

УДК 070

Е.Н. Омарханова

Казахский национальный университет имени аль-Фараби, Казахстан, г. Алматы

E-mail: enlik.ormahanova@mail.ru

**Развлечение как неотъемлемая часть массовой культуры**

Развлекательный блок телепрограмм в настоящее время стабильно занимает одно из первых мест в сетке вещания и является самым объёмным в процентном отношении. При этом до сих пор нет полноценной работы, посвящённой развлекательной составляющей современного казахстанского телевидения. Данная статья является попыткой не только дать определение понятию «развлекательная передача», но и отчасти описать само явление телевизионного развлечения.

**Ключевые слова:** развлечение, массовая культура, казахстанское телевидение, зрительский интерес.

E. N. Ormakhanova

**Entertainment as integral part of mass culture**

The entertainment block leads steadily in TV programming and ranks first by time. Yet there is a dearth of studies on this constituent of Kazakhstan television. The paper endeavors to define the ‘entertainment programs’ concept and to outline the phenomenon of television entertainment itself.

**Key words:** entertainment, mass culture, Kazakhstan television, viewers’ interest.

Е.Н. Омарханова

**Көпшілікке ортақ мәдениеттің ажырамас бөлігі – ойын-сауық**

Мақалада қазіргі таңда ойын-сауық бағдарламалардың телевизия саласында кең таралуы және оның себептері жан-жақты қарастырылады. Автор ойын-сауық бағдарламаларының мәні мен маңызына тоқталып, қалыптасып дамуына сипаттама береді.

**Түйін сөздер:** ойын-сауық, көпшілікке ортақ мәдениет, қазақ телевизиясы, көрермендердің қызығушылығы.

**Introduction**

Развлечение – одна из самых сложных и загадочных сфер человеческой деятельности, суть которой заключается в отношении непосредственно самого человека к опосредованному универсальному, то есть включающему в себя весь мир, человеческому существованию. Люди постоянно стремятся обернуть в развлечение, как в обложку, все стороны их жизни, и, независимо от того, в какой эпохе и в какой стране это происходит, они тем самым доказывают, что развлечение – одно из важнейших качеств человеческого бытия и культуры. И если говорить о развлечении применительно к культуре, то вполне уместным будет замечание о том, что первое старше второго: ведь культура подразумевает

под собой существование общества, а развлекаться человек начал задолго до его создания. Поэтому неважно, просты или сложны те или иные развлечения, важно, что они заложены в человеческой природе изначально.

Однако, несмотря на это, отношение к развлечению всегда было неоднозначным. Одни учёные, такие как Е. Варганова, П. Лафарг, Н.Я. Данилевский, С.Г. Струмилин, Б.Г. Ананьев склонны относиться к нему как к неотъемлемой части культуры, необходимой для удовлетворения важнейших человеческих потребностей [1]. Другие, такие, как, например, В. Беньямин в работе «Произведение искусства в эпоху его технической воспроизводимости» считают развлечение отрицательным явлением, некой

негативной разновидностью социального поведения, причём развлечение ассоциируется у них с современным искусством, куда, входят и кино с телевидением. Некоторые социологи, подобно Ж. Дюмазедье, рассматривают развлечение только лишь через призму досуга, некоторые – как нечто более глобальное, как своеобразный пласт культуры, обладающий уникальными, присущими только лишь ему свойствами и функциями [2]. Одни акцентируют внимание на экономической основе развлечения, полагая, что развлечение – это, прежде всего то, что помогает людям восстанавливать их силы после тяжелого рабочего дня.

### **Main body**

Причин, объединяющих развлечение и массовую культуру, как минимум три. Первая связана с тем, что основополагающими признаками массовой культуры, как, и развлечения, являются увлекательность, динамичность, занимательность. Массовая культура, так же, как и развлечение, часто поощряет низкое, иррациональное, апеллируя не столько к разуму, сколько к инстинктам, а в арсенале её не последнее место занимают эскапизм и релаксация – неотъемлемые атрибуты развлечения. Если человеку захочется отдохнуть или быстро, без особых материальных или психологических затрат, получить позитивные эмоции, в подавляющем большинстве случаев он обратится именно к массовой культуре. Когда же человеку захочется забыться, отделиться от всех проблем, получить долгожданную разрядку, уйти на время в иллюзорные миры – рядом по-прежнему окажется массовая культура, услужливо предлагая свой развлекательный эскапизм. Вторая причина (техническая) заключается в том, что главным транслятором нового вида культуры стало телевидение, наиболее зрелищное средство массовой коммуникации – так же, как и развлечение, тяготеющее к эффективности и драматизму. Ну, и, наконец, третьей причиной можно назвать то обстоятельство, что идеологическую основу отдельных произведений массовой культуры легче всего прикрыть именно слоем развлекательности [3]. И чем плотнее этот слой, тем легче воздействие на аудиторию. Как отмечает Р.И. Галушко, массовая культура играет роль своеобразного проводника в реальности, превращаясь в главное средство социализации. «Она формирует, программирует, регулирует, и контролирует социальное по-

ведение людей, определяет их образ жизни» [4]. Под развлечением таятся идеи, которые через смех, любопытство или азарт направляют нас по определённому пути, воспитывая определённый тип людей, способных определённым образом действовать в определённых ситуациях. Ни для кого не секрет, что в настоящее время через массовую культуру происходит активное внедрение в сознание аудитории антигуманных ценностей, заставляющих людей смотреть на реальность (и на человеческие отношения внутри этой реальности) в искажённом виде. Всё характерно как раз для современного искусства, которое в погоне за рейтингом чаще всего пытается дать людям не то, что им по-настоящему необходимо, а только то, что эти люди хотят в данный момент. Показательна полемика между А.С. Кончаловским и К.Э. Разлоговым, когда Кончаловский говорит: «Чувства человека за последние 10 тысяч лет не изменились. И эстетический идеал у нормального человека остается прежним - он плачет, смеется или пугается. Ужас, сострадание и смех - больше ничего нет», на что тут же получает язвительный и потрясающе точный ответ Разлогова: «Идеальная формулировка массовой культуры!» [5].

Из-за расплывчатости и многогранности термина «развлекательное телевидение» ему трудно дать определение. Поскольку развлекательное телевидение часто противопоставляют общественно-политическому, мы бы могли начать с того, что развлечение – это та часть программной сетки, в которой исключается всё идеологизированное, всё так или иначе относящееся к актуальной политике или идеологии. Однако подобная точка зрения была бы радикальной, потому что телевидение в любом случае не способно существовать вне социума.

Развлечение несёт в себе идеологию – образа жизни, моделей проведения досуга, восприятия реальности и т.д. Поэтому, развлечение включает в себя политику. Развлечение – это, прежде всего, эмоции, это отношения между людьми, это эмоциональная оценка действительности. Причём, в отличие от аналитики, эта оценка не направлена на реализацию каких-то политических аспектов, развлекательное телевидение – это телевидение, как правило, отказывающееся от решения социально-политических, экономических, идеологических и прочих задач через анализ причин их возникновения и путей раз-

вития. Сейчас многие люди под развлечением понимают «легкое» и интересное времяпрепровождение, с целью увеселения, не всегда содержательное, иногда бесцельное, но почти всегда приносящее удовольствие и наслаждение, а по-сему развлекательное телевидение принято считать приятным, но пустым довеском к остальному телевидению. При этом мало кто принимает во внимание, что каждый из развлекательных проектов несёт в себе важнейшую смысловую составляющую. Ток-шоу и юмористические передачи при кажущейся легкомысленности учат моделям приемлемого и неприемлемого социального поведения, тому, что одобряется обществом и тому, что обществом осуждается. Викторины и телеигры воспитывают лидерские качества, прагматизм, учат соревновательности. Реалити-шоу учат строить отношения в социуме и максимально трезво оценивать окружающую действительность. Естественно, речь в данном случае идёт о теоретической стороне дела, имеется в виду то, какими должны быть передачи, а не о том подобии, которое мы имеем на казахстанском телевидении. О. Ермолаева, директор «Медиакомитета»: «У нас это, как-то не связано ни с каким содержательным моментом, хотя развлечение, это в том числе и получение эстетического удовольствия и наслаждения от произведения искусства» [6]. Слова Ермолаевой имеют право на существование потому, что сегодня под развлекательным телевидением понимают, как правило, а) то, что «смешно», б) то, что в подавляющем большинстве случаев рассчитано на зрителя с невысоким культурным уровнем, в) то, что скандально, эксплуатирует тёмные стороны человеческого сознания, апеллирует к инстинктам, г) то, что не несёт в себе особой смысловой нагрузки.

Главной особенностью развлекательных передач является ориентация их на выполнение узкого круга специфических функций, в связи с чем, мы выделяем развлекательные программы в отдельную группу. Передачу можно назвать развлекательной, если она удовлетворяет следующие зрительские потребности:

- получение удовольствия, позитивных эмоций;
- снятие напряжения (рекреация и релаксация), редукция тревоги;
- уход от реальности (эскапизм);

- азарт;
- эмоциональное осмысление комического (юмор).

Каждая из телевизионных передач индивидуальна по набору функций, отличающих её от других, выделяющих её на фоне остальных групп программ. Каждая передача выполняет поставленную перед ней определенную задачу. Например, сегодня вряд ли кто-то всерьёз задумывается о том, насколько важным элементом социального регулирования и, тем более, социальной интеграции могут стать развлекательные передачи. А ведь каждая из них в умелых руках способна сделать больше, чем иная научно-популярная программа. Любое ток-шоу, как мы выяснили выше – это, прежде всего, воспитание и психологическая помощь. Реалити-шоу – обучающая программа, позволяющая безошибочно выбирать модель поведения. То же самое можно сказать и о викторинах. С одной стороны это развлекательные передачи, воспитывающие в зрителях меркантильность и эгоизм. С другой стороны, это передачи познавательные и обучающие. Развлекательные передачи могут приобретать характер яда, употребление которого в больших дозах, может привести к необратимым последствиям. Конечно, воспитание с помощью развлекательных программ – это громкие слова. Развлекательные программы должны оттенять воспитание, служить фоном, лакмусовой бумажкой, позволяющей точнее определить грани реальности и место в нём индивида. Тем не менее, телевизионное развлечение способно стать обучением.

Поэтому массовое распространение искусства всегда вызывает споры, а распространение развлечения как составной его части – тем более. Профанация развлечения сводит на «нет» и культурно-просветительскую, и интегративную, и образовательную функции телевидения. Но при всём своём негативе, развлечение выполняет важные функции – психологическую и социальную, а рекреация, и, прежде всего, рекреация интеллектуальная, – необходимый компонент жизни любого человека. И, тем не менее, позиция исследователей относительно роли развлекательных программ в самообразовании зрителя остаётся неизменной. В 1978 г. В.М. Вильчек в «Искусстве и аудитории» написал: «Не беда, если человек идёт на пустую комедию или сентиментальную сказку про Золушку с бензоко-

лонки...из побуждений чисто рекреационных (мы ведь не требуем откровений о бытии от фигурного катания или футбола). Но беда, если инфантильные переживания становятся сокровенным содержанием духовной жизни взрослого человека, беда, если развлекательным зрелищем исчерпываются интересы человека в искусстве, а драматизированная реклама принимается за жизненный идеал» [7]. Пройдёт почти пятнадцать лет, и в 2001 г. С. Муратов продолжит эту мысль для новой телевизионной эпохи в книге «ТВ – эволюция нетерпимости»: «Массовые коммуникации должны обслуживать массовые вкусы аудитории. Заполняя эфир передачами на уровне комиксов, мы лишь усугубляем инфантилизм аудитории» [8].

### Conclusions

Проанализировав всё вышесказанное, становится понятно, насколько сложным и неоднозначным представляется нам определение термина «развлекательная программа». Начнём с самого начала: развлечение – это то, что не заставляет человека нервничать, переживать, бояться, волноваться. В таком случае к развлечению нельзя отнести ни викторины, ни ток-шоу, ни реалити – во всех передачах подобного рода волнение, искренние переживания играют одну из первостепенных ролей. Определяющим признаком телевизионного развлечения можно

считать юмор. Но реалити – это не всегда юмор, как не всегда в развлекательных ток-шоу есть юмор. Викторину и реалити-шоу объединяет азарт. Таким образом, передачу нельзя назвать развлекательной, исходя из одного из вышесказанных признаков. При изучении человека информационного общества психологами был отмечен «феномен пассивного удовольствия». То есть современный зритель, включая телевизор, на уровне подсознания автоматически настраивается на получение удовольствия. При этом только лишь рекреацией развлечение не ограничивается: если бы всё было так просто, человеку было бы достаточно любоваться, например, японскими каменными садами. Или просто смотреть на цветы. Но человеку этого мало. Ему требуется развлечение в комплексе, куда войдут и рекреация, и наслаждение, и азарт, и веселье, и отчасти поиски смысла. Нельзя свести развлечение только лишь к биологической функции, удовлетворяющей какие-то человеческие потребности.

Учитывая все признаки в комплексе, можно прийти к выводу, что развлекательные телепрограммы – это те программы, которые без специальной подготовки позволяют любому зрителю снять напряжение, получить удовольствие, позволяют ему отдохнуть, осмыслить происходящее вокруг него.

### Литература:

- 1 Вартанова Е. Л. СМИ России как индустрия развлечения /<http://www.mediascope.ru/taxonomy/term/250>
- 2 [http://www.philol.msu.ru/~forlit/Pages/Biblioteka\\_Benjamin.htm](http://www.philol.msu.ru/~forlit/Pages/Biblioteka_Benjamin.htm)
- 3 Акинфиев С. Н. Развлекательное телевидение: определение, классификация, жанры: автореферат дис. Кандидата филол. наук / С. Н. Акинфиев // Вестник московского университета. Серия 10. Журналистика. №6 – М.: Изд-во МГУ, 2008. – с. 17.
- 4 Западное телевидение и «Массовая культура» /Р.И. Галушко.- Москва: Изд-во МГУ, 1991.-238 с.
- 6 Процесс глобализации и проникновение западных СМИ на информационный рынок России.<http://www.mediascope.ru/node/675#7#7>.
- 7 <http://media-start.info/stati>
- 8 Вильчек В. М. «Искусство и аудитория», М 1978//Искусство №10
- 9 Муратов С. А ТВ – эволюция нетерпимости: (История и конфликты этических представлений). М., 2000. – 241 С.

### References:

- 1 Vartanova E. L. SMI Rosii kak industriya razvlechenii /<http://www.mediascope.ru/taxonomy/term/250>.
- 2 [http://www.philol.msu.ru/~forlit/Pages/Biblioteka\\_Benjamin.htm](http://www.philol.msu.ru/~forlit/Pages/Biblioteka_Benjamin.htm)
- 3 Akinfiyev S. N. Razvlekatelnoe televidenie: opredelenie, klassifikatsiya, janry: avtoreferat dis. Kandidata filol. nauk/ S. N. Akinfiyev// Vestnik Moskovskogo Universiteta. Seria 10. Jurnalistica. №6 – М.: Изд-во МГУ, 2008. – с. 17.
- 4 Zapadnoe televidenie i «Massovaya kultura»/R.I. Galushko.-Moskva: Izd-vo MGU, 1991.-238 S.
- 6 Process globalizatsii i proniknovenie zapadnyh SMI na informacionny rynek Rossii.– <http://www.mediascope.ru/node/675#7#7>.
- 7 <http://media-start.info/stati>
- 8 Vilchek V. M. «Iskusstvo i auditoriya», M 1978//Iskusstvo №10
- 9 Muratov S.A TV- evolucia neterpimosti: (Istoriya i konflikty eticheskikh predstavlenii). M. B.i., 2000. – 241 S.