

Раздзел III

АЎДЫЯВІЗУАЛЬНЫЯ СМІ: АД ВЫТОКАЎ ДА ЭПОХІ ЛІЧБАВЫХ ТЭХНАЛОГІЙ

ВОСПИТАТЕЛЬНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ СОВРЕМЕННОГО ТЕЛЕВИДЕНИЯ

К. Б. Барышников

*Российский университет дружбы народов им. П. Лумумбы,
ул. Миклухо-Маклая, 10/2, 117198, г. Москва, Россия,
kirill.barysh@yandex.ru*

В статье рассматривается и анализируется актуальная проблема современности: роль телевидения, как важнейшего СМИ, в процессе личностного формирования, идейно-нравственного и духовного воспитания подрастающих поколений российских телезрителей.

Ключевые слова: телевидение; образовательный; просветительский; электронные СМИ; экранный контент.

EDUCATIONAL POTENTIAL OF MODERN TELEVISION

K. B. Baryshnikov

*Lumumba Russian Peoples' Friendship University,
10/2, Miklukho-Maklay Str., 117198, Moscow, Russia
Corresponding author: K. B. Baryshnikov
(kirill.barysh@yandex.ru)*

The article examines and analyzes an urgent problem of our time: the role of television as the most important media in the process of personal formation, ideological, moral and spiritual education of the younger generations of Russian viewers.

Key words: television; educational; educational; electronic media; on-screen content.

Интерес зрителей к телевизионной продукции находит объективное отражение в рейтингах, показателях посещаемости тематических Интернет-платформ (видео-хостингов и видео-порталов) и представленного экранного контента: авторских сюжетов и репортажей, программ и фильмов различных экранных жанров, анимационных произведений, рекламной продукции, которые зависят от социальных, тематических, эстетических параметров, элементов структуры телевизионных программ и телепередач, активно влияющих на удовлетворение зрительских потребностей и запросов. Известный теоретик и эксперт в области экранных СМИ, доктор филологических наук, профессор РУДН Наталья Сергеевна Гегелова, руководствуясь результатами своих многолетних научных исследований, утверждает, что «в современном мире важно продвигать информацию во все возможные СМИ – это и пресса, и телевидение, и радио, и Интернет. Конвергентная журналистика облегчает доступ к информации: радио можно слушать в Интернете, доступ к газете можно получить Онлайн, прямые эфиры смотреть в Сети. Студенческие телестудии – это не только школа обучения будущих профессионалов, но и место получения первой практики. Работая в студенческих СМИ, обучающиеся приобретают большой опыт профессиональной работы, благодаря чему свободно могут ориентироваться в разных аспектах будущей профессии» [1, с. 179]. Информация и внешняя зрелищность – основные критерии и условия функциональности телевизионных программ федеральных и региональных отечественных телевизионных каналов России. Телевизионные и кинематографические произведения предполагают ощутимую финансовую поддержку, производственный капитал. Не все сценаристы и режиссеры обладают навыками и способностями умения «добывать» средства для реализации своих творческих проектов. Школа кино- и телепродюсирования в рамках практической подготовки профессиональных продюсеров еще не окончательно сформировалась на постсоветском пространстве. Телекомпании и отдельные «Продакшн-студии» едва справляются с рас-

пределением заказов между членами своей немногочисленной творческой «команды». Одна из немногих возможностей «пробиться» на экран авторским телепроектом – участие в ежегодные кино и телефестивалях. Но этого чрезвычайно мало, ведь каждому участнику творческого экранного проекта (сценаристу, режиссеру, тележурналисту, оператору) необходимо продемонстрировать созданное им произведение хотя бы определенной целевой, не говоря уже о массовой зрительской аудитории. «Необходимо помнить насколько важную роль играет телевидение в развитии сознания и как существенно важно значение транслируемого или демонстрируемого в эфире определенного тематического экранного контента» [2, с. 225]. Достаточно часто наблюдается ситуация, когда вместо идейно-тематических и содержательных телепрограмм для детско-юношеской и молодежной аудитории, которые должны были изначально учитывать их возрастные духовно-нравственные и эстетическо-мировоззренческие интересы, экранная продукция искусственно подменяется контентом, рассчитанным на более старшую возрастную аудиторию (30+). По этой причине у детей и подростков не остается альтернативного выбора и им приходится невольно смотреть телепрограммы и фильмы «для взрослых». Молодежь, подростки и особенно – дети, не обладающие достаточным объемом жизненного опыта и знаний, навыками самостоятельной объективной критической оценки действительности и экранного продукта, чаще всего становятся жертвами репертуарных экспериментов телевидения, оказавшись в плену ложного и вредного обаяния и поддавшись сиюминутному впечатлению очарованности таким экранным зрелищем. Самое печальное, что возраст представителей подобной зрительской аудитории приходится на период личностного становления, формирования мировоззренческих, идейных и духовно-нравственных ценностей социального индивидуума, его самоопределения в окружающем мире. В процессе развития современных экранных СМИ, как в России, так и на всем постсоветском пространстве, для достижения подобных глобальных целей личностного формирования подрастающих поколений необходимы, в первую очередь, телевизионные программы и телепередачи образовательно-просветительской, информационно-аналитической, познавательно-развлекательной тематики. Подросткам и молодежи XXI века крайне важно знать и правильно ориентироваться в вопросах взаимоотношений внутри школьного коллектива, в семье, в окружающей действительности, правильно и четко совершить свой будущий профессиональный выбор.

Последние два десятилетия развития экранных СМІ в России, на территории бывшего СССР, в равной мере, как и за рубежом привело к поэтапному формированию эмоционально-ассоциативного и психологического когнитивного диссонанса в процессе формирования четкого представления реалий внешнего мира. С одной стороны, излишне драматизированный антиэффект воздействия криминально-преступных коррумпированных структур на развитие и жизнедеятельность современного общества, а с другой – гипертрофированный информационно-коммуникативный хаос современной действительности. Ответ на вопрос: «Каким должно быть современное детское, юношеское и молодежное телевидение?» до сих пор не найден. Мы все ищем и никак не можем найти достойный подражания экранный или литературный образ нашего современника. Однако, «как бы не изменилась организация и система отечественного телевидения, реализация культурно-просветительской миссии на телевидении обязательна!» [3, с. 321]. Хотелось бы, чтобы этот научный тезис стал руководством для практического решения этого вопроса.

В условиях современной общественной установки на патриотическое воспитание детей и молодежи, формирование государственной идеологии и национальной идеи в России, Беларуси и многих государств на постсоветском пространстве крайне важно ориентировать деятелей кинематографа и литературы, шоу-бизнеса и всех видов СМІ, на последовательное и четкое возрождение воспитательной и образовательной роли существующих масс-медиа, ведь «жизненный материал – это социальная реальность, изученная автором и положенная в основу журналистского произведения. Она, эта реальность, всегда неизмеримо богаче литературной основы, журналистского текста. Один из важнейших секретов профессионального мастерства – умение выбрать из всего многообразия реального мира только то, что необходимо...» [4, с. 17]. Несмотря на активное развитие интернет-ресурсов, телевидение остается по-прежнему одним из главных информационных источников, участником культурно-просветительского и воспитательно-образовательного процессов. Этим лидером электронных СМІ «за сто лет был пройден колоссальный путь от перового поколения примитивных ламповых телеприемников до 3D-систем и технологий спутниковой связи, активно функционирующей уже в масштабах всего земного шара. Резко увеличилось количество произведений экранных СМІ, их жанрово-тематическое разнообразие, содержание, характер, художе-

ственно-изобразительные формы и методики информационной подачи, отражающих важнейшие события современности и веяния эпохи» [5, с. 226].

Библиографические ссылки

1. Гегелова Н. С., Исмаилова А. А. Учебное телевидение в российских вузах // Вестник РУДН / Сер. Литературоведение. Журналистика. 2016. С. 175–180.
2. Барышников К. Б., Нарциссова С. Ю. Социокультурный феномен телевидения. М.: МНЭПУ. 2020. 249 с.
3. Гегелова Н. С. Культурно-просветительская миссия отечественного телевидения. Диссертация на соискание ученой степени доктора филологических наук. РУДН. 2012. 389 с. Цвик В. Л. Журналист с микрофоном. М.: МНЭПУ. 2000. 59 с.
4. Барышников К. Б., Нарциссова С. Ю. Социокультурный феномен телевидения. М.: МНЭПУ. 2020. 249 с.