посилення інтерактивності телебачення не ліквідує певні ризики комунікативного характеру; 2) таке телебачення може слугувати інструментом лише обмеженої діалогічності; 3) транскультурність мовно-текстового дискурсу телевізійного контенту, доповненого цифровими серверними технологіями, виробляє лише певну «сіру зону» (або зону трансгресії) між універсальною дискурсу та його партикулярністю, де цей діалог потенційно можливий. При цьому, не зважаючи на «проблемні зони» такої технології, цифрове телебачення є об'єктивним наслідком розвитку сучасних соціумів і відповіддю на сучасні соціокультурні запити людини.

Перспективи використання результатів дослідження полягають в подальшому дослідженні зазначеного аспекта мистецького формотворення на конкретних прикладах телевізійної практики. Теоретичне висвітлення зазначеного аспекту сприятиме усвідомленню складності зазначених

процесів та допоможе використанню базових положень та результатів дослідження у подальших теоретичних мистецтвознавчих студіях, підготовці навчальних програм для фахівців сучасної медіасфери та екранних мистецтв.

Література:

1. Алфьорова З. І. Культурологічні підходи до масового візуального / З. І. Алфьорова // Вісн. Харк. держ. акад. дизайну і мистец. [Сер.] Мистецтвознав. Архітектура : [зб. наук. пр.]. — Х., 2007. — № 2. — С. 8–15.
2. Алфьорова З. І. Формування сучасного мас-медійного простору (англомовна література з проблеми) / З. І. Алфьорова // Вісн. Харк. держ. акад. культури : зб. наук. пр. — Х., 2001. — Вип. 8. — С. 60–67. — Бібліогр.: 33 назви.
3. Алфьорова З. До питання про екран у майбутньому / З. Алфьорова // Сучасний стан українського мистецтвознавства та шляхи його подальшого розвитку : матеріали наук. конф. / Акад. мистец. України. — К., 2000. — С. 124–126.
4. Алфьорова З. І. Соціокультурні аспекти розвитку телебачення та моделі підготовки кадрів / З. І. Алфьорова // Інформаційна та культурологічна освіта на зламі тисячоліть : матеріали міжнар. конф. до 70-річчя ХДАК / Харк. держ. акад. культури. — Х., 1999. — Ч. 2. — С. 59–63.
5. Варганов, А. С. Телевизионные зрелища / А. С. Варганов. — М.: Знание, 1986. — 56 с.
6. Воропаєва Т. С. Діалог культур: ціннісний вимір // Традиція і культура. Феномен діалогу: традиція і сучасність: Матеріали ІХ Міжнародної конференції 19-20 листопада 2010 р. — К., 2010. — С. 8-10.
7. Денисюк, Ж. З. Телебачення як система ідентифікації і конструювання реальності / Ж. З. Денисюк ; Денисюк Ж. З. // Актуальні проблеми історії, теорії та практики художньої культури : зб. наук. пр. / М-во культури і туризму України, Держ. акад. кер. кадрів культури і мистец., Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка. — К.: Міленіум, 2007. — Вип. 19. — С. 196-204.
8. Йоскевич Я. Б. Категорії аудиовізуального / Я. Б. Йоскевич // Новые аудиовизуальные технологии. — М., 2005.
9. Кириллова Н. Б. Медиакультура, миф, политика / Н. Б. Кириллова // Филос. науки. — 2006. — № 5. — С. 5–13.
10. Кириллова Н. Б. Медиакультура: от модерна к постмодерну / Н. Б. Кириллова. — М.: Академический проект, 2005. — 448 с. — («Технологии»).
11. Колоскова Н. И. Экранная культура в контексте информатизации общества: Дисс. на соискание степени канд. филос. наук. / Н. И. Колоскова. — Ростов н/Дон, 2002. — 26 с.
12. Медиакультура в меняющемся мире: формы и способы представления реального. Материалы науч. конф. (РГГУ, 26-27 ноября 2004 г., г. Москва) [Текст] // НЛО. — 2005. — № 73 (3). — С. 428-433
13. Петровская Е. В. Пройдемся по каналам: о телевидении, зэппинге и других подобных вещах / Е. В. Петровская // Киновед. записки. — № 34. — С. 158–161.
14. Победоносцева І. Є. Телевізійний дискурс у культурному просторі постмодернізму : автореф. дис. ... канд. мистецтвознав. / І. Є. Победоносцева ; Ін-т мистецтвознав., фольклористики та етнології ім. М. Т. Рильського НАН України. — К., 2005. — 21 с.
15. Разлогов К. Э. Электронная революция и повседневная культура [Текст] / К. Э. Разлогов // Новые аудиовизуальные технологии. — М., 2005. — С. 3-12. Рашкофф Д. Медиавирус: как поп-культура тайно воздействует на ваше сознание / Д. Рашкофф. — М., 2003.