

ВОЗДЕЙСТВИЕ ТЕЛЕВИДЕНИЯ НА ВОСТОЧНОСЛАВЯНСКОЕ СОЗНАНИЕ

И.И. Маркова

Учреждение образования «Гомельский государственный технический университет имени П.О. Сухого», Республика Беларусь

Телевидение властно вошло в жизнь современного общества. Оно оказывает громадное влияние на массовое сознание, образ жизни, способ мышления, систему восприятия действительности. ТВ сопровождает нас в течение всего дня: заполняет досуг, информирует о состоянии мира, воспитывает, обучает, развлекает. Телевидение активно воздействует на современного человека, формирует систему ценностей, стиль мировосприятия, культуру. Его влияние на сознание и поведение человека может быть как позитивным, так и негативным. Одним из самых негативных способов воздействия ТВ на человека является манипулирование сознанием и поведением людей.

Аудитория телевидения – масса, объединенная всегда каким-либо общим, единым признаком: интересом, предпочтением, склонностью. Присущее аудитории сознание в содержательном отношении представляет собой широкую совокупность знаний, представлений, ценностей, иллюзий, чувств, настроений, отражающих все без исключения стороны жизни общества. Данное сознание формируется под влиянием конкретных социальных условий, несет на себе их печать – печать конкретного образа жизни.

Массы людей ежедневно часами потребляют продукцию телевидения. Проводя соответствующее манипулятивно-информационное воздействие, ТВ достигает успеха в навязывании личности ложных потребностей, установок, ценностей.

Сегодня существует одна серьезная проблема, с которой столкнулись не только восточнославянские народы, но и другие страны мира. Это – американизация СМИ. В большей степени этот процесс затронул телевидение. Многие телеканалы наполнены боевиками, эротическими фильмами, мультфильмами американского производства. С их помощью человек уходит от своих проблем в мир иной реальности, пользуется смысловым мифом, который заложен в боевиках и мыльных операх. Но здесь появляются другие проблемы.

Во-первых, через миф, лежащий в основе фильмов, мы приобщаемся к западному образу жизни. Нормативный идеал, наряду с прогрессивным, переносит в нашу жизнь отрицательные стороны этого образа жизни.

Во-вторых, происходит экспансия американского образа жизни. Он приобретает особенности универсальной модели, которая лишает народ других стран своей индивидуальности.

Наиболее распространенные жанры американской телепродукции – детектив, боевик, мелодрама, комедия, мыльная опера. Их основными чертами являются примитивизм человеческих отношений, развлекательность, сентиментальность, натуралистическое смакование насилия, секса, культ успеха, потребительства.

Но самыми популярными стали телесериалы. Секрет популярности телесериалов в их регулярности. Пример американских сериалов оказался заразительным и вскоре на телеэкране стали появляться сериалы латиноамериканского производства, в которых одни и те же стереотипные персонажи, движимые простыми человеческими чувствами, вовлекаются в ситуации, которые всегда развиваются по однотипной схеме. Любовь наших телезрителей к таким мыльным операм видимо можно объяснить попыткой их уйти от действительности. Финансовые и бытовые трудности, разъедающие многие наши семьи, остаются в сериалах за кадром. Типичен для сериалов хороший конец (хеппи-энд): отрицательные персонажи наказаны и в целом добро побеждает зло.

Наряду с мыльными операми, телеэфир наводнен низкопробной продукцией, где главными «героями» являются насилие и садизм. Основные ценностные ориентации героев фильмов – секс, обладание физической силой и оружием как средством достижения цели, деньги, богатство. Герои боевиков идут на преступление ради денег. С помощью американских фильмов навязывается представление о том, что цель жизни любого человека – стать богатым, иметь хорошую машину,

дом, престижную работу. Если такая цель достигнута, данный человек – достойный член общества. При этом в большинстве случаев стандарт благополучия – западный, то есть недостижимый для подавляющего большинства граждан.

Неизменным атрибутом зарубежной продукции стало обилие весьма откровенных (на грани порнографии) эротических сцен. Эротические фильмы не только пробуждают низменные инстинкты, уничтожая в подрастающих поколениях способность любить, но и формируют определенные нравственные и психологические установки, предопределяющие взаимоотношения полов, отношение к женщине, к различным извращениям в области секса. Под влиянием таких фильмов отношения между мужчиной и женщиной сегодня не мыслимы в восприятии молодежи без секса. Мы стали современнее, такими как наши западные партнеры.

Наряду с фильмами, реклама также существенно влияет на наше поведение и образ жизни. Рекламируется не столько товар, сколько образ жизни, ценности более развитого общества, которое заставляет подниматься до его уровня.

Американизация восточнославянского сознания осуществляется не только за счет демонстрации заокеанской телепродукции. Этот процесс пошел гораздо глубже. Формированием нового образа жизни на телевидении успешно занимаются такие передачи, как «Непутевые заметки» Д. Крылова, «Женские истории» Н. Пушкиной и др. Многие телепрограммы либо имеют иностранные названия, либо их сюжет имеет точную копию передач американского телевидения. Среди них всевозможные «ток-шоу», «хит-парады», телеигры: «Поле чудес», «Слабое звено», «Последний герой», «Кто хочет стать миллионером?» и др. Такие игры развивают в людях стремление к быстрому обогащению, стимулируют эгоцентризм, индивидуализм. Насаждая иностранную речь, внедряя в восточнославянское сознание американский образ жизни и ценности, телевидение «вымывает» национальное сознание. Незаметная подмена ценностей на уровне языка нации, возвращение на них нового поколения, открывают возможности для превращения молодежи «в Иванов, не помнящих родства», равнодушных к великой культуре восточнославянских народов, давшей миру гениальных поэтов, писателей, художников, композиторов.

Возникает представление, что культура и образ жизни восточных славян не имеют своей специфики в мировом сообществе, потеряли самобытность и содержание.

Американский образ жизни оказывает влияние на нашу речь. Дети и молодежь общаются рекламными фразами, крылатыми фразами из фильмов и передач, часто употребляют американские слова, коверкая родной язык (например: «вау», «о'кей» и т. п.).

Из-за отсутствия мобилизующих ценностей и идеалов молодежь теряет свое ощущение Родины. Она живет, «под собою не чуя страны», потеряв, а может быть, еще и не найдя, свою причастность к ее прошлому и гражданскую ответственность за настоящее и будущее.

Обобщая сказанное, рискнем высказать предположение: за последние годы в результате непродуманной культурной политики государства, но продуманной пропагандистско-ценностной линии СМИ, произошло отторжение молодого поколения от тех культурно-исторических ценностей, которыми жил и благодаря которым еще живет наш народ.