

Сетевой научный журнал «Мировые цивилизации» values <https://wcj.world>

2016, Том 1, №3 / 2016, Vol 1, No 3 <https://wcj.world/issues/vol1-no3.html>

URL статьи: <https://wcj.world/PDF/03MZ316.pdf>

Ссылка для цитирования этой статьи:

Матвеева И.П. Роль современного телевидения в формировании морально-нравственных ориентиров российского общества // Мировые цивилизации Том 1, №3 (2016) <https://wcj.world.ru/PDF/03MZ316.pdf> (доступ свободный).
Загл. с экрана. Яз. рус., англ.

УДК 31

Матвеева Инна Петровна

НАНО ВО «Институт мировых цивилизаций», Россия, Москва
Преподаватель кафедры «Экономической психологии и психологии труда»
Кандидат социологических наук
E-mail: matveeva.inuka@yandex.ru

Роль современного телевидения в формировании морально-нравственных ориентиров российского общества

Аннотация. В настоящей статье рассмотрена роль телевидения в формировании морально-нравственных ориентиров молодого поколения. Отмечено, что зачастую на телеэкране пропагандируются модели поведения, формирующие у подростков негативные представления и агрессивные образы. Проанализировано исследование сегментации телевизионной аудитории («NeedScope» компании TNS Gallup Media). На основе исследования выявлены характеристики аудитории ряда телеканалов. Сделан вывод о тенденциях возрождения духовности российского общества посредством современного телевидения.

Ключевые слова: СМИ; телевидение; морально-нравственное воспитание; сегменты телевизионной аудитории

Сегодня, в эпоху информационной глобализации особенно актуальными становятся вопросы, связанные с влиянием СМИ на процесс социализации и формирование жизненных позиций личности. В условиях интенсивного развития российского государства, инновационных внедрений в сферу массовых коммуникаций, стремительного нарастания информационных потоков и формирования единого информационного пространства СМИ являются основным средством трансляции паттернов массовой культуры и мощным фактором воздействия на картину мира.

Во многих странах мира, в том числе в России, идет стремительный процесс интеграции СМИ – печатных изданий, радио, интернет и телевидения, создается новая информационно-коммуникационная среда. Возникло новое поколение масс-медиа, отличительными чертами которых является мультимедийность, т. е. одновременное сочетание сразу нескольких средств передачи и воспроизведения информации (текст, графика, видео и аудио); во-вторых – это интерактивность, т. е. возможность обмениваться информацией и иметь к ней доступ в любое время суток, невзирая на расстояние.

Обладая колоссальными возможностями СМИ оказывают сильное влияние на сознание человека. Информация, освещаемая в СМИ, может стать как мощным агитатором морально-нравственных установок, так и стать губительным оружием, действие которого может создать атмосферу бездуховности и безнравственности, посеяв в массовом сознании негативное

отношение к культурному наследию; осуществлять манипулирование общественным сознанием с целью создания политической напряженности и хаоса; разжигать недоверие и дезинформировать население.

В силу доступности, разнообразия и обладания мощными способами информационного и эмоционального воздействия, СМИ занимают значимое место в формировании общественного мнения, ценностей, мотивов, привычек, настроений, традиций, знания, мировоззрения людей и особенно молодого поколения.

Отметим, что в условиях «социального хаоса», дезориентации, динамичных социальных процессов и изменении идеологии, произошедших в российском обществе на рубеже XXI века, изменились ценности, предпочтения и морально-нравственная составляющая населения.

Исследования ученых свидетельствуют, что население, особенно молодое поколение нашей страны, оказалось социально незащищенным и дезорганизованным в условиях информационного натиска западной культуры [4; с. 4].

Так, в период с конца 80-х годов выросло новое поколение россиян, значительно отличающееся от предыдущего в духовном отношении. Это отличие выражается не только в падении уровня культуры, образования, утрате стремления к духовному самосовершенствованию, ценности духовных идеалов, но и изменений интересов и ценностных ориентаций. Такая тенденция частично объясняется тем, что за последние два десятилетия в России снизилось воспитательное воздействие семьи, школы, детских учреждений, учебных заведений, институтов культуры и искусства и, как следствие, разрушилась система целенаправленного эстетического воспитания. Одну из лидирующих позиций заняло деструктивное воздействие средств массовой информации на фоне изменившихся духовных и социальных ценностей и ориентации молодежи. Как свидетельствуют многочисленные исследования, большая часть формирования эстетических взглядов молодежи приходится именно на долю СМИ, в большей степени – телевидения, в значительной мере – радио и Интернета. Зачастую пропагандируемые на телеэкране модели поведения характерны для западной культуры, чужды российскому менталитету и формируют у подростков негативные представления и агрессивные образы поведения, которые в последствие могут восприниматься как достойные и соответствующие социальным нормам и ценностям [4; с. 7].

По мнению психологов, телевидение является одним из побудителей социального насилия и девиантного поведения подростков, которые зачастую демонстрируются в передачах и фильмах и являются для молодого поколения наглядным примером, формируя их ценностные ориентации.

По данным проведенных исследований на отечественном телевидении в среднем каждые 15 минут транслируется сцены насилия и эротики. Наиболее высокие цифры подобных трансляций в вечерние и ночные часы [9; с. 19].

Выделяют основные виды негативных последствий интенсивного просмотра экранного насилия, выражающиеся у подростков снижением чувствительности к экранному изображению насилия и его проявлениям в жизни; формируется представление, что насилие – вполне приемлемое средство для решения конфликтов; искажение представлений о социальной реальности в соответствии с образами и картиной мира, предлагаемой телевидением. Среди последствий негативного влияния телевидения психологи отмечают агрессивность поведения; формирование сомнительных ценностей; снижение физической, интеллектуальной и социальной активности; неумение справляться с проблемами; усвоения норм асоциального поведения. По мнению современных исследователей, телевидение зачастую культивирует деструктивные гендерные стереотипы, уничтожающие понятия «семья», «брак», «любовь», «счастье». Активно ведется пропаганда «свободных отношений», что нивелирует

традиционные духовные ценности. Психологи, критики и исследователи новейших средств массовой коммуникации постоянно поднимают вопрос о пагубном (особенно для несовершеннолетних) влиянии агрессивного телевидения на психику человека и о его нравственной стороне [5].

Мотивы, побуждающие человека обращаться к просмотру телевизионных передач различны: получение информации, развлечение, компенсация одиночества, переживание событий, недоступных в жизни.

Как показывают исследования, развитие современных СМИ и в целом процесс глобализации вовсе не привел к социальной интеграции аудитории. Ситуация сложилась противоположным образом. В зависимости от мотивов и ценностных предпочтений зрительская аудитория делится сегодня на сегменты. Прослеживается зависимость возрастных показателей и жанровых предпочтений аудитории.

Согласно исследованиям компании, TNS Gallup Media телевизионная аудитория разделена на шесть неравноценных сегментов. Из них наиболее ярко выражен сегмент любителей развлечений и стремящихся к познанию.

Развлекательное телевидение наряду с информационно-аналитическим, является важнейшим фактором социального ориентирования индивидуумов, выработки их этических принципов и моделей поведения в обществе. По данным экспертов TNS Gallup Media (см. рис. 1), самый крупный сегмент аудитории – «любители развлечений». К аудитории данного сегмента относится каждый четвертый в возрасте от 16 до 64 лет. При этом 50 % молодых людей в возрасте от 16 до 25 лет уверенно относят себя к данному сегменту. Для «любители развлечений» телевидение – это повод посмеяться и отдохнуть. Развлекательное телевидение является для аудитории формой и способом проведения досуга, сочетающим в себе юмор, азарт, игры и рассчитаны на эмоциональную реакцию аудитории и связаны с получением удовольствия, наслаждения, эмоционального комфорта и релаксии.

Типичные телевизионные жанры сегмента: приколы и розыгрыши, реалити-шоу, яркие шоу с участием звезд, юмористические молодежные сериалы и музыка. Лидерами сегмента развлекательных телеканалов являются СТС и ТНТ. Телеканалы используют облегченную манеру и форму подачи материала в телепрограммах. Контент данных телеканалов в основном представляет собой компиляцию иностранных телепрограмм.

Другой, наиболее многочисленный сегмент аудитории – «стремящиеся к познанию» – более старшее поколение, преимущественно в возрасте от 35 лет. Для представителей данного сегмента телевидение является источником разносторонней полной информации о жизни общества. Ценностные ориентации аудитории – разносторонность, вдумчивость, глубина познания, культура. Это сконцентрированные, имеющие свою точку зрения люди, вовлеченные в процессы в стране, для которых значима информационно-аналитическая, интеллектуально-развивающая информация, непредвзятая и достоверная информация.

Следующий сегмент аудитории «принимаящие решения». Они воспринимают телевидение как источник актуальных новостей, необходимых для успешного бизнеса. Это уверенные, знающие себе цену люди, патриоты своей страны для которых значим успех. Аудитории интересны новости бизнеса и экономики, информационно-аналитические и научно-популярные передачи, исторические фильмы и авторское кино.

«Ориентированные на семью и общество», считают, что телевидение должно быть добрым, искренним, легким, позитивным и семейным. Жизненное кредо таких людей – жизнерадостность, общительность, гостеприимность и хозяйственность. Они ценят счастье, любовь и поддержку близких. Предпочтительные жанры: кулинарные и женские ток-шоу,

викторины, детские передачи, передачи о здоровье. Аудитория преимущественно женская. Ярким представителем данного сегмента является телеканал «Домашний».

«Ценители гармонии и покоя». Для данной аудитории актуален душевный комфорт и уют, умиротворенность и тонкая душевная организация. Им нужен спокойный, искренний и полезный телеканал, рассказывающий о путешествиях, других странах и культурах, важны передачи с полезными советами, утренними передачами и мелодрамами.

«Активные и азартные». Представители данной аудитории хотят казаться энергичными, азартами, готовыми к соперничеству. Выбирают зрелищные, динамичные, дерзкие, продуктивные телеканалы. Оказывают предпочтения музыкальным и спортивным передачам, новостям шоу-бизнеса, эротике, боевикам, мистике.

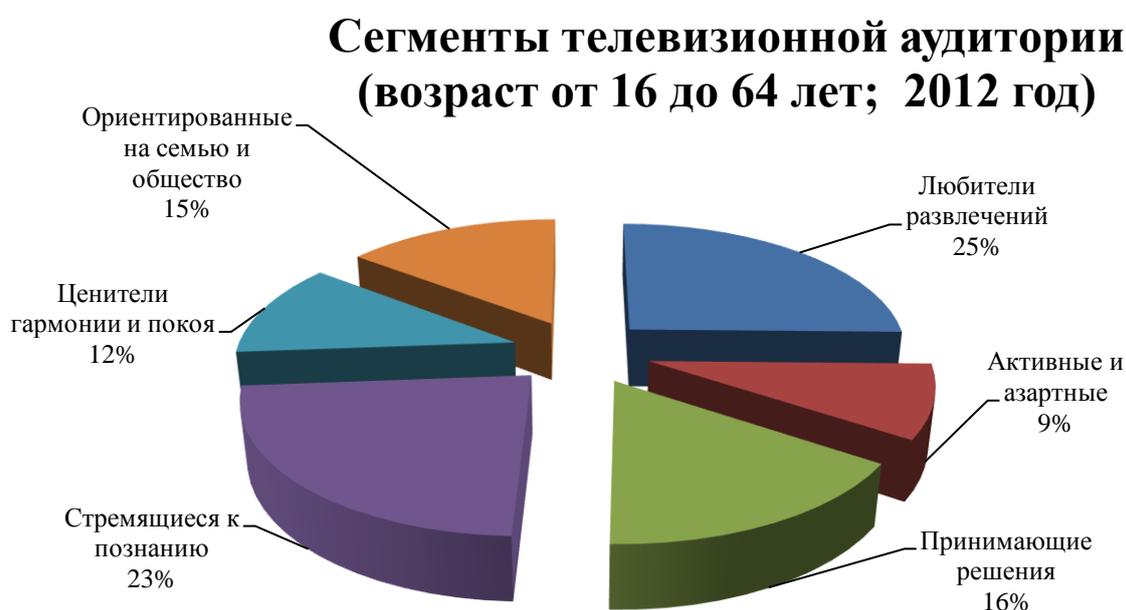


Рисунок 1. Данные TNS Gallup Media «NeedScope». Сегментация телевизионного рынка России. Оценка позиционирования канала «Звезда». Июль. 2012 [8]

Как свидетельствуют исследования, проблема возрождения духовности и патриотических идеалов российского общества, особенно среди молодежи в достаточной мере не реализуется. Однако стоит отметить положительную тенденцию в решении поставленной задачи некоторыми СМИ, в частности первым специализированным патриотическим телеканалом «ЗВЕЗДА», который был создан в 2005 году по инициативе Правительства Российской Федерации и поддержке Министерства обороны Российской Федерации. Контент вещания телеканала несет не только идеологическую, но и социальную нагрузку и направлен на необходимость стабилизации общества, потребность аудитории в позитивной информации, популяризация национального, исторического, культурного наследия страны, развитие патриотических чувств у молодого поколения составили основу вещательного контента телеканала. Основную часть телевизионного эфира телеканала составляют информационные и аналитические передачи, посвященные истории и актуальным проблемам российской армии, а также политической и культурной жизни страны и мира [1]. В сетке вещания присутствуют познавательные кинофильмы и циклы о знаменательных сражениях прошлого, великих полководцах, истории стрелкового оружия и военной техники. Вниманию зрителей предлагаются фильмы и сериалы из «золотого фонда» отечественного и зарубежного кино. Отличительная черта телеканала – сочетание документалистики и художественного кинопоказа с качественным информационным вещанием.

Телеканала «ЗВЕЗДА» позиционирует себя как идеологический и патриотический телеканал. Широкий жанровый диапазон передач телеканала направлен на формирование общественного самосознания, воспитание нравственности, популяризацию национального, исторического и культурного наследия страны, развитие патриотических чувств у молодежи. Сетка вещания телеканала наполнена образовательными, культурными передачами и фильмами, направленными на воспитание молодежи, поддержание традиций, сохранение семейных ценностей, уважение к истории и героическому прошлому страны.

По данным TNS Gallup Media, телеканал «ЗВЕЗДА» уверенно позиционирует себя в двух смежных сегментах: «стремящиеся к познанию» и «принимающие решения» (с более выраженной тенденцией к «принимающим решения»). Эту категорию привлекают достоверность, гордость за страну, патриотизм. Зрители считают данный телеканал достоверным, объективным и информационным, авторитетным, традиционным, классическим, естественным и патриотическим.

ЛИТЕРАТУРА

1. «Звезду» включили в четырех городах <http://media-atlas.ru/news/?id=31608> (дата обращения 01.08.2017).
2. Губарев А. Б. Информационные войны, как объект политического исследования: дис. ... канд. политич. Наук 23.00.02. – Уссурийск, 2005 – 155 с.
3. Гуляев С. Б. Влияние СМИ на социокультурную динамику в современном российском обществе: дис. ... канд. соц. наук. 22.00.06. – М., 2009 – 169 с.
4. Мартыненко М. В. Эволюция темы патриотизма на отечественном телевидении: от идеологических советских телепрограмм до специализированного патриотического телеканала «Звезда» 1990-2010: дис. ... канд. философ. наук. 10.01.10. – М., 2012 – 164 с.
5. Морозов А. В., Радченко Л. Е. Влияние средств массовой информации на нравственное воспитание, психическое и физическое здоровье современной молодежи // Социально-психологические проблемы современной молодежи. Арзамас АГПИ, 2009. – С. 102-128.
6. Россадина А. А. Социально-психологические особенности влияния СМИ на эстетические предпосылки молодежи: дис. ... канд. псих. наук 19.00.05. – М., 2011 – 182 с.
7. Рысаков, С. С. Особенности информационного вещания на федеральных каналах российского телевидения. – М.: Лаборатория книги, 2012. – 134 с.
8. Сегментация телевизионного рынка России. Оценка позиционирования канала «Звезда». Июль, 2012 / Презентация TNS Gallup Media «NeedScope». 2012 – с. 9.
9. Федоров А. Права ребенка и проблема насилия на российском экране Таганрог: Кучма, 2004. – 414 с.

Matveeva Inna Petrovna

Institute of world civilizations, Russia, Moscow

E-mail: matveeva.inuka@yandex.ru

Role of modern television in formation of moral reference points of the Russian society

Abstract. In the present article the role of television in formation of moral reference points of the younger generation is considered. It is noted that often on a TV screen the behavior models forming negative representations and aggressive images at teenagers are propagandized. The research of segmentation of television audience ("NeedScope" of the TNS Gallup Media company) is analysed. On the basis of a research characteristics of audience of a number of TV channels are revealed. The conclusion is drawn on tendencies of revival of spirituality of the Russian society by means of modern television.

Keywords: media; television; moral education; segments of television audience

REFERENCES

1. «Zvezdu» vklyuchili v chetyrekh gorodakh <http://media-atlas.ru/news/?id=31608> (data obrashcheniya 01.08.2017).
2. Gubarev A. B. Informatsionnye voyny, kak ob"ekt politicheskogo issledovaniya: dis. ... kand. politich. Nauk 23.00.02. – Ussuriysk, 2005 – 155 s.
3. Gulyaev S. B. Vliyanie SMI na sotsiokul'turnuyu dinamiku v sovremennom rossiyskom obshchestve: dis. ... kand. sots. nauk. 22.00.06. – M., 2009 – 169 s.
4. Martynenko M. V. Evolyutsiya temy patriotizma na otechestvennom televidenii: ot ideologicheskikh sovetskikh teleprogramm do spetsializirovannogo patrioticheskogo telekanala «Zvezda» 1990-2010: dis. ... kand. filosof. nauk. 10.01.10. – M., 2012 – 164 s.
5. Morozov A. V., Radchenko L. E. Vliyanie sredstv massovoy informatsii na nravstvennoe vospitanie, psikhicheskoe i fizicheskoe zdorov'e sovremennoy molodezhi // Sotsial'no-psikhologicheskie problemy sovremennoy molodezhi. Arzamas AGPI, 2009. – S. 102-128.
6. Rossadina A. A. Sotsial'no-psikhologicheskie osobennosti vliyaniya SMI na esteticheskie predposylki molodezhi: dis. ... kand. psikh. nauk 19.00.05. – M., 2011 – 182 s.
7. Rysakov, S. S. Osobennosti informatsionnogo veshchaniya na federal'nykh kanalakh rossiyskogo televideniya. – M.: Laboratoriya knigi, 2012. – 134 s.
8. Segmentatsiya televizionnogo rynka Rossi. Otsenka pozitsionirovaniya kanala «Zvezda». Iyul', 2012 / Prezentatsiya TNS Gallup Media «NeedScope». 2012 – s. 9.
9. Fedorov A. Prava rebenka i problema nasiliya na rossiyskom ekrane Taganrog: Kuchma, 2004. – 414 s.