



УДК 316.3/4

Бурчик А.В.,
аспирант по специальности
24.00.01. – теория и история
культуры Краснодарского
государственного института
культуры

ТЕЛЕВИДЕНИЕ И СОЦИОКУЛЬТУРНЫЕ ДЕТЕРМИНАНТЫ

Аннотация: в статье рассматривается телевидение как элемент и фактор современной социокультурной среды. Особое внимание уделяется социальной роли телевидения. Взаимодействие социума и телевидения рассматривается как сложный процесс взаимной детерминации.

Ключевые слова: телевидение, социокультурные факторы, детерминация, социокультурная среда.

Burchik A.V.,
Krasnodar State Institute of Culture,
postgraduate student

TELEVISION AND SOCIOCULTURAL DETERMINANTS

Summary: in article the television as an element and a factor of the modern sociocultural environment is considered. The special attention is paid to a social role of television. Interaction of society and television is considered as difficult process of mutual determination.

Keywords: television, sociocultural factors, determination, sociocultural environment.

Телевидение является мощной и даже ведущей силой, формирующей общественное мнение людей и влияющее на их поведение. Взаимное влияние общественной среды и телевидения является важнейшей проблемой современности. Это обусловлено возрастающей ролью экранной культуры и визуальных кодов в современных социумах.

Историю становления, развития отечественного телевидения, коммерциализацию современного ТВ рассматривают в своих работах теоретики и практики российского телевидения – Р.А. Борецкий, Г.В. Кузнецов, С.А. Муратов, Я.Н. Засурский, В.А. Лисичкин, Л.А. Шелепин, С. Кара-Мурза, Г.Г. Почепцов.

Исследованию значимости и эффективности социокультурной роли телевидения посвящены труды таких отечественных ученых, как Т.З. Адамьянц, Н.Н. Богомолова, Я.Н. Засурский, С.С. Смирнова, Л.Н. Федотова, Б.М. Фирсова, В.Л. Цвик.

Актуальные вопросы социокультурной модернизации российского телевидения нашли отражение в научной публицистике последнего времени – Н.К. Абожина, Н.А. Акопян, А. Вартанов, Л.П. Гримак, Д.Б. Дондурей, К.Э. Разлогов.

В своей работе мы опирались на теоретические посылы, сформулированные в трудах современных зарубежных и отечественных культурологов – К. Аймермахер, Р. Арон, Р. Барт, М.М. Бахтин, Н.А. Бердяев, В.С. Библер.

С недостаточным теоретическим осмыслением категории «детерминанта» мы столкнулись при исследовании социокультурных принципов направлений развития и трансформации отечественной телеиндустрии сегодня, ее социальной диагностики, проектирования телекультурной среды. В более глобальном масштабе это необходимо для понимания направленности культурных тенденций и динамики развития современного телевидения в целом.

При анализе различных подходов к пониманию вышеназванной категории мы, в первую очередь, обратились к следующим источникам – словарям, справочникам, энциклопедиям. В частности, самым распространенным толкованием категории «детерминанта» является следующая трактовка: от греческого слова *determi-nans, -ntis* – определяющий; от латинского *determinare* – определять; английского *determination* – определение; немецкого *die Determinante* – определитель, т.е., в общем смысле это – фактор или элемент, обуславливающий некое явление [1]. В настоящее время понятие детерминанты ученые-исследователи гуманитарных наук активно рассматривают как в теоретическом аспекте, так и в прикладном – при решении задач специализированных наук, используя ее в обобщающих концептуальных подходах. Так детерминанты употребляются в математической терминологии. Например, в линейной алгебре детерминанта – это определитель, связанный с квадратом матрицы, а также математическое выражение, применяемое при решении и исследовании систем алгебраических уравнений первой степени. Изучение детерминант преступности является одной из составляющих предмета криминологии. Детерминантами преступности называются комплексы социальных явлений, совместное действие которых порождает преступность [2]. В лингвистике детерминанта понимается как свободная словоформа, обычно находящаяся в начале предложения и являющаяся распространителем его в целом [3]. В современной психологии активно используется так называемая детерминирующая тенденция (от английского *determining tendency*) – такое психическое состояние человека, которое определяет направленность мышления в зависимости от задачи.

Методологическая природа философского понимания детерминанты проявляется в конкретно-научном нормативе описания и объяснения развития и функционирования социокультурных систем в процессе их взаимодействия. Мы считаем, что философская основа категории «детерминанта» обуславливает необходимость формирования новых ее форм при переходе научного гуманитарного знания к изучению объектов с иными структурными характеристиками, в нашем случае – это телевидение. Что же касается детерминистических концепций в целом, конкретно-научных форм детерминант – социальных, экологических, культурных и других – это наиболее важные основы регуляции современного научного поиска.

Многообразие и актуальность современных подходов к изучению культуры позволили сформировать своеобразный культурологический плюрализм, выразившийся в творческом поиске мировых культурологических школ: антропологической, психоаналитической, социологической, формационной, цивилизационной.

В 80–90-е годы XX в. культурология в России получила официальное признание и была легализована как направление научного знания и направление высшего образования. За последние десятилетия в Российской Федерации сложились следующие основные культурологические школы: философии культуры; теории культуры; истории культуры; социологии культуры; культурной антропологии; прикладной культурологии; культурологии искусства; семиотики культуры; культурологического образования [4].

Науки о культуре и их значимость в новых социокультурных условиях рубежа XX–XXI вв. радикальным образом возросли. Очевидно, что только культурологическое знание сегодня имеет реальную возможность осуществить диагностику социальной, культурной, образовательной, интеллектуальной ситуации в российском социуме и выработать необходимые рекомендации. Культурологическая наука проводит различные комплексные исследования в сфере национальной идентичности населения и ее динамики, социальной и культурной толерантности, культурной политики и других областях. Ученые-культурологи активно осуществляют социокультурную экспертизу разрабатываемых социальных программ и принимаемых управленческих решений, дают научные и практические прогнозы на дальнейшее социальное развитие общества, основанные на социокультурных запросах и потребностях населения России.

Понятие «детерминанта» и его значение в современной отечественной теории культуры разно-

планово. Например, важнейшей тематикой научной школы профессора О.А. Богдановой «Секуляризационные процессы как детерминанта мировоззренческого кризиса личности в современном мире» (Российский государственный университет экономики – РГЭУ – г. Ростов) является исследование о том, что человек, лишенный устойчивых мировоззренческих ориентиров, легко становится объектом манипуляции со стороны различных деструктивных сил. Разрушение в христианстве духовных и культурных детерминант, по мнению О.А. Богдановой, ведет к формированию культурной и мировоззренческой неопределенности, расколу в российском социуме.

Одной из ведущих детерминант содержания культурологического образования на Юге России – научной школы профессора И.И. Горловой – является сохранение и трансляция культурного наследия, его наиболее значимых образцов, норм, культурных ценностей и идеалов подрастающему поколению. Тесная взаимосвязь культуры, образования и просвещения не случайна и определяется детерминантной сущностью этих явлений [5].

По мнению российских культурологов, сегодня в отечественном научном пространстве культурологического знания в основном сложились три ведущих направления: а) рекреативная культурология сосредоточена на проблемах организации культурного досуга населения, производстве новых культурных практик и охране культурного наследия; б) компетентностная культурология в своих исследованиях трактует культуру как определенный уровень гуманитарных знаний человека и социума, внедряемых через образование; в) социально-нормативная культурология рассматривает культуру как обычай, как норму социального поведения и взаимодействия, как состояние общественного сознания и концентрирует научное внимание на современных проблемах культуры в свете тех социальных трансформаций, которые наметились в жизни обществ [6].

Таким образом, целый ряд вопросов и подходов все же нуждается в точной расшифровке и правильной интерпретации научной категории «детерминанта», а также в дальнейшем культурологическом осмыслении. Очевидно, что культурные процессы отечественного телевидения, с нашей точки зрения, могут характеризовать следующие детерминанты: 1) процессуальная, транслирующая посредством телевизионной коммуникации информацию, знания, культурные ценности и практики; 2) аксиологическая, интерпретирующая в социум картину мира, его культурные образы; 3) когнитивная, определяющая опыт и навыки, составляющие морфологию телевизионной зрительской культуры; 4) ценностная, формирующая с помощью телеэкрана ценностно-смысловое пространство современной системы отечественных культурных ценностей. Не учитывать эти важнейшие базовые детерминанты невозможно, т. к. множественность художественно-эстетических идей и политических идеологий, образов жизни, норм поведения, демонстрируемых телевидением сегодня, отличают телевизионную жизнь от динамично меняющегося реального мира.

Нестабильность современного информационного общества ставит перед социумом и телевидением критерии отбора материала для телезрителя, важнейшими характеристиками которых являются компетентность и ответственность. Несомненно, телевидение формирует определенную культурную среду, в которой телевизионные тексты должны отвечать высоким духовным, нравственным, эстетическим, культурным запросам. Как правило, лишь немногие компетентные и ответственные телекомпании России привносят в свою повседневную работу ценностно-значимые телевизионные культурные тексты и практики.

Процессуальную детерминанту российского телевидения мы считаем первостепенной, поскольку она обуславливается аксиологической, когнитивной и ценностной детерминантами и отражает способы трансляции знаний и ценностей. Процессуальность телеэкрана мы рассматриваем как деятельность производную более или менее организованного и интерпретированного телевизионного опыта. В перспективе наши наработки целенаправленного анализа детерминант культурных процессов отечественного телевидения могут позволить более подробно сформировать основные направления научной деятельности в этой сфере культурологического знания, включающего философскую, социологическую, психологическую и другие составляющие.

Невнимание государства к результатам культурных трансформаций приводит к снижению профессионализма в области телевидения. Очевидно, что предметным полем культурных детерминант российского телевидения являются «социальное» и «культурное», которые тесно взаимодействуют на телеэкране. Рассмотрим, как «социальное» обуславливает направленность социальной телединамики и

возможность ее регулирования на современном этапе.

В первую очередь, это реально возникшая в начале XXI в. необходимость формирования общественного телевидения РФ. Россияне крупных мегаполисов, малых городов и сел живут в разных культурных универсумах, где динамика культурных процессов существенно различна. Поэтому ценности культуры ушедших эпох, современной культуры и культура будущего должны быть доступны в одинаковой мере всем. Вот, для чего и будет функционировать российское общественное телевидение.

Самое сложное в его создании – площадка, где можно увидеть и услышать представителей различных политических сил, форм культуры и видов искусства и сохранить при этом интерес телезрителей. По Указу Президента РФ Общественная палата в июле 2012 г. на своем сайте опубликовала список кандидатов в члены Совета по общественному телевидению. В него вошли 25 человек, видных деятелей культуры, РПЦ, искусства, спорта, политики России.

Разработчики концепции нового телеканала и Генеральный директор Общественного телевидения Анатолий Лысенко убеждены, что он не станет повторением Общественного российского телевидения (ОРТ) 90-х гг. XX в., на базе которого в 2002 г. с государственным участием был создан Первый канал, успешно вещающий и сегодня. Целевой капитал общественного телевидения будет сформирован за счет публичного сбора денежных средств. Однако деньги на первый год существования выделяются пока за счет государства и реклама на телеканале не планируется. Площадкой для общественного ТВ, вероятно, будет телеканал «Звезда».

В октябре 2012 г. пресс-служба Общественной палаты РФ сообщила, что членами Совета было утверждено «Положение о Совете по общественному телевидению», в котором, с нашей точки зрения, отражен важнейший аспект – «независимый мониторинг общественного мнения, определяющий соответствие деятельности телеканала запросам общества, уровень доверия к нему в различных социальных группах и обществе в целом» [7]. Запланировано, что мониторинг будет проводиться независимыми компаниями один раз в квартал.

Мы считаем, что Общественное телевидение России как часть единого национального телевизионного пространства позволит не только исследовать и решать культурные проблемы современного телеэкрана, но и управлять процессами, протекающими в этой сфере отечественной телеиндустрии. Общественное телевидение, как новая культурная система, представляется нам репрезентативной сферой конструирования позитивных установок массового сознания россиян. Детерминанты такого рода направлены на поддержание российской идентичности, картины мира и системы ценностей, выработанных в российской истории.

Вопрос статуса рекламы на российском телевидении – это проблема одной из важнейших культурных детерминант современности. Своеобразие художественно-выразительных языков национальной и региональной, коммерческой и социальной рекламы на ТВ очевидно. Однако и цели современных телевизионных рекламодателей также ясны. Вместе с тем, стоит подробнее остановиться на очень востребованной обществом социальной рекламе. Она не может быть использована ни в коммерческих, ни в политических целях, поскольку в ней на генетическом уровне заложены общечеловеческие ценности. Существенным условием эффективности социальной рекламы на телевидении является высокое художественное и техническое качество продукта. Социальная реклама сегодня не может давать прибыль, так как она не несет такой цели. Ее главная задача – подвигнуть разные слои российского общества на добро, милосердие, помощь.

Если сегодня мы можем говорить о хорошей и качественной, многоплановой и понятной социальной рекламе на федеральных каналах РФ, то, к сожалению, на региональном уровне ее практически нет. Анализируя эфирные, финансовые, творческие, административные возможности кубанской телеиндустрии, приходишь к печальной статистике: более 80% респондентов не могли вспомнить ни одной социальной рекламы на телеэкране за последние три года. Новые креативные подходы в решении социальных проблем на Кубани просто необходимы. Возможно, частные телеканалы Краснодарского края, Юга России в целом могли бы предоставить бесплатное эфирное время для демонстрации социальных роликов, а для участия в социальных акциях нужно приглашать известных людей Кубани, Адыгеи, Ставрополя, Дона, всего Северного Кавказа. Можно говорить о том, что рынок социальной рекламы на Юге России только формируется, ресурсы его огромны, но мало освоены.

Современные виды и жанры презентации художественного творчества («Давай поженимся!»),

«Вечерний Ургант», «Жестокие игры», «Ералаш», «Звездные истории», «10 миллионов», «Дом 2», «Поле чудес» и др.) – следующая культурная детерминанта российского телевидения, поскольку развлекательный аспект медиа-арта – есть современная форма организации жизнедеятельности личности. Стоит отметить, что люди, занимающиеся созданием на телевидении развлекательных программ, ищут и находят на ТВ возможность выражения своей самооценки, которая отчасти детерминируется господствующей культурой. Участники выше перечисленных и подобных шоу добиваются любви миллионов россиян, выражают свои чувства и эмоции способами, одобряемыми нашей современной культурой. В таких ситуациях, по мнению Р. Уильямса, возникает дискурс о необходимости общественного контроля телевидения [8].

Таким образом, категория «социокультурные детерминанты» недостаточно теоретически осмыслена. Культурные детерминанты разнообразны: а) трансляционная детерминанта – влияет на телевизионную коммуникацию и практики через передачу информации, знаний; б) аксиологическая детерминанта – влияет на телевизионный процесс через социальные интерпретанты, навязывая социуму картину мира, культурные образы и образцы – идеалы и ценности; в) когнитивная детерминанта – определяющая опыт и навыки, составляющие морфологию телевизионной зрительской культуры. Исследование процесса социокультурного взаимодействия телевидения и социума показывает, что процесс детерминации в этом случае взаимный. Детерминация проявляется как сложное системное взаимодействие. Выявление цепочек этого взаимодействия создает предпосылки для грамотного управления социумом, социокультурными процессами и телевидением.

Список литературы:

1. Мир словарей. URL: http://mirсловarei.com/content_soc/determinanta-1409.html (дата обращения: 11.10.2011).
2. Определитель (детерминант). URL: http://ru.wikipedia.org/wiki/Детерминанты_преступности (дата обращения: 12.10.2011).
3. Толковый словарь Ефремовой/ URL: http://mirсловarei.com/content_efr/determinant-m-21153.html (дата обращения: 14.10.2011).
4. Основные школы культурологии. URL: <http://ru.wikipedia.org/wiki//Культурология> (дата обращения: 14.11.2012).
5. Южный филиал Российского института культурологии в г. Краснодаре. URL: <http://sbricur.com>.
6. Ассоциация культурологических кафедр и научных центров. URL: http://hischool.ru/problemu_kulturologicheskoj_nauki, свободный (дата обращения: 14.12.2012).
7. Состоялось первое заседание Совета по общественному телевидению. URL: http://orkarelia.ru/news/188-news_04_10_12.html (дата обращения: 17.11.2012).
8. Уильямс Р. Телевидение: технология и культурная форма. URL: <http://voluntary.ru/dictionary/568/word/televidenie-tehnologija-i-kulturnaja-forma> (дата обращения: 21.10.2011).