



АКТУАЛИЗАЦИЯ ТРАДИЦИОННЫХ ЦЕННОСТЕЙ И ПОВЫШЕНИЕ ХУДОЖЕСТВЕННОГО КАЧЕСТВА ШОУ-ПРОГРАММ РОССИЙСКОГО ТЕЛЕВИДЕНИЯ

УДК 7.067

<http://doi.org/10.24412/1997-0803-2024-5121-35-41>**В. А. Божбин**

Московский государственный институт культуры,
Химки, Московская область, Российская Федерация,
e-mail: bogbin@mail.ru

Аннотация. Статья представляет собой исследование трансформаций культурного контента телевизионных шоу-программ с целью более эффективной реализации на практике целей и задач российской государственной культурной политики для преодоления социально-мировоззренческого кризиса постмодернистской эпохи. Придание массовой культуре ценностно-духовного ядра и обеспечение высокого художественного уровня способно вывести ее из состояния демонстрации признаков престижности и встроенности в «социальную обойму». Массовая культура может служить гармонизации психической жизни людей, обеспечивать развитие духовных качеств личности и осмысленное существование, наполненное социально-конструктивной деятельностью. Теоретические выводы подкрепляются исследованием ценностных установок и предпочтений в области экранной культуры молодежной среды. Проводится анализ контента шоу-программ на отечественном телевидении, результаты которого показывают недостаточность и неполноту системы мер, предпринятых на данный момент для повышения их качества. В статье отмечается необходимость усовершенствовать телевизионные шоу-программы с помощью внедрения музыкальных композиций из экранизаций литературных произведений, историко-биографических фильмов. С целью формирования более высокого уровня культурно-досуговых предпочтений россиян и продвижения духовных ценностей шоу-программы могут создаваться на основе сценариев, посвященных науке, истории искусства и культуры как базиса для достижения целей современной российской культурной политики.

Ключевые слова: художественная культура, массовая культура, молодежная аудитория, культурная политика, традиционные ценности, российское телевидение, телевизионный контент, шоу-программы.

Для цитирования: Божбин В. А. Актуализация традиционных ценностей и повышение художественного качества шоу-программ российского телевидения // Вестник Московского государственного университета культуры и искусств. 2024. №5 (121). С. 35–41. <http://doi.org/10.24412/1997-0803-2024-5121-35-41>

ACTUALIZATION OF TRADITIONAL VALUES AND IMPROVEMENT OF THE ARTISTIC QUALITY OF RUSSIAN TELEVISION SHOWS

БОЖБИН ВЛАДИМИР АНАТОЛЬЕВИЧ – прикрепленное лицо кафедры культурологии Московского государственного института культуры

BOZBIN VLADIMIR ANATOLIEVICH – attached person, Department of Cultural Studies, Moscow State Institute of Culture

© Божбин В. А., 2024



Vladimir A. Bozbin

Moscow State Institute of Culture,
Khimki, Moscow region, Russian Federation,
e-mail: bogbin@mail.ru

Abstract. The article is a study of the transformations of the cultural content of television show programs in order to more effectively implement the goals and objectives of the Russian state cultural policy in practice in order to overcome the socio-ideological crisis of the postmodern era. Giving mass culture a value-spiritual core and ensuring a high artistic level can bring it out of the state of demonstrating signs of prestige and embeddedness in the "social cage". Mass culture can serve to harmonize the mental life of people and ensure the development of spiritual qualities of personality and a meaningful existence filled with socially constructive activities. The theoretical conclusions are supported by the study of value attitudes and preferences in the field of screen culture of the youth environment. The analysis of the content of show programs on domestic television is carried out, the results of which show the insufficiency and incompleteness of the system of measures taken at the moment to improve their quality. The article notes the need to improve television show programs by introducing musical compositions from film adaptations of literary works, historical and biographical films. In order to form a higher level of cultural and leisure preferences of Russians and promote spiritual values, show programs can be created on the basis of scenarios devoted to science, the history of art and culture as a basis for achieving the goals of modern Russian cultural policy.

Keywords: art culture, mass culture, youth audience, cultural policy, traditional values, Russian television, television content, show programs.

For citation: Bozbin V. A. Actualization of traditional values and improvement of the artistic quality of Russian television shows. *The Bulletin of Moscow State University of Culture and Arts (Vestnik MGUKI)*. 2024, no. 5 (121), pp. 35–41. (In Russ.). <http://doi.org/10.24412/1997-0803-2024-5121-35-41>

Исследование современных тенденций становления художественной культуры России находится на пике актуальности в связи с необходимостью поиска собственного вектора развития общества и создания культурного климата, благоприятствующего национальному подъему в терпящем системный кризис постмодернистском мире. В связи с этим представляется обоснованным рассмотреть состояние телевизионного контента, поскольку в современном информационном мире культура экранного искусства играет решающую роль в формировании выразительных средств и содержания художественного диалога [12, с. 4]. Исследование художественных процессов на примере телевизионных программ представляет практическую значимость для продуктивной реализации приоритетных направлений культурной политики России.

Российская культура не является исключением и представляет собой «лоскутное одеяло», состоящее из пестрого множества

субкультур, при этом как сами субкультурные явления, так и социум абсолютно гетерогенны [5, с. 21]. Кризисное состояние, отчасти вызванное бесконтрольным культурным консюмеризмом, также является неизбежным в эпоху постмодерна. Последние десятилетия западная культурфилософская мысль придерживалась самых различных оценок и позиций по отношению к массовой культуре, в том числе полагая, что неограниченная свобода массовой культуры сможет преобразоваться в эффективное средство гармонизации психологической жизни людей [2, с. 31]. В странах Запада нарастают деструктивные явления, связанные с политикой политкорректности: постоянные «шуттинги», низкая рождаемость в среде коренного населения в связи с разрушением на законодательном уровне института семьи, маргинализация массового сознания, правовой нигилизм. Эскапизм, ставший глобальной проблемой развитых стран, уводит все дальше от общепринятых норм, и речь идет даже не о национальных



культурных нормах, а об основанных на естественных потребностях человека общественных институтах, берущих свое начало еще в древнем мире, а именно: семья и рождение детей, преемственность поколений, забота о стариках, защита отечества.

В конце января – начале февраля 2024 года СМИ опубликовали короткие видео с первыми обладателями компьютера в виде очков «Apple Vision Pro», которые позволяют постоянно находиться в дополненной цифровым интерфейсом реальности: зрители наблюдали идущего будто в состоянии обсессивно-компульсивного расстройства человека, производящего жесты, напоминающие активное пользование большим сенсорным экраном, при этом он не следил за дорогой и, казалось, мог в любой момент споткнуться, удариться о препятствие или попасть под машину. Сообщалось также, что вся первая партия новинки корпорации «Apple» была раскуплена за один день. Таким образом, вместо преобразующей функции мы видим процесс свертывания разнообразия проявлений массовой культуры до культуры одного человека, а расчеловеченная, наполненная фальсифицированными смыслами реальность толкает индивида на побег в более комфортную виртуальную среду.

Интересны в этой связи теоретические наработки доцента философского факультета Государственного академического университета гуманитарных наук О. Н. Гурова. Ученый полагает, что посредством подобных технических средств корпорации утверждают свое влияние на все сферы общественной жизни, но их мотивации далеки от стремления найти основания совершенствования человеческого бытия, поскольку перспективы развития таких технологий ведут не просто к все более сложному возврату людей к реальной жизни, а к редуцированию природы человека: ведь в виртуальном мире нет необходимости в эмоциональных привязанностях, сопереживании и ответственности [3, с. 25–26].

Российские исследователи массовой культуры А. Я. Флиер, И. М. Быховская, А. В. Ко-

стина, Е. Н. Шапинская, Н. Б. Маньковская, В. В. Зверева, Э. А. Орлова, В. М. Дианова и другие пришли к пониманию того, что цели и ценности, которыми руководствуется автор культурного текста, гораздо важнее его семантических элементов, и что от уровня конструктивности целей и ценностей зависит форма влияния этого текста на реципиента. Неслучайно А. Я. Флиер указывал на то, что западная школа культурологии исследует не достижения культурных явлений, а переживания занятых в их продуцировании людей, таким образом, сводя культурные артефакты к инструменту выражения субъективных рефлексий отдельного индивида [10, с. 6]. Будучи приверженцем социологии культуры, Флиер определял главную функцию культуры как «...стимулирование и обеспечение социального характера человеческого бытия» [11, с. 91].

В данном контексте возникла новая идея о синтезе традиционных ценностей и инструментария массовой культуры. Массовая культура – явление сложное, она обладает самобытными продуктивными свойствами: разнообразием ярких выразительных средств, адаптивностью к элементам других культурных пластов (элитарная культура, фольклорная культура), сочетанием гедонистического и просветительского начал, доступностью текста. Придание массовой культуре единого ценностно-духовного ядра, соотносящегося с природой человека, с его естественными потребностями, способно вывести ее из уровня «поставщика» атрибутов для демонстрации признаков ложной успешности и встроенности в псевдо-престижную «социальную обойму» на уровень того самого механизма, который способен стать новым источником гармонизации психической жизни людей как результата возврата к осмысленному реальному существованию, наполненному социально-конструктивной деятельностью.

Начало целенаправленного движения в сторону осуществления на практике концепции сохранения и популяризации традиционных ценностей посредством обновления

культурной политики, а значит, и политики в отношении масскульта, можно условно определить с момента опубликования Указа Президента РФ от 24.12.2014 № 808 «Об утверждении Основ государственной культурной политики». В статье VIII под названием «Ожидаемые результаты» среди перечня привычных, общеприменимых тезисов о повышении культурного потенциала общества в целом и сохранения народа РФ выделяются следующие инновационные положения: повышение социального статуса семьи и укрепление основополагающей роли традиционных семейных ценностей; обеспечение роста числа молодых людей, желающих жить и работать в России; знание истории РФ и русского языка, интегрированность в родную культуру; качественное повышение уровня культурно-досуговых предпочтений россиян, особенно в отношении медиа-продукта; сохранение самобытности российской культуры [7].

Массовая культура России начала XXI века представляет собой во многом хаотичную совокупность субкультур, большинство из которых детерминированы «американизмами», т. е. эстетическими и мировоззренческими образцами, рожденными в США и распространенными на многие страны мира. При этом основными «агентами» современного художественного процесса естественным образом стали электронные СМИ и ТВ, на основе коммерческого расчета самостоятельно определяющие культурную политику, зачастую противоречащую национальным интересам РФ [10, с. 9]. Для современного художественного процесса, без преувеличения, «медиа – это уже не инструментальная среда, а средоточие ее фундаментальных смыслов и корреляций» [1, с. 3], поэтому абсолютно согласующимся с реалиями текущей эпохи представляется факт закрепления в Стратегии национальной безопасности Российской Федерации до 2020 г. (от 13 мая 2009 г.) следующей оценки статуса и роли массовой культуры: продукция масскульта, направленная на удовлетворение потребностей маргиналов, а также на формирование

протестно-деструктивного отношения к объектам культуры традиционной, представляет собой главную угрозу национальной безопасности. Законодатель подчеркивает, что задача обеспечения культурного суверенитета, а значит, культурной безопасности России, напрямую связана с недопущением засилья масскульта указанного уровня в СМИ и прочих общественных пространствах [9].

Молодежь – стратегический ресурс общества, качества которого чрезвычайно важны, так как на нее возлагается функция обеспечения непрерывности возобновления социального устройства. Находясь в процессе становления, обретения базовых и иерархически последующих социальных ролей, молодежь осваивает культурные нормы и ценности, а также экспансивно реагирует на общественно мотивирующие факторы. Анализ поведенческих реакций молодежной аудитории как воспринимающего субъекта представляется наиболее актуальным и значимым для культурной практики.

Подавляющее большинство молодежи считает основными ценностями триаду: материальное благополучие – семья – жизнь в удовольствие; всех без исключения интересует будущее России. Большинство молодых людей не смотрят ТВ трансляции, а те немногие, кто иногда включает телевизор, предпочитают сериалы и шоу-программы. Повышение культурного уровня телевизионных шоу-программ могло бы стать отправной точкой в развитии вкусов и потребностей молодежной аудитории в целом, что естественным образом привело бы к возрастанию интереса к научно-просветительскому контенту. Последнее может повысить интерес к телевидению как таковому и в итоге позволит более эффективно использовать этот ресурс. Технически это можно осуществить с помощью внедрения в музыкальные телевизионные шоу песен, например, из экранизаций различных литературных произведений или историко-биографических фильмов (вместо хитов западной популярной музыки). Конструктивно создание шоу на основе сце-



нариев, посвященных науке, истории искусства, а также использование различных ярких эклектичных проектов, например, исполнение фольклорной музыки в современных музыкальных стилях.

Интернет конкурирует с телевидением, но и в Интернете не смотрят просветительские программы и программы о культуре, большая часть молодежи интересуется шоу-программами. Обнадеживающим является тот факт, что молодежь не считает нейросети равноценной заменой языковой грамотности и развитости, а знание родной истории и вообще признается важной частью формирования личности. Это свидетельствует о способности молодого поколения противостоять натиску агрессивной пропаганды IT-корпораций, стремящихся наживать состояния на торговле дешевыми заменителями истинного мышления.

Теперь обратимся к анализу текущего состояния телевидения и интернет-контента. На данный момент два указанных наиважнейших СМИ далеки от удовлетворения запроса аудитории и от реализации положений Указа Президента «Об утверждении Основ государственной культурной политики». С момента основания в 1997 году канала «Культура» многие общественные деятели, представители творческой интеллигенции указывали на то, что принудительное определение культурных и просветительских программ в «гетто» тематического канала не способствует популяризации элитарной культуры, «мидкульту» и науки. Это создает целый ряд негативных последствий: деятели прочих культурных областей могут сослаться на то, что у «высокой» культуры есть собственный федеральный канал, и поэтому они не обязаны осуществлять ее дополнительную поддержку; формат телеканала сковывает творческую свободу и делает его консервативным и ригидным, не давая создавать по-настоящему яркие, экспериментальные шоу-программы. Как следствие, просмотр телеканала воспринимается в молодежной среде отсталостью и приверженностью устаревшей моде.

За рамками телеканала «Культура» существует только одна культурологическая передача – «Кино в деталях» (СТС), которая идет в 1 час ночи по понедельникам. Если понедельник выпадает на праздничный день, то «Кино в деталях» переносится на первый рабочий день недели. Научные программы доступны только на цифровом платном канале «Наука», владельцем которого является АО «Цифровое телевидение», учрежденное ВГТРК. Что касается культурных программ более легкого музыкального развлекательного характера, то они представлены на российском телевидении несколькими шоу – «Песни» и «Фабрика звезд» («ТНТ»), где в основном заняты копированием или перепевом песен западных направлений: рэп, соул, хип-хоп, R&B и т. п. (чаще всего на английском языке), «Утренняя почта» («Россия – 1»), где транслируют образцы примитивной массовой культуры, и «Играй, гармонь любимая!» («Первый канал») – фольклорная программа, которая выходит по воскресеньям в 06:55 утра.

По данным интернет-издания «Ведомости. Город», самыми рейтинговыми интернет-шоу в 2023 году стали «Экстрасенсы. Битва сильнейших» (мистическое шоу), «Мужское/Женское» (шоу о семейных проблемах), «Новые звезды в Африке» (реалити-шоу о выживании), «Шоу Воли» (вечернее авторское шоу), «Выжить в Дубае» (реалити-шоу о выживании).

Наиболее популярными интернет-каналами являются «Стас ай, как просто!» (блогер, научная и общественная тематики), кулинарное шоу «Debauchery Food», «Саня во Флориде» (блогер, шоу о жизни российского эмигранта в США), «Rutube. Лучшее» (разноплановые эмоциональные видео) и документальный «Алгоритм» (аналитические материалы и разговоры на различные общественно-культурные и научные темы) [8].

Рейтинг также свидетельствует о потенциале молодежи в восприятии социологической, научной, семейной проблематики. При наличии программ, направленных на активизацию сознания человека с помощью более сложных приемов художественного диалога,

зритель предпочел бы их [6, с. 82]. Поэтому выход отечественной культуры из кризиса постмодернизма может быть активизирован и завершен, если устранить это препятствие. Указ «Об утверждении Основ государственной культурной политики» создан при помощи изучения общественного мнения. Однако в то же время наблюдается недостаток образования молодежи (еще раз подчеркну, что образование не является темой статьи, однако без него невозможен культурный подъем), к устранению которого не предпринимается усилий. Продюсеры, владельцы медиахолдингов и т. д. скованы меркантильными интересами, и требуется государственная воля, чтобы переломить эту тенденцию.

Первостепенные меры развития молодежи в указанном направлении могут выглядеть следующим образом:

- вывод программ о культуре из «гетто» единственного телеканала;
- создание музыкальных шоу и/или шоу с элементами фольклора;
- создание фильмов и сериалов на основе научных, научно-фантастических сюжетов;

- активное привлечение фольклорных коллективов для участия в фестивалях и праздниках, популярных у молодежи;
- включение в программы фестивалей и праздников просветительских мероприятий;
- повышение уровня телевизионных шоу с помощью жанрового разнообразия;
- разработка клубных вечеров на основе научных и фольклорных тематик.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что молодые люди в целом патриотично настроены и ценят родную культуру и язык, а значит вектор развития культурной политики, означенный в Указе, соответствует запросам российского общества. И поскольку на российском телевидении и в интернете по популярности лидируют шоу-программы, необходимо активнее использовать их для реализации положений Указа «Об утверждении основ государственной культурной политики», в том числе – для формирования всестороннего развития личности.

Список литературы

1. Борисов О. С., Леонов В. Е., Щербаков В. П. Медиакультура: технология, практика, рефлексия: монография / под общ. ред. В. Е. Леонова. Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский гос. институт кино и телевидения, 2016. 180 с.
2. Гириц К. Искусство как культурная система // Социологическое обозрение. 2010. Т. 9. № 2. С. 31–54.
3. Гуров О. Н. Метавселенная – из сумерек во тьму перелетая? // Наука телевидения. 2022. 18 (1). С. 11–46.
4. Деменёв Д. Н. О логике художественного процесса // Философия и культура. 2017. № 12. С. 72–82.
5. Ильин А. Н. Массовая культура современной России как совокупность субкультур // Среднерусский вестник общественных наук. 2009. № 1 (10). С. 21–26.
6. Мицкая А. А. Художественный диалог в системе мозаичной культуры // Вестник Сибирского государственного университета путей сообщения. 2013. Выпуск 29. С. 82–86.
7. Об утверждении Основ государственной культурной политики: указ Президента РФ от 24.12.2014 № 808 (с изм. и доп.). Доступ из справ. – правовой системы «КонсультантПлюс». [Электронный ресурс]. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_172706/794f61e017718ffdc01e7af2e023edc189680f5f/
8. Стратегия национальной безопасности Российской Федерации до 2020 года. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.kremlin.ru/supplement/424>



9. Тонконогов А. В. Массовая культура как фактор формирования духовного пространства современной России // Социально-гуманитарные знания. 2010 № 5. С. 27–37.
10. Флиер А. Я. Науки о культуре после постмодернизма: постфутурология // Обсерватория культуры. 2012. № 2. С. 4–11.
11. Флиер А. Я. Культурные индустрии в истории и современности: типы и технологии // Личность. Культура. Общество. 2013. Том XV. Выпуск 1. № 77. С. 88–103.
12. Электронная культура и экранные формы творчества / Под ред. К. Э. Разлогова. Москва: РИК, 2006. 382 с.
13. Rutube назвал самые популярные шоу в 2023 году // Ведомости. Город. 27.12.2023. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.vedomosti.ru/gorod/ourcity/articles/rutube-nazval-samie-populyarnie-shou-v-2023-godu?ysclid=ltenvvpj3j790469555>

*

Поступила в редакцию 01.07.2024