

ТЕЛЕВИДЕНИЕ И КИНО В ПОВСЕДНЕВНОСТИ СОВРЕМЕННОГО ЧЕЛОВЕКА

*А.А. Сметанкин, И.С. Евстигнеев, студенты 3
курса биотехнологического факультета
Научный руководитель: О.Р. Хасянов, кандидат
исторических наук, доцент
ФГБОУ ВПО «Ульяновская государственная
сельскохозяйственная академия».*

Ключевые слова: *телевидение, досуг, повседневность, духовные ценности, жанры.*

В статье рассматриваются этапы становления телевизионной индустрии в России и в западных странах. Выделены основные функции выполняемые данным культурным продуктом в повседневной жизни человека.

Телевидение является самым доступным и распространенным средством массовой информации, обеспечивает большинство людей сведениями из всех областей человеческой деятельности, тем самым влияет на информационную и культурную ситуацию в современном обществе.

Телевидение заполняет досуг человека, информирует его о состоянии мира, развлекает, иногда обучает, а также достаточно сильно воздействует на духовные ценности, на весь строй мышления людей, на стиль мировосприятия, на тип культуры сегодняшнего дня. Современная же культура складывается не только из совокупности освоенных и вновь созданных ценностей, но также формируется средствами массовой коммуникации, в том числе телевидением, которое выступает механизмом распространения этих ценностей.

Исторически сложилось так, что регулярное телевидение началось почти одновременно в трех регионах – США (1944г.), Западной Европе (во Франции – в 1944г., в Англии – в 1946 г.) и Советском Союзе (1945 г.), в остальных странах появление и развитие телевидения происходило уже в 50-е годы. Соответственно сформировались три основные модели социально-экономической организации телевидения – американская, западноевропейская и советская. Различия между ними радикальны, в каждой из них по-своему решаются ключевые вопросы: кому принадлежит телевидение, и кто его финансирует; чьи интересы оно отражает, кто и как его контролирует; каковы взаимоотношения между ТВ и обществом, ТВ и культурой, ТВ и властью.

США являются классической страной коммерческого телевидения. Телевидение здесь находится в частной собственности, государственное телевидение отсутствует. Частное коммерческое телевидение подчиняется жестким законам рынка, и, прежде всего, принципу конкурентной борьбы, который заставляет телевещателей находиться в постоянном поиске новых телевизионных форм, технических ухищрений, для того чтобы удержать телезрителей у своего канала. Этот принцип диктует американскому телевидению ориентацию на зрительские интересы, высокую мобильность, нацеленность на динамичное развитие. Ориентация на интересы и потребности «большинства» определяет преобладание в программах наиболее массовых видов зрелищ: информации и развлекательных программ. Развлекательные программы различных видов и жанров составляют до 70% эфирного времени; в основном это телесериалы и фильмы, игры, шоу, викторины и музыкальные программы. И хотя профессиональный уровень американских телепрограмм высок, их интеллектуально-художественная ценность, как правило, очень низка, поскольку ориентация на массовость и общедоступность требует стандартизации и «усреднения» их до уровня наиболее распространенного типа потребителя. Иными словами, культурно-просветительские функции ТВ вступают в противоречие с коммерческими целями и неизбежно приносятся в жертву последним.

Противоположностью рыночной (коммерческой) модели выступает государственное телевидение. Модель государственного телевидения, которая сложилась на этапе появления и распространения телевидения в Западной Европе, называют общественной (иногда общественно-государственной, публично-правовой и т.д.). Телевидение здесь финансируют полностью или в основном сами зрители путем ежемесячной абонентской платы. Эта модель функционирования телевидения имеет некоторые защитные механизмы от рыночной стихии и конкурентной борьбы, а главное – от диктата рекламодателей, ориентированных на вкусы усредненного большинства, что позволяет телепроизводителям создавать культурно-просветительские программы, ориентироваться на гуманистические, общечеловеческие ценности.

И, наконец, третья модель организации и социального функционирования телевещания сложилась в СССР и была в основном репродуцирована в социалистических странах Восточной Европы. Это тоже государственное телевидение, но построенное на совершенно иных принципах. Советскую модель телевещания называют государственно-монополистической, авторитарной, тоталитарной.

Так какова же роль телевидения? Переход индивида в роль теле-

зрителя требует особого внимания. И хотя такой переход неоднократно рассматривался (обычно на уровне изучения мотивов телевизионного просмотра), многое остается неясным. Ясно лишь, что следует различать собственно факт включения телевизора, факт телевизионного просмотра и факт целенаправленного обращения к конкретной телепрограмме на конкретном канале. Причем эти три факта могут быть вызваны различными мотивами. Более того, возможны и изменения мотивов в процессе перехода в роль телезрителя: человек включает телевизор под влиянием одних мотивов; на экране он видит что-то, что меняет мотивацию – он переходит на другой, на третий, на четвертый канал и наталкивается на что-то, вызывающее уже новые мотивационные ориентации. Сказанное позволяет сделать вывод о том, что телеаудитория – динамическая система, в которой на микроуровне с высокой скоростью непрерывно происходят изменения.

Есть часть информации и вовсе рассчитанная сразу на все – на «среднего» представителя аудитории. Такова значительная часть информационных разделов и программ телевидения. Существуют материалы, которые путем сочетания различных аспектов проблемы, аргументов, иллюстрации и т. п. также рассчитываются на максимально широкую аудиторию. Таково большинство развлекательных и познавательных передач телевидения, информационные программы телевидения.

В совокупности аудитория телевидения составляет миллионы, у экрана обычно собирается небольшая, чаще всего семейная, группа людей, причем просмотр проходит, как правило, в домашних условиях. Это очень важное обстоятельство. Если газеты, журналы, книги изначально предназначены для чтения в одиночку, к тому же в самых разных условиях (в том числе в дороге и даже на работе), если прослушивание радиопередач, также может проходить в самых разных условиях и преимущественно индивидуально, то телевидение (родственное по своим аудиовизуальным характеристикам кино и театру – видам искусства, издавна сложившимся как коллективные зрелища) требует умения обращаться одновременно и к миллионной аудитории, и к малой группе людей, контакт с которой должен происходить на высоком уровне доверительности. В то же время, это не исключает трансляции из больших залов с показом больших групп зрителей.

Массовая аудитория обращается к телевидению преимущественно в свободное время, чаще всего вечером после рабочего дня или в дни отдыха.

Теоретически принято считать, что основными функциями и задачами телевидения являются: информирование населения о событиях

в стране и мире (информационная функция); просвещение населения, популяризация знаний и распространение культуры (культурно-просветительская); организация досуга и обеспечение отдыха, эмоциональной разрядки, развлечения (досугово-развлекательная, рекреационная); воспитание гражданских убеждений и взглядов населения (воспитательная); сплочение общества, мобилизация населения на решение государственных задач (функция социальной интеграции и политической мобилизации). Так или иначе, все эти задачи телевидение выполняет в любом обществе, важна – иерархия.

Сегодня мы имеем другое телевидение, выросло другое поколение, но иерархия функций осталась прежней. Основными задачами телевидения в сознании людей по-прежнему остаются информирование, просвещение и воспитание населения. Развлекательная функция, как и раньше, считается (во всяком случае, декларируется) как дополнительная, не основная.

Так же можно немного сказать о роли кино в нашей жизни! Мы редко задумываемся над тем, какую роль в нашей жизни играет кино. С детства мы привыкли смотреть разные фильмы, и воспринимаем это просто как развлечение или возможность приятно провести время. На самом деле, роль кино намного глубже. В первую очередь, оно формирует наше мировоззрение, наши взгляды на жизнь. Особенно этому влиянию подвержены дети и подростки. Если поколение постарше воспитывалось на добрых, нравственных фильмах, которые перед выходом на экраны проходили жёсткую систему цензуры, то в период перестройки роль цензуры значительно ослабела, можно даже сказать, что её вообще не было. И те фильмы, которые массово выбрасывались на наши экраны исключительно с целью извлечения прибыли, приносили больше вреда, чем пользы. Однако, в последнее время ситуация изменилась. На экранах преобладают фильмы, которые несут в себе не только пустоту. Они учат добру, нравственности и любви.

Из всего выше сказанного можно сказать, что телевидение и кино показывает все то, что окружает человека повсеместно, просвещает население, позволяет расслабиться человеку, отвлечься от повседневной жизни. Но одновременно заставляет задуматься человека о различных проблемах.

Библиографический список.

1. Телевидение и его роль в жизни России. <http://www.coolreferat.com/>
2. Зайцев Ю.В. Роль телевидения в процессе социализации современных школьников. <http://sociosphera.ucoz.ru/publ/konferencii>

_2010/ prolemy_sovremennogo_obrazovanija/rol_televidenija_v_processe_socializacii_sovremennykh_shkolnikov/6-1-0-162.

З.Кондрашов А. Роль Российского телевидения в жизни общества. <http://kp.ru/daily/23783/58167/>

TV AND MOVIE IN DAILY LIFE OF A MODERN MAN

*Smetankin AA, Evstigneev I., 3rd year students
of the Faculty of Biotechnology*

Keywords: television, entertainment, daily life, spiritual values, genres.

The article deals with stages of the television industry in Russia and in West countries. The basic functions performed by this culture of the products in everyday life.

ЭПИСТЕМОЛОГИЯ ПРАЗДНИКА «МАСЛЕНИЦА»

*Е. Смоленцева, студентка 3 курса биотехнологического факультета.
Научный руководитель - О.Р. Хасянов, кандидат
исторических наук, доцент.
ФГБОУ ВПО «Ульяновская государственная
сельскохозяйственная академия».*

Ключевые слова: *масленица, блины, праздник, веселье.*

В статье рассматривается происхождение и смысл русского народного праздника «Масленица». Приведены примеры особенностей празднования. Указаны традиции и обряды, связанные с данным праздником.

Есть несколько легенд о появлении названия праздника Масленица.

По одной версии в основе появления самого слова «масленица» лежит русская традиция выпекания блинов. Она связана с тем, что люди пытались привлечь милость солнышка, а также при помощи блинов уговорить его интенсивней греть замерзшую русскую землю. Вот для этого и готовили блины, которые были символом солнца. Кроме того, в русских деревнях принято производить разные действия, которые свя-