

Акимова Ирина Александровна

РОЛЬ ТЕЛЕВИДЕНИЯ В ЖИЗНИ ЧЕЛОВЕКА

Данная статья посвящена анализу телевидения как основного средства массовой информации, обладающего своей спецификой. Современное телевидение, задуманное как средство демократизации общества и возможности повышения его образовательного и культурного уровня, оказалось способным породить новую социокультурную "медийную" реальность. Телевидение обладает способностью незаметно влиять на восприятие человеком окружающей действительности и формировать установки и мнения о социальном мире.

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/3/2017/10-2/1.html

Источник

Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики

Тамбов: Грамота, 2017. № 10(84) : в 2-х ч. Ч. 2. С. 13-15. ISSN 1997-292X.

Адрес журнала: www.gramota.net/editions/3.html

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/3/2017/10-2/

© Издательство "Грамота"

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: www.gramota.net

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: hist@gramota.net

УДК 304.2

Философские науки

Данная статья посвящена анализу телевидения как основного средства массовой информации, обладающего своей спецификой. Современное телевидение, задуманное как средство демократизации общества и возможности повышения его образовательного и культурного уровня, оказалось способным порождать новую социокультурную «медийную» реальность. Телевидение обладает способностью незаметно влиять на восприятие человеком окружающей действительности и формировать установки и мнения о социальном мире.

Ключевые слова и фразы: массовая коммуникация; телевидение как коммуникация; телевидение и социализация; домашняя культура; медийная реальность; культивация убеждений.

Акимова Ирина Александровна, к. филос. н., доцент

Московский государственный технический университет имени Н. Э. Баумана

akira29@mail.ru

РОЛЬ ТЕЛЕВИДЕНИЯ В ЖИЗНИ ЧЕЛОВЕКА

Новый виток научно-технического прогресса способствовал расширению возможностей массовых коммуникаций, которые можно уподобить кровеносной системе современного общества. Массовая коммуникация, как паутина, накрывает современное общество. И параметры ее размещения способны определять алгоритм развития (или изменения) и самого общества, и человека, в нем существующего.

Внедрение новых информационных технологий в современном обществе вызывает широкий научный интерес к формированию общественных и личностных представлений о мире средствами массовой информации (СМИ).

Власть СМИ распространяется практически на все сферы общества в большей или меньшей степени. Наиболее ярко это проявляется в политической и социальной сферах, но и сфера духовной жизни и даже личная жизнь человека не остаются без внимания СМИ.

В этом процессе определяющие роли играют телевидение и Интернет. Несмотря на быстрое и широкое распространение Интернета, телевидение пока не потеряло своего значения как главного источника информации (так считают 52% населения России, по данным ВЦИОМ) [3]. Телевидение воспринимается как СМИ с высокой степенью ответственности, а интернет-ресурсы дают слишком мозаичную и противоречивую картину, вызывающую сомнение в ее достоверности.

С момента своего возникновения телевидение опирается на новейшие, еще недостаточно освоенные общественным сознанием технологии создания моделей новой реальности. Изобретенное как техническое средство для передачи информации на расстояние, телевидение должно было, по мнению изобретателей, демократизировать общество, расширять информационное пространство и предоставлять равный доступ к нему всех слоев населения. С большим энтузиазмом было встречено и внедрение цветного телевидения, что позволило значительно повысить эмоциональность восприятия зрителей. Люди не только получали информацию об окружающем мире, но попадали в так называемую «медиа-реальность».

По мере роста присутствия медиа как в обществе, так и в частной жизни индивида, восторженные отзывы о телевидении как позитивном инструменте социальных изменений (Р. Вильямс) [5, р. 85-86] сменились на более сдержанные высказывания (М. Маклюэн) [2]. Среди них появились и высказывания о негативной роли телевидения и для общества, и для человека.

Телевидение помогает человеку без труда войти в особую интеллектуальную и ценностную среду, свойственную сегодняшней эпохе и транслируемую на экране. Являясь авторитетным агентом социализации и обеспечивая существование человека в сложной и противоречивой урбанистической среде, телевидение дает огромному контингенту людей различного возраста и пола функционально пригодные механизмы представления о том, что правильно, а что неправильно в поведении, желаниях, стремлениях и др. Мы видим, что телевидение может влиять на формирование креативно мыслящей и активно действующей личности. Эта личность способна создать вокруг себя особую культурную среду, центром коммуникации которой становится индивидуальное место жительства.

Формируется особый тип домашней культуры, в которой человек, не сходя с места, чувствует себя связанным со всем миром через экран телевизора. Человеку достаточно аудиовизуальной информации, представляемой экраном телевизора, чтобы чувствовать себя компетентным участником мировых событий, знатоком в различных сферах жизни. Разница в культурном уровне может обуславливаться лишь выбором программ.

Именно то, что телевидение стало всегда доступной и привычной частью домашнего обихода, делает его достаточно опасным для людей, превращая их в пассивных зрителей и потребителей не всегда качественной информации. Распространяя определенный контент, телевидение формирует уровень эстетических вкусов, политических взглядов, нравственных норм и др. Человек не всегда может критически оценить увиденное. Вследствие этого он становится неспособным к образованию собственных суждений и полноценному участию в социальном дискурсе, публичном или частном.

Воспринимая телекартинку как отражение мира, человек легко переходит грань реального и виртуального, попадая в искусственный мир медиа-реальности.

И это обусловлено не только техническими возможностями телевидения, не только его способностью выражать социальные потребности, а тем, что оно является результатом определенного идеологического, политического и экономического выбора медийной элиты, медиакратии.

Обыкновенному человеку сущность и структура телевидения практически неизвестны. Все то, что отражается на экранах телевидения, отражается и в нашем сознании как реально существующие события, а то, что не фиксируется телекамерой, как бы не существует, если человек не является непосредственным свидетелем определенных событий. Первое входит в историю, второе может стать элементом памяти отдельного человека.

Создается такое ощущение, что если происходит какое-то событие, а телевидение остается безучастным, то нет уверенности, произошло ли это событие вообще.

Телевизионная реальность оказывается для людей единственной, где они привыкли существовать. Создавая мир «реальной самой реальности», телевидение из творца событий и имиджей стремится стать единственным инструментом его познания. И познание этого мира должно идти по медийным законам. Телевизионная трансформация реальности имеет свою логику развития и пространственно-временные характеристики. Во-первых, телевидение может привлекать внимание к таким событиям, которые лежат вне зоны нашего персонального внимания. Во-вторых, телевидение, глубоко проникая в действительность, стремится ее изменить и представить зрителям как единственно реальную.

В этой новой реальности телевидение является своеобразным устройством переключения энергии человека из одного состояния в другое, т.е. своеобразным механизмом сублимации. Проявляется это в сопереживании событий, отображаемых в сюжетах, представленных на «голубых экранах». Посредством телевидения индивид находит необходимый психологический баланс. Экранная «красивая жизнь» дает возможность обывателю выйти за пределы своей тяжелой, горестной, тревожной жизни. А сюжеты расправы, мести, справедливого воздаяния и экстремальные новости (катастрофы, бедствия и т.д.) используются для выплеска накопившихся негативных эмоций: раздражений, боли, досады и т.п. Таким образом, телевидение радикальным образом преобразует саму среду, в которой живет и общается современный человек, подменяя реальность виртуальностью.

Телевидение – это наиболее мощный источник разделяемых всеми образов и сообщений. Это основное течение в общей символической среде, в которой все мы проживаем нашу жизнь. Культивация убеждений – это процесс формирования мнений и установок у зрителей. Телевизионная информация и декларируемые ценности стали центральной «инстанцией» социализации в современном обществе. При этом надо отметить, что телевидение влияет не только на разделяемые всеми образы, но и эмоции.

Приобретение знаний с помощью телевидения – классическая тема социокультурных и социопсихологических исследований его влияния на личность. С помощью телевидения человек может узнавать не только данные, факты, информацию, телевидение может формировать установки и мнения о социальном мире.

Формирование установок и мнений о социальном мире – это центральная идея «культивации убеждений», которая была разработана группой американских исследователей СМИ под руководством Георга Гербнера [4, р. 162]. Главная идея состоит в том, что телевидение – это основной социальный институт современного общества. Влияние телевидения состоит не столько в передаче специфических установок и мнений, сколько в их культивации. Просмотр телепередач дает зрителю знания, которые он затем (ошибочно) считает правильными для реальных повседневных ситуаций [1, с. 17-40].

Современное телевидение способно активизировать мифологическое мышление людей, опираясь на то, что мифологический тип сознания – это не рудимент прошлого, а реально существующий тип. Телевидение представляет собой особого посредника между мифотворцами и потребителями мифов, а также «фабрику» по их производству. Мифотворцами сегодня являются производители современных культурных текстов, смыслов и артефактов. В современной массовой культуре миф становится частью культуры повседневности и не несет в себе сакрального смысла. Идет манипуляция со зрительными и аудио образами, которые достаточно легко переносятся на язык современного телевидения. В этом процессе особую роль приобретают технологии психологического манипулирования сознанием. Телевидение невозможно отменить, следовательно, необходимо выработать определенные «фильтры защиты» от психологической деструкции некоторых телевизионных программ.

Несмотря на то, что в настоящее время Интернет становится более популярным средством коммуникации, чем телевидение, нельзя говорить о скором исчезновении последнего. Телевидение развивается и технически, и содержательно, и эстетически. Множится число телеканалов, представляющих разные форматы трансляции и дающих возможность зрителям узнать различные точки зрения, оценки и позиции в том или ином вопросе. Современное телевидение уже достаточно близко подошло к интерактивному вещанию, что дает человеку более широкий доступ к культурно-информационному пространству, представленному множеством «видеоокон», одновременно выведенных на экран монитора и отражающих возможное многообразие мира. Человеку надо лишь выбрать, что он будет смотреть/слушать, исходя из своих потребностей на данный момент. Это, безусловно, творческий выбор, который приводит к тому, что из мозаики телевизионных картинок сложится персональная картина мира.

Но при всем многообразии технических инноваций в телевещании главными остаются все-таки проблемы влияния телевидения на формирование коммуникативно развитого и гармоничного социального человека. Не потакание низменным вкусам публики, а повышение качества содержания телепередач для воспитания и образования людей должно стать приоритетным в процессе создания телеконтента.

Список источников

1. **Винтерхофф-Шпурк П.** Медиapsихология. Основные принципы. 2-е изд-е, испр., перераб. и доп. / пер. с нем. А. В. Коченгина, О. А. Шипиловой. Харьков: Гуманитарный центр, 2016. 268 с.
2. **Вспоминая Маршалла Маклюэна** [Электронный ресурс]. URL: <http://www.mcluhan.ru/articles/vspominaya-marshalla-makluena/> (дата обращения: 21.07.2017).
3. **Интернет против телевидения: битва продолжается** [Электронный ресурс] // Всероссийский центр изучения общественного мнения. Пресс-выпуск № 3367 от 03.05.2017. URL: <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=116190> (дата обращения: 21.07.2017).
4. **Gerbner G., Gross L., Morgan M., Signorelli N.** Living with Television: The Dynamics of Cultivation Process // Perspectives on Media Effects / ed. by J. Bryant, D. Zillman. Hillsdale, N. J.: Erlbaum, 1986. P. 17-40.
5. **Willifms R.** Television. Technology and Cultural Form. Hannover – L., 1992. 234 p.

THE ROLE OF TELEVISION IN MAN'S LIFE

Akimova Irina Aleksandrovna, Ph. D. in Philosophy, Associate Professor
Bauman Moscow State Technical University
akira29@mail.ru

This article is devoted to the analysis of television as the main means of mass media having its own specificity. Modern television, conceived as a means of democratization of the society and the possibility of increasing its educational and cultural level, turned out to be able to generate new sociocultural “media” reality. Television is able to influence insensibly a person’s perception of the surrounding reality and to formulate attitudes and opinions about the social world.

Key words and phrases: mass communication; television as communication; television and socialization; domestic culture; media reality; cultivation of beliefs.

УДК 7.048; 72

Искусствоведение

В статье представлены структурно-семиотическое исследование растительных мотивов в Средней Азии и Татарстане, детерминация их появления в орнаментальных изображениях культур этих регионов. Выделены лежащие в основе функции защиты и культ плодородия. Интерпретируются народные представления о бессмертных садах мусульманского рая, фантастические и реальные растительные формы, окружающие обитателей оазисов. Сравниваются растительные культы и орнаменты горных и равнинных районов.

Ключевые слова и фразы: растительные мотивы; Татарстан; Средняя Азия; сузани; сюзане.

Байкова Екатерина Владимировна, д. культурологии, доцент
Саратовский государственный технический университет имени Гагарина Ю. А.
baykovaekaterina@yandex.ru

**РАСТИТЕЛЬНЫЕ МОТИВЫ В ДЕКОРАТИВНО-ПРИКЛАДНОМ ИСКУССТВЕ
СРЕДНЕЙ АЗИИ И ТАТАРСТАНА**

В визуальном искусстве признаки, выявляющие сущность предмета или изображения, во всех случаях имеют универсальный характер и могут быть применены как калька в любом художественном тексте зрительно воспринимаемых объектов. Именно такими информативно значимыми признаками обладает растительный орнамент, использовавшийся во всех видах искусства мусульманской культуры, занимая лидирующее место.

Орнамент в мусульманских странах имел особое место и особое значение почти единственно дозволенного изображения, преломлённого через геометрию рисунка, он сохранял живой образ окружающего мира.

В архитектуре этой цивилизации в ряде случаев использованы геоморфные образы, задействованные и как предмет поклонения, и как элемент декора или конструктивной системы.

Несмотря на сходство мотивов и общности идеи, существенно различается образная система этих культур, каждая из которых предполагает отражение скотоводческих и земледельческих культов. Разное географическое местоположение, климат и иное окружение цивилизаций наложили свой отпечаток. Строжайшая регламентация изображений всё же не исключает региональные особенности этих очень разных в сущности культур, объединённых в единую мусульманскую цивилизацию.

Крупнейший английский арабист Х. А. Р. Гибб дал определение термину «мусульманское искусство» – явление, раскрывающее универсальные стилеобразующие черты художественной культуры мусульман, в этом контексте он также отмечает специфику «исламского искусства», под которым он подразумевает художественную культуру в основном мусульманского средневековья на огромном пространстве от Индии до Испании. «Общность искусства мусульманского мира раскрывается как в пространстве, так и во времени, что обусловлено религиозно-философским мировоззрением, приверженностью эстетическому канону и идеалам