

ЖИЗНЬ С ТЕЛЕВИДЕНИЕМ: ДИНАМИКА И ПРОЦЕСС КУЛЬТИВИРОВАНИЯ

На сегодняшний день изобретение телевидения уже не может рассматриваться как отдельное событие или как цепь одиночных событий. Оно явилось результатом длительного процесса исследований и открытий, новых экспериментов и оригинального использования уже приобретенных знаний. Несомненно, это величайшее открытие феномена XX века — телевидения, т. е. передачи на расстояние изображения и человеческой речи.

Проблема оперативного распространения нужной информации всегда волновало человека. Развитие культуры сопровождалось и сопровождается развитием технических средств репродуцирования и тиражирования. Наиболее ярко эта закономерность проявляется в телевидении. Уже в первоначальных формах телевизионного творчества создаются новые образы событий, отличающиеся от оригинала, формирование определенных мыслей в результате чего происходит определенная «эстетизация», так или иначе влияющая на культуру зрителей. Поэтому, несомненно, что влияние телевидения порождает целый ряд психологических и социальных проблем, которые подобным образом проявляются повсюду, с большей или меньшей силой способствуя изменению образа жизни отдельных людей, нарушая пропорции, изменяя динамику многообразных структур различных сообществ.

Начиная с начала 50-х годов XX века, проводятся постоянные исследования степени влияния телевидения на человека. В результате многих исследований выделена высокая популярность телевидения относительно других средств массовой информации, книг, театров и т. д.

Телевидение подтверждает то, что происходит на самом деле, и является, так сказать, гарантией реальности происходящего, которую оно превращает в телевизионную реальность. Эта реальность, в немалой степени благодаря поведению телезрителей, которые, как отмечал Мак Льюэн, «не смотрят программы, как это происходит в кино, а участвуют в них», которая становится для телезрителей единственной, превращаясь в «воображаемый мир, лежащий за пределами истинного и ложного», более истинный, чем сама истина, историчнее самой истории и, наконец, в большей мере наш, чем мы сами.

Это столь глубинное преобразование реальности в «телереальность» имеет, как можно себе представить, свои логико-временные ступени. Достаточно часто телевидение способствует «постановке» событий, которые без него воспринимались бы совершенно иначе. Еще более глубокое взаимное проникновение телевидения и действительности наблюдается, когда «действительность изменяется на благо телевидению». В результате этого телевидение поистине составляет теперь основное орудие для познания реальности.

Ученные в своих исследованиях ставят вопрос о способности средств массовой информации убеждать и изменять ориентации в схеме поведения индивидуума. Телевидение культивирует с ранней стадии развития само предрасположение и предпочтение, которые мы раньше приобретали из других первичных источников. Трансформировались исторические барьеры грамотности и подвижности, телевидение стало первичным и общим ключом ежедневной информации, главным образом в форме развлечения. По сравнению с другими средствами, телевидение обеспечивает относительно ограниченный набор выборов для фактически неограниченного разнообразия интересов общественности. Большинство его программ — обладает коммерческой потребностью. В результате такой деятельности телевидения происходит «культивирование», формирование относительно устойчивых и общих образов, которые далеко не всегда поддерживают общечеловеческие ценности, сформированные на протяжении длительного времени.

В результате постоянного просмотра телевидения независимо от пола, групповой и расовой принадлежности возрастает агрессивность и иные эмоциональные проявления, в зависимости от содержания предлагаемых к просмотру передач.

Фактически телевидение становится «центральной культурным рычагом» общества, и достаточно сложно сегодня избежать негативного влияния телевидения на культурное развитие общества в целом. Но, тем не менее, нельзя и исключать положительную роль телевидения.

Телевидение ориентирует зрителя в окружающем мире, не только информируя его, но и приобщая к художественным и нравственным приобретениям человечества.

По своей природе культура двойственна. Она способна поднять человека до уровня высших духовных ценностей. Но она же способна и опустить его до элементарных потребностей, тогда принято говорить о культуре массовой. Влияние рынка на формирование и деятельность средств массовой информации приводят к

подготовке и предоставлению информации рассчитанной на усредненные вкусы публики. Подлинная культура становится в этих случаях достоянием меньшинства. Государственная вещательная политика — это компромисс между вкусами преобладающей части аудитории и высокой культурой, призванной эти вкусы всячески развивать. Такая вещательная политика представляет зрителю возможность духовного и эстетического саморазвития.

Культура рассматривается ныне не только как совокупность освоенных и вновь созданных ценностей, но и как механизм их распространения. Таким образом, культура органически включает в себя коммуникацию. Опираясь на коммуникативную роль искусства, телевидение интегрирует общество. Великие произведения и авторы принадлежат не странам, а человечеству, независимо от их национальной принадлежности. В этом смысле культура примиряет людей и народы, содействует их взаимоотношению. Отсутствие профессиональной культуры у сотрудников вещательных компаний оказывает менее значительное влияние, чем отсутствие у них культуры как таковой.

Телевидение воспитывает не только, когда выступает в функции воспитателя, также оно оказывает влияние на аудиторию языком повседневно звучащей с экрана речи, манерой поведения участников передач, что в результате формирует наши представления о правильной форме поведения, интеллигентности. Создавая определенное пространство духовности и возможность доступа зрителя в него, в этом случае телевидение становится художественным посредником, формирующим сознательно или бессознательно — культуру общества. Такая роль позволяет говорить о духовном предназначении самого телевидения. Эта нравственная миссия предопределяет не только степень терпимости к многообразию интересов и взглядов зрителей, но и меру нетерпимости к негативным проявлениям в обществе.

Телевидение не должно допускать подмены подлинных общественных идеалов. Цель вещательной политики должна формироваться не только индивидуальными предпочтениями работников телевидения, отвечающих за отдельные передачи, но и традициями национальной и мировой культуры.

Телевидение не должно подменять существующие в обществе ценности, а также изменять своей природе, и соответственно, не может исказить картину реального общества. Природа вещания достаточно обширна и не исчерпывает себя только информационной функцией.

Рассуждения о кризисе культуры, равно как и о недостатках

деятельности телевидения, давно стали темой для разных авторов. В недавнем прошлом, на протяжении десятилетий телевидение действительно подтверждало свою роль как источника культуры, но в результате коммерциализации телевидения данная функция практически перестала реализовываться.

В итоге произошло отсутствие системы в культурно-исторической работе нашего телевидения. Иными словами, культура, как и история, и история как культура не осознается в качестве задачи общенациональной, очень важной, очень ответственной именно на современном этапе.

На сегодняшний день значительно увеличилось количество различных каналов на телевидении. Но если проанализировать, что показывают нам все эти телеканалы, то в большинстве своем это: зарубежные телесериалы и боевики, триллеры, фильмы ужасов, а также различные ток-шоу, и достаточно тяжело определить их культурную ценность. Наверно только создание специального телеканала «Культура», указывает, что не все телеканалы забыли о своих первоначальных функциях и дальнейшем формировании культуры населения. Ситуация происходящая в сфере телевидения, в которой телевидение программно отказывается от своей культурной функции в угоду сиюминутной выгоде, становится все более постоянной. Проблем у нашего сегодняшнего телевидения, кажется очень много. На самом деле она одна: в том, что сейчас очень трудно телевидению осознавать себя частью культуры. Как уже отмечалось, телевидение превратило события нашей жизни в свою нераздельную собственность и, следовательно, в орудие своей власти над действительностью. История последнего двадцатилетия изобилует такого рода «псевдособытиями». Все это противостоит человеку, воспитанному на гуманистической культуре, восходящей культуре возрождения и не может не наложить отпечаток на формирование человека, вызывая серьезные антропологические культурные изменения. Не случайно ученые, изучающие социальные структуры, отмечают все больше симптомов их «автоматизации», фрагментации их внутренней организации. Социологи выявляют глубокие изменения в привычках индивидов и целых семей.

Необходимо осознать, то, что телевидение одним своим существованием, независимо от содержания телепередач, изменяет человека, структуру его восприятия, реальность этого восприятия и способ, каким он может и хочет воспринимать действительность

ФОРМИРОВАНИЕ ЛИЧНОСТИ СОВРЕМЕННОГО СПЕЦИАЛИСТА: ИДЕАЛ И РЕАЛЬНОСТЬ

Тезис о том, что современному обществу нужны специалисты с универсальными знаниями, гибким, системным мышлением и высокой культурой стал прописной истиной. Это уже не просто истина, а веление времени. Во-первых, исследователи приходят к выводу, что дальнейшее развитие всех социальных систем ставит человека в ситуацию неопределенности социальных условий, которые трудно предсказать. Это обстоятельство актуализирует потребность в подготовке творчески активных и профессионально мобильных специалистов, способных в будущем решать те задачи, которые сегодня мы пока еще не осознали. Во-вторых, сегодня наши политики, государственные деятели, интеллектуальная общественность «озабочены» поиском «национальной идеи», способной сплотить наше общество. В качестве возможного варианта такой идеи президент фонда «Политика» Вячеслав Никонов в одной из радиопередач предлагал идею конкурентоспособности. Речь шла не только о конкурентоспособности сырья, товаров и услуг, но самое главное — «человеческого ресурса». Важнейшими составляющими «человеческого ресурса» назывались: профессиональная компетентность, широкий кругозор, общая культура, мировоззренческая, методологическая культура. Следовательно, широкая универсальная подготовка специалиста предполагает не только усвоение профессиональных знаний и навыков, но и формирование личности специалиста.

В решении задач, стоящих перед высшей школой все более возрастает значимость образно-мировоззренческого, гуманитарного, социологического знания, значимость ценностно-ориентационной, адаптивной функции философского знания. Их главная задача — дать мировоззренческие, методологические ориентиры и научить работать с информацией.

Проблема мировоззренческой ориентации человека, осознание им своего места и роли в обществе, цели и смысла социальной активности, ответственности за свои поступки и выбор форм и направлений своей деятельности, в конечном счете, являются главными.

Однако мы с большим сожалением констатируем, что общеобразовательный уровень молодежи, поступающей в вуз, постоянно