

УДК 316

Попова Татьяна Владимировна

кандидат юридических наук, доцент,
начальник отдела по исследованию проблем отраслевого управления
научно-исследовательского центра Академии управления МВД России
107078, Москва, ул. Новорязанская, д.8а, стр. 3

Tatiana V. Popova

candidate of legal Sciences, associate Professor,
head of the Department on research problems of industrial management
of the research center of the Academy of management of MIA of Russia
107078, Moscow, ul Novoryazanskaya, d. 8A, p. 3

ТЕЛЕВИДЕНИЕ И ЕГО РОЛЬ В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ: СОЦИОЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ

TELEVISION AND ITS ROLE IN MODERN SOCIETY: A SOCIOLOGICAL ANALYSIS

***Аннотация:** В новых условиях основные социальные институты и подсистемы претерпевают значительные изменения. Ключевую роль в новом социуме играет система массовой коммуникации (коммуникационная система общества). Состояние и динамика развития данной системы оказываются в центре внимания отраслевой социологической дисциплины – социологии массовой коммуникации. В ракурсе ее анализа – закономерности массово-коммуникационных процессов, деятельности институциональных структур, ответственных за производство и распространение массовую информацию, а также общественная детерминация коммуникационной деятельности.*

***Ключевые слова:** телевидение, телевизионная аудитория, институциональные взаимодействия, российское общество.*

***Annotation:** In new conditions the main social institutions and subsystems undergo significant changes. A key role in the new society is played by the system of mass communications (communication system). The state and dynamics of development of this system be the center of attention of branch sociological disciplines – the sociology of mass communication. In terms of the analysis of regularities of mass-communication processes, activities, institutional structures responsible for the production and distribution of mass information, and also determination of public communication activities.*

***Keywords:** TV, television audience, institutional cooperation, Russian society.*

Современное общество в целом соответствует критериям глобального информационного, находясь на постиндустриальной стадии своего развития.

Основой современного общества выступает информация, распространение которой по традиционным и инновационным коммуникационным сетям позволяет интенсифицировать процесс интеграции национальных обществ в единое глобальное мировое пространство.

По мнению И.А. Полуэхтовой, ведущей научно-теоретической проблемой для современной социологии массовой коммуникации являются отношения между средствами массовой информации и обществом. Необходимая глубина анализа достигается посредством исследования закономерностей процесса массовой коммуникации, власти и влияния средств массовой информации (печать, радио, телевидение, кино, реклама) как институтов, профессиональной культуры работников СМИ, аудитории массовых коммуникаций, роли СМИ в политической, экономической жизни общества, формировании общественного мнения и всеобщем воспроизводстве культуры. Становление социологии массовой коммуникации в качестве научной дисциплины было вызвано стремительным развитием информационно-коммуникационных технологий, оказавших заметное влияние на социальные и культурные процессы, начиная с середины XX века [1].

Ведущую роль в современном обществе играет телевидение. По мнению Г. Маклюэна, при передаче сообщения техническое средство не нейтрально, а передает сообщению свои свойства. Телевидение, собирая на экране все времена и пространства сразу, сталкивает их в сознании телезрителей, придавая значимость даже обыденному. Для телевизионного поколения само собой разумеющимися становятся убеждения, что средства массовой коммуникации вездесущи, всемогущи, всезнающи. Через средства массовой коммуникации потребитель проникается иллюзией собственной исключительности, проницаемости, просвещенности. Однако телевизионное поколение, по мнению Г. Маклюэна, с одной стороны – творец настоящего, а с другой – его жертва [2].

Несмотря на рост социальной значимости Интернета, телевидение было и остается ключевым, институциональным способом передачи информации, которое имеет такие информационные аспекты, как распространение знаний, относящихся к различным сферам общественной жизни, а также помощь в их усвоении телезрителями. Растет также значимость коммуникативной роли телевидения, которая заключается в реализации акта опосредованного общения в ходе просмотра телевизионных передач. Формируется особая экранная культура информационного общества, в которой телевидение обладает эстетическими свойствами, реализуется как художественный феномен и элемент искусства. При этом современные телекоммуникационные технологии выступают аспектом формирования общей информационной культуры социума.

Становится очевидным, что телевидение – это самое распространенное, наиболее популярное медиа современного постиндустриального общества. Сильные позиции телевидению обеспечивают значительный охват

аудитории, использование аудиовизуальных коммуникативных инструментов дает возможность телевидению удерживать лидирующие позиции в коммуникационной системе общества. Вместе с тем, присущие телевидению атрибутивные черты, связанные с пространственной локализацией массовой аудитории, существенной социальной и социокультурной дифференциацией телезрителей формирует потребность в реализации эмпирических и прикладных исследований аудитории. Здесь наибольшей эффективностью обладает методология и методика социологической науки. Это дает возможность оценить степень успешности деятельности того или иного телеканала, журналистского коллектива и конкретного журналиста. По итогам таких исследований и определяется популярность / непопулярность каналов, передач, а также намечаются пути совершенствования деятельности.

Коммуникационная система выполняет ряд важных функций в современном обществе, находящемся в стадии активных трансформаций, обусловленных вхождением в глобальное информационное пространство. Телевидение – ключевой элемент коммуникационной системы общества начала XXI в. Именно телевидение выступает связующим, «стержневым» элементом глобального информационного миропорядка. В последние годы стремительно развивается кабельно-спутниковый сегмент телевидения, что на фоне интеграции телевидения в интернетсреду позволяет удерживать лидирующие позиции (как в количественном – по численному охвату территории, так и в качественном – по силе воздействия на сознание и поведение).

В современном российском обществе складывается парадоксальная ситуация. Этому способствуют специфические характеристики самого российского социума, находящегося в стадии масштабных трансформаций, затронувших все его ключевые институты и подсистемы. В начале XXI века в российском обществе детерминируется противоречивая социальная конструкция, способствующая выходу на первый план массово-коммуникационной подсистемы. Именно данная подсистема, согласно теоретическим воззрениям классиков постиндустриализма, должна играть ключевую роль в обществе. С одной стороны, социум существенно дифференцирован по критерию социального прогресса (часть населения и территорий живет в условиях позднего индустриального общества; часть – постиндустриального, информационного), что делает неизбежным усиление информационно-компьютерной составляющей. С другой стороны, российские элиты, участвуя в социально-экономической и социально-политической борьбе за обладание властью, ресурсами, способствовали интенсификации функционирования механизмов «промывания мозгов», пропаганды, манипуляции массовой аудитории. Центральную роль в обозначенных технологиях на протяжении 2000-х годов принадлежит телевидению. Все чаще телевизионные каналы включаются в информационные войны, манипулятивные и пропагандистские кампании; участвуют в агитации, прямой и косвенной рекламе, паблик рилейшнз и т.д.

В условиях высоких скоростей социальных изменений в российском обществе, непродуманных реформ, осложнений от стремительного перехода к постиндустриальной ступени развития и т.п. заявляют о себе такие негативные эффекты, как предельное обострение социального неравенства, обнищание миллионов граждан, значительная социальная и духовная напряженность на фоне аксиологического, морально-нравственного, идеологического кризиса.

В этих сложных условиях телевидение не только не способствует снятию социальной напряженности, укреплению гармонии, поддержанию гражданского мира. Напротив, воздействие телевидения на сознание и поведение аудитории часто носило и носит до сих пор деструктивный характер. Социальные последствия телевизионного воздействия на массовую аудиторию крайне сложны, существенно дифференцированы по критериям эксплицитности или имплицитности. Постепенно происходит отход телевидения от функций информирования, обозрения мира, передачи культурного наследия к негативному воздействию на оценки, сознание, духовную культуру людей. Агрессия, насилие, эгоизм принимают благодаря телевидению интерактивный характер. Осложнения функционирования ключевых институтов социализации – семьи и системы образования, – диктуют необходимость большего контроля над телевизионным контентом с целью недопущения разрушения социального и социокультурного ядра подрастающего поколения. Однако происходят прямо противоположные события. Телевидение перестало соответствовать моральным ценностям, нормативным устоям общества; телевизионные передачи нередко оказывают десоциализирующие и антивоспитательное воздействие на подрастающее поколение.

Трансформационные процессы, происходящие в системе массовой коммуникации общества начала XXI в., способствуют изменению положения, функционально-ролевого репертуара его различных элементов. Главным образом, данные процессы связаны с ростом социального влияния Интернета, развитием информационно-компьютерных и телекоммуникационных технологий.

Новая социально-информационная среда общественной жизни с неизбежностью оказывает влияние на телевидение как ключевой элемент системы. В данном случае уместно обратить внимание на следующие аспекты. Во-первых, телевидение интенсифицирует и расширяет свое воздействие за счет «оцифровки» сигнала, проникновения в системы спутникового вещания, охвата широких слоев населения кабельными и спутниковыми сетями. В настоящее время все чаще телевизионный сигнал передается инновационными способами и инструментами, в том числе – посредством стационарной и мобильной телефонной связи. Во-вторых, телевидение осваивает интернет-среду, и данный процесс в начале XXI в. становится необратимым. Такого рода освоение происходит за счет переноса телевизионного контента в пространство Интернета, создания сайтов

телевизионных каналов, расширения интерактивности телевидения, учета характеристик массовой аудитории в перспективе завоевания и поддержания у нее зрительского и потребительского интереса (в том числе – посредством социальных сетей Интернета), формирования имиджа инновационного СМИ. В-третьих, расширение потенциала воздействия телевидения на сознание людей происходит в условиях острой конкуренции с интернет-ресурсами; в этих условиях телевидение вынуждено оптимизироваться, улучшать показатели своей деятельности.

Новые условия функционирования телевидения в начале XXI в. формируют ощутимый гносеологический и эвристический вакуум. Данное состояние связано с тем, что подавляющее большинство классических теорий телевидения начинают устаревать. Необходимость модернизации классических социологических представлений о телевидении в настоящее время не подвергается сомнению. Однако скорость социальных перемен в этой сфере оказывается настолько высокой, что практически не оставляет времени для какого-либо промедления.

Литература:

1. Полуэхтова И.А. Социология массовых коммуникаций // Знание. Понимание. Умение. 2012. №3. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/sotsiologiya-massovyh-kommunikatsiy> (дата обращения: 20.03.2016).

2. Маклюэн Г.М. Понимание Медиа: Внешние расширения человека. Перевод с английского: В.Г. Николаев. - М.: 2003.

Literature:

1. Poluektova I. A. Sociology of mass communications // Knowledge. Understanding. Skill. 2012. No. 3. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/sotsiologiya-massovyh-kommunikatsiy> (date accessed: 20.03.2016).

2. McLuhan G. M. Understanding Media: External expansion person. Translation from English by V. Nikolayev. - M.: 2003.