

Телевидение как религия

Научный руководитель – Третьяков Виталий Товиевич

Михайлусь Виктория Александровна

Студент (бакалавр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Высшая школа телевидения (факультет), Кафедра журналистики и телевидения, Москва, Россия
E-mail: va.mikh02@gmail.com

«Бог всегда с нами», - гласит один из религиозных догматов. Если в рассуждении опираться на данное положение, то одним из равных ему в этом в сегодняшнем мире стало телевидение, ибо его иконы - экраны расположены всюду. Практически каждый человек современности по собственной воле или нет, но становится телеверующим, а, в свою очередь, всякий, кто устраивается на работу в телепроизводящие компании, становится одним из служителей этого культа. [1]

На мой взгляд, предложенной теме в настоящий момент уделено недостаточно внимания как со стороны исследователей, так и со стороны общества в целом (а она грандиозна и обширна!). Это побудило меня на её более детальный анализ, который хотелось бы начать с иллюстрации небольшого, но примечательного эксперимента, произведённого деканом Высшей школы телевидения МГУ, Третьяковым Виталием Товиевичем.

За основу им была взята статья «Религия» Фридриха Овсиенко из второго тома «Политической энциклопедии» [3]. Сделав сокращённый вариант статьи и внося в текст незначительные правки (например, заменив везде слово «религия» на «СМИ» или «медиа»), профессору удалось дать определение и описание феномену, именуемому медиарелигией. Так, СМИ «есть сфера духовной жизни индивида и общества и способ практически духовного освоения мира, специфическое отражение действительности, основывающееся на вере в существование сверхъестественного - медиареальности». В трактовке Фридриха Энгельса, [4] происходящее во внешней среде событие СМИ трансформирует общественности под тем углом, что диктует конъюнктура или бенефициар данного СМИ (государство, оппозиция, бизнес и т.п.), а по Э. Дюркгейму СМИ обладают способностью, в какой-то степени, навязывать аудитории своё понимание складывающихся взаимоотношений индивидуумов или субъектов на основе, в том числе, художественных образов. Здесь же мы встречаем трактовку функций и факторов понятия медиаверы. В завершении научный эксперимент показывает, что с появлением телевидения современные СМИ превратились в религиозные культ и институт.

Один из главных признаков религии - наличие объекта (одного или нескольких) поклонения. Исходя из этого, СМИ по праву можно считать языческой религией, ведь богов в этом случае целый медиапантеон! [1] Который ещё и имеет чёткую иерархичность и делится на четыре ранга, раскрываемые в моей работе: медиабог, медиаполубог, медиагерой и медиадемоны. Отвечая на вопрос «Кто есть Иисус Христос российского

телевидения начала XXI века?», Третьяков Виталий Товиевич в своей книге анализирует профессиональную телевизионную деятельность Андрея Малахова, выделяя на основе реального контента передач «Пусть говорят» четыре важнейших качества телеведущего: (1) всех понимает, (2) всех праведно судит, (3) всем даёт мудрые советы, (4) всем помогает и всё может. [1] Словом, является максимально могущественным и творит чудеса.

Но раз есть Бог, то должен быть и дьявол? - спросите Вы. Да, это так. Телевизионный дьявол должен быть противоположностью Бога (не благочинным), но всё-таки достаточно привлекающим внимание и зачастую вызывающим насмешку в силу своей пародийности.

Таковым является, к примеру, Ольга Бузова, анализу профессиональной деятельности которой я посчитала необходимым уделить особое внимание в своём научном исследовании. Итак, центральная часть моего доклада. . .

Анализ профессиональной деятельности и личностных качеств ведущей раскроем на основе оценки:

- характерных особенностей передачи, которую она ведёт
- форм взаимодействия телеведущей с участниками программ, большая часть которых ниже её по социальному статусу и материальному положению
- свойственных её телевизионному образу черт.

Выводом работы является то, что суть сводится не к Андрею Малахову или Ольге Бузовой (или любому другому телеведущему), а феномену медиакульты, самостоятельно порождающему и множащему кумиров.

Завершающей частью исследования станет: рассмотрение феноменов медиадогмата и медиасуеверий, плюрализма в рамках описания телевидения как медиаверы; её обширный сравнительный анализ с христианством и мой прогноз развития анализируемой ситуации в ближайшем будущем. Таким образом, произойдёт подведение слушателя к выводу: с появлением телевидения СМИ выделились как уникальный религиозный культ, захвативший сознание людей и ставший непримиримым конкурентом религии в инструментальном смысле. В ближайшем будущем медиавера станет обязательной, а любое отклонение от неё - наказуемым.

Данное исследование даёт почву для дальнейшего, более углубленного и обширного анализа телевидения как религии.

Источники и литература

- 1) Третьяков В. Т. Теория телевидения. ТВ как неоязычество и как карнавал. Курс лекций. - М. : Ладомир, 2015. - 664 с.
- 2) Третьяков В. Т. Как стать знаменитым журналистом. Курс лекций по теории и практике современной русской журналистики/Предисл. С. А. Маркова. - М. : Ладомир, 2004. - 623 с.
- 3) Семигин Г. Ю. Политическая энциклопедия. - М. : Мысль, 1999. - 751 с.
- 4) Энгельс Ф. Анти-Дюринг. Переворот в науке, произведённый господином Евгением Дюрингом. - М. : АСТ, 2020. - 480 с.