

На правах рукописи

Е. Кур

Курова Екатерина Геннадьевна

**РОССИЙСКАЯ ТЕЛЕВИЗИОННАЯ КУЛЬТУРА:
АНАЛИЗ СОВРЕМЕННОЙ СИТУАЦИИ**

24.00.01 – теория и история культуры

АВТОРЕФЕРАТ

диссертации на соискание учёной степени
кандидата философских наук



Ростов-на-Дону – 2008

Работа выполнена на кафедре исторической культурологии
факультета философии и культурологии
Южного федерального университета

- Научный руководитель** - доктор философских наук
профессор *Заковоротная
Маргарита Вилоровна*
- Официальные оппоненты:** доктор философских наук
профессор *Королёв
Владимир Константинович*
- кандидат философских наук,
доцент *Волкова
Диана Владимировна*
- Ведущая организация** - Кубанский государственный
университет

Защита состоится «18» декабря 2008 года в 14.00 часов на заседании диссертационного совета Д 212.208.11 по философским наукам при Южном федеральном университете по адресу: 344038, г. Ростов-на-Дону, пр. М. Нагибина, 13, ЮФУ, ауд. 434.

С диссертацией можно ознакомиться в Зональной научной библиотеке ЮФУ (г. Ростов-на-Дону, ул. Пушкинская, 148).

Автореферат разослан «15» ноября 2008 года.

Учёный секретарь
диссертационного совета



М.В. Заковоротная

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность темы исследования

Современную социокультурную ситуацию можно описать как «застывший» социокультурный кризис, где проблемы, с которыми сталкивается человек в повседневной жизни, представляются трудноразрешимыми или же неразрешимыми вовсе. Одним из проявлений кризиса является тот факт, что на уровне повседневности в «ситуации постмодерна» возможность выбора утрачивает свою значимость и заострённость – возникает чувство безучастности, отстранённости и равнодушия. Вместе с тем распространена и другая тенденция – «принимать всё близко к сердцу», но не решая возникающих проблем, что, в свою очередь, равносильно равнодушию и, в обоих случаях приводит к распространению «эпидемии депрессии» на уровне экзистенции. В конечном счёте современная ситуация отражается в социальных процессах: в социальной анонии, нежелания участвовать в процессе построения intersubъективного «жизненного мира».

Обозначенные черты во многом обусловлены сложившимся влиянием телевидения, которое было изучено М. Маклюэном, Н. Луманом, Ж. Бодрийяром, П. Бурдьё, Ф. Джеймсоном, Дж. Фиске, Р. Вильямсом, А.В. Кукаркиным, С.А. Герасимовой, Н.Б. Кирилловой, К.Э. Разлоговым, В.В. Зверевой, Е.Н. Шапинской и многими другими авторами.

Телевидение формирует духовный (ценностный) мир, что составляет практическую актуальность рассмотрения современного российского телевидения как феномена культуры. За время своего существования телевидение породило новые культурные формы, сформировало не одно поколение, которое выросло на ценностях, распространяемых телевидением. Под современной телевизионной культурой автор понимает период, охватывающий события с 1987 года, когда вышла программа «Взгляд», которая стала первым элементом, разрушающим советскую телевизионную культуру.

Сфера влияния телевидения на сегодняшний день настолько обширна, что понятия «телевидение и «телевизионное пространство» уже не соответствуют изменившейся реальности (П. Вирилио). Вопреки обыденному восприятию телевидения как средства досуга, становится актуально проведение культурной политики, направленной прежде всего на изменение отношения к телевизионной культуре у самого телезрителя. На данный момент отсутствует адекватное восприятие телевизионной культуры, которое соответствует представлению современной телевизионной культуры как средства доступа к необходимой информации и одной из сфер досуга, но такое восприятие предполагает осознание всей серьёзности влияния телекультуры на систему ценностей и психику человека.

Исследования, рассматривающие телевидение в системе культуры, не включают в своё содержание понятие «телевизионная культура», так как, во-первых, исследования ведутся в рамках изучения культуры информационного общества, постмодерна, массовой и медиа- культуры, а, во-вторых, исследователи почти не предлагают, несмотря на негативное воздействие телевидения, способов решения возникающих проблем, с которыми сталкивается «нервная система человечества» (М. Маклюэн)¹.

Безусловно, что перед культурологией встаёт задача целенаправленного, системного, а не ситуативного изучения телевизионной культуры. Несмотря на всю многозначность самого понятия «культура», построение различных трактовок понятия «телевизионная культура» находится на этапе становления.

Более того, говоря о культурной политике в области телевидения, мы входим в область прикладных аспектов культурологии, в область применения культурологических знаний в повседневной жизни. Изучая явления культуры повседневности, культуры, в рамках которой человек живёт, принимает ежедневные решения, создаёт, творит для других в мире интересубъективности, культурология может закрепить свой статус как сущностно необходимой и важной дисциплины не только в среде гуманитариев, но и для всех членов общества.

Степень научной разработанности темы

Несмотря на относительно небольшое количество работ, посвящённых изучению российского телевидения, следует отметить, что существующие социологические и культурологические исследования в области массовой культуры, постмодерна и информационного общества (в рамках которых изучалась телевизионная культура), а также семиотические и структуралистские теории являются фундаментом для построения знания о телевизионной культуре. Разработаны многочисленные программы учебных курсов по теории и истории массовой коммуникации и телевидения. В настоящее время можно выделить несколько направлений исследования телекультуры:

- 1) изучение телекультуры в рамках исследования информационного общества;
- 2) изучение телекультуры в контексте постмодерна;
- 3) критическое направление в исследовании телевизионной культуры;
- 4) семиотические и структуралистские (постструктуралистские) исследования телекультуры;
- 5) «визуальные и культурные»² исследования;

¹ Маклюэн, Г. М. Понимание Медиа Внешние расширения человека – М. Гипербория, Кучково поле, 2007.

² «Визуальные и культурные» исследования - <http://viscult.ehu.lt/>

- 6) социология телевидения, в том числе изучение телекультуры в рамках «феноменологической социологии повседневности»;
- 7) системные исследования СМИ, в том числе исследования истории и современного состояния телевизионной культуры.

Постановка проблемы влияния телевидения как средства массовой коммуникации на культуру и человека принадлежит канадскому философу и культурологу Херберту Маршаллу Маклюэну, который в 60-х годах XX века стал первопроходцем теоретического исследования информационного общества. Работы М. Маклюэна «Исследования коммуникаций» (1960), «Понимание медиа: внешние расширения человека» (1961), «Война и мир в глобальной деревне» (1968), «Культура – наш бизнес» (1970)¹ стали классикой в изучении телекультуры.

Оппонентом М. Маклюэна является Р. Вильямс, который отвергает технологический детерминизм, акцентирует свой взгляд на содержании телевидения и утверждает, что медиа можно использовать для корректировки социальных изменений. К теоретическому исследованию информационного общества относятся также исследования Д. Белла и А. Тоффлера, которые рассматривали новые ценности информационного общества («власть – знание») и доказывали, что культура в информационном обществе – это культура постмодерна.

Изучение телевидения в контексте постмодерна рассматривается с позиций Ж.-Ф. Лиотара, Ж. Бодрийяра, А. Кроукера, Д. Кука, Ф. Джеймсона. Обращение к работам вышеупомянутых философов обосновано, так как постмодернизм является мировоззрением и идеологией информационного общества (А. Тоффлер, Дж. Бенигер). Постмодернистские исследования признают иллюзорность происходящего на экране и феномен «отсутствия телезрителя», который, в свою очередь, ведёт к безответственности.

Следует особо отметить заслугу российского исследователя В.А. Емелина, который совместил данные постмодернистских исследований и, в рамках изучения информационного общества, конкретизировал и систематизировал основные черты современного телевидения. Заявленные характеристики телевидения содержат в себе ценностные черты, благодаря чему можно говорить о телевидении как культурном феномене, которое является ядром телевизионной культуры в целом и определяет её. В.А. Емелин вслед за канадскими социологами А. Кроукером и Д. Куком утвердил в отечественных исследованиях понимание телевидения в качестве «стиля и образа эпохи постмодерна».

¹ McLuhan M Explorations in Communication Boston, Beacon Press, 1960,
McLuhan M Understanding Media, The Extensions of Man - MIT Press, 1994,
McLuhan M War and Peace in the Global Village NY, McGraw-Hill, 1968,
McLuhan M Culture is our Business NY, McGraw-Hill, 1970

Критическое направление в исследовании телевизионной культуры, по сути начатое с критики массовой культуры в трудах представителей Франкфуртской школы Т. Адорно и Г. Маркузе, определяется отрицательными оценками телекультуры, исходя из специфики телевидения, выявленной Маклюэном. В частности, российский исследователь С.Г. Кара-Мурза критикует использование манипулятивной способности телевидения, а Г. Дебор показывает усиление роли симулякров в восприятии современной действительности. Примечательно, что телевидение как культурный феномен наиболее полно рассмотрено в рамках изучения массовой культуры, где преобладает критическая традиция. Данное направление характеризует советские исследования зарубежного телевидения (А.В. Кукаркин, А.С. Вартанов, сборники «Телевидение вчера, сегодня, завтра»¹), а также классические в XX веке исследования в области массовой культуры Г. Маркузе, Т. Адорно, Й. Смитс, Г. Дебор, Н. Постман.

Критическую направленность продолжает изучение телевидения в рамках исследования эстетики постмодернизма (Н.Б. Маньковская, В.В. Бычков, Л.К. Бычкова). Основной пафос критического направления – критика ирреальности происходящего на экране.

Семиотические и структуралистские (постструктуралистские) исследования телевидения показывают, что телекультура – продукт развития семиотических систем, особая, замкнутая на себя, формирующаяся по собственным законам реальность. Семиотические исследования подразумевают подход к продукции телевидения как к тексту, что вызывает необходимость раскрытия структуры текста и способов интерпретации сообщения. Работа Дж. Фиске «Телевизионная культура» представляет собой теорию полисемичности телевизионных текстов, что уводит нас от технологического детерминизма, так как, согласно теории Фиске, телетексты – это продукты своих читателей. К данному направлению исследований относятся труды Ч. Пирса, Р. Барта, У. Эко, Дж. Фиске, С. Холла, Д. Арнольда, Ю.М. Лотмана, С.А. Зайцевой.

В зарубежной и отечественной литературе уже сложилось междисциплинарное направление «визуальных и культурных» исследований, которое использует данные искусствознания, социологии, философии, теории культуры. Объектом исследования в данном направлении является телевидение как система зрительно воспринимаемых объектов. К представителям направления «визуальных и культурных» исследований относятся П. Бурдье, А.Р. Усманова, А.Я. Сарна, С.С. Чистякова, А. Малви, А. Мусвик и др.

Социология телевидения представлена в работах П. Бурдье, Б.В. Дубина и И.А. Полуэхтовой, которые рассматривают такие проблемы, как

¹ Телевидение вчера, сегодня, завтра - М Искусство, 1982,
Телевидение вчера, сегодня, завтра - Вып 4, М Искусство, 1984

соотношение власти и общества в телевизионном пространстве, вкусы и предпочтения современной аудитории (на основе социологических опросов), а также этапы становления российской телевизионной культуры. Научный интерес для прояснения социокультурных взаимоотношений «личность – СМИ» представляют работы авторов, которые рассматривают особенности «ситуации постмодерна» – Р. Сеннета, З. Баумана, К. Лэша.

«Феноменологическая социология повседневности» исследует телекультуру как элемент повседневной культуры, повседневных взаимоотношений и отображена в работах Л.Г. Ионина, И.Т. Касавина, С.П. Щавелева, М.В. Лукова, Г.С. Кнабе, Н.Н. Козловой, Л. Саффхил.

Важнейшим базисом исследований в данной области является системный анализ места и роли СМИ в обществе. К фундаментальным трудам следует отнести работы Ю. Хабермаса о коммуникативном процессе человеческой деятельности и роли коммуникации во взаимодействии между подсистемами «жизненный мир» и «общественная система». Другой немецкий философ Н. Луман, по сути, продолжает системное изучение места СМИ в общественной динамике. Труды Ю. Хабермаса и Н. Лумана стали фундаментом для дальнейших исследований истории и состояния телевизионной культуры, в частности работы Н.Б. Кирилловой, М.М. Назарова, Е.Н. Шапинской, А.Я. Сарна (теория коммуникации), К.Э. Разлогова, В.В. Зверевой, С. Грина, Т. Брока (развлекательная парадигма телевидения), С.А. Герасимовой (прикладная культурология в области телевидения), В.А. Емелина, В.А. Шкуратова (постмодернистская трактовка телевизионной культуры), О.А. Николаевой, И.Я. Медведевой, Т.Л. Шишовой, Б.М. Сапунова (взгляд на телекультуру как необходимый элемент воспитания традиционной и православной этики).

В отечественной традиции рассмотрения СМИ и общества начало системному изучению телевидения положила С.А. Герасимова в книге «Культурология и теория телекоммуникации: элементарный курс», однако термин «телевизионная культура» ею не используется. Наиболее близка к заявленной теме диссертация М.В. Лукова «Телевидение: конструирование культуры повседневности» (2006), в которой проводится исследование телевидения как социокультурного феномена и изучаются методы конструирования телевидением культуры повседневности.

Помимо общетеоретических исследований существует также художественная литература (в частности, произведения Р. Брэдли, В.О. Пелевина и С.С. Минаева и многих других авторов) и ряд журнальных статей публицистического характера Ю.А. Богомолова и И.Е. Петровской, которые представляют «фоновые знания» интерпретации телевизионной культуры.

Автор диссертационной работы уверена в теоретической и практической перспективах дальнейшей разработки темы российской телекультуры не

только для теоретической рефлексии общественных изменений, но и в переосмыслении общих принципов формирования гуманитарной мысли.

Объект исследования – современная российская телевизионная культура.

Предмет исследования – содержание и особенности российской телекультуры в период 1987 - 2007 гг.

Цель и задачи исследования

Цель данного исследования представляет собой культурологический анализ современной российской телевизионной культуры, а также выявление перспектив модернизации телекультуры, применения потенциала телевизионной культуры в образовательных практиках.

Достижение указанной цели реализовывалось посредством решения более частных **исследовательских задач**:

1. Прояснение особенностей телекультуры и обоснование тезиса о необходимости её междисциплинарного исследования.
2. Определение системы образующих телевизионную культуру элементов и функций с целью рассмотрения ценностных и психологических ориентиров телезрителей.
3. Рассмотрение сущности телевизионной культуры в контексте «ситуации постмодерна» для установления её специфических характеристик.
4. Анализ «развлекательной парадигмы» современной российской телекультуры с целью описания её социо-психологического фона и причин его возникновения.
5. Критический анализ культурных образцов современной российской телекультуры.
6. Выявление «предметов умолчания» современной российской телекультуры.
7. Исследование вопроса о перспективах культурной политики в сфере телекультуры на современном этапе, в частности, в период 1987 - 2007 гг.
8. Обоснование применения элементов телекультуры в системе образования.

Теоретические и методологические основания исследования

Теоретическую основу диссертации составили классические работы, касающиеся роли средств массовой коммуникации и телевидения в современном обществе, труды зарубежных и отечественных исследователей, рассматривающие проблематику телевизионной культуры и ценности современности.

В области теории и методологии следует отметить влияние на диссертационное исследование ростовской школы культурологии, которую представляют труды В.Е. Давидовича, Г.В. Драча, О.М. Штомпеля, Е.Я. Режабека, Т.П. Матяш. Также используются идеи и принципы исследования, воспринятые из работ Е.В. Золотухиной-Аболиной (концепция повседневности), М.В. Заковоротной (теории информационного общества), В.П. Кохановского (теория методологии).

Культура в данном исследовании понимается как сфера коммуникации индивидов, посредством которой удовлетворяются потребности в сохранении «жизненного мира» и развития творчества в человеческой жизнедеятельности. Жизненный мир трактуется как социокультурный мир вещей, ценностей, товаров, который существует как интересубъективный мир людей, как обыденная рутина ежедневной деятельности с преобладанием привычных форм мышления и стилией поведения, который поддерживает чувство «онтологической безопасности».

Сущность культуры рассматривается как выработанный обществом, транслируемый способ человеческой деятельности, направленный на преобразование природы, общества, самого человека.

В основу характеристики основных черт телекультуры (фрагментарность, интертекстуальность и симуляция) положена классификация В.А. Емелина. Особую роль в настоящем исследовании занимает концепция М. Маклюэна, где телевидение понимается как этап в развитии коммуникации, который отмечен глубоким вовлечением психики человека в процесс телекоммуникации и возрастанием роли тактильности и мозаичности. Идеи Ж. Бодрийера и Н. Лумана о принудительном характере современной массовой культуры и средств массовой коммуникации были переосмыслены применительно к телевизионной культуре: телевидение понимается как необходимое средство доступа к общезначимой информации.

В работе используется междисциплинарный подход, который включает в себя данные различных дисциплин: культурологии, социологии, философской антропологии, психологии.

Методологию диссертации также составляют общенаучные методы (анализ, синтез, индукция, сравнение), а также, в связи со спецификой предмета исследования, ценностный, деятельностный и системный подходы и метод включённого наблюдения.

Научная новизна исследования состоит в попытке осмыслить современную российскую телевизионную культуру и предложить теоретически обоснованные стратегии её модернизации, что выразилось в следующем:

- представлена структура телевизионной культуры, которая включает в себя технологический, предметно-содержательный и ценностный уровни;

- описан образ российского культурного героя современной телекультуры;

- рассмотрена «развлекательная парадигма» современной российской телекультуры, создаваемая посредством следующих культурных образов: уход от повседневности в мир симулякров и иллюзий; стремление к развлечению; реактивность; нарциссизм; эгоизм; автономизм; инфантилизм; иронизм и «автоматический оптимизм»;

- выделены «предметы умолчания» современной российской телекультуры;

- определена значимость формирования культурной политики в современных российских СМИ, которая определяется потребностью в корректировке культурных образов, транслируемых телевидением;

- установлена наиболее важная особенность культурной политики в области телевизионной культуры эпохи постмодерна, а именно: формирование адекватного восприятия телекультуры как необходимого атрибута «грамотности» телезрителя;

- выявлены аспекты педагогики современного образования, связанные с распространением монологической ментальности, в которой телевидение в силу своей специфики формирует сознание, неориентированное на диалог в современном образовательном процессе.

Положения, выносимые на защиту

1. Структура телевизионной культуры включает в себя следующие уровни:

- технологический уровень – представление и преобразование реальности посредством телевидения;

- предметно-содержательный уровень: продукция телевидения, печатные издания СМИ и книги, сохраняющие элементы содержания и стилистику телевидения, «книги сценарии», книги, статьи и Интернет-сайты, интерпретирующие события и феномены, связанные с телевизионной продукцией, предметы, рекламирующие продукцию телевидения (рекламные растяжки, щиты, буклеты и т.д.);

- ценностный уровень: образы культурных героев; ориентации, установки и стереотипы, получающие санкцию со стороны телекультуры или осуждаемые ею; самореференция (саморефлексия) телевидения в условиях неспособности отвергнуть обвинения в манипулировании сознанием.

2. На современном этапе приоритетной является развлекательная функция телекультуры. В современной массовой индустрии «погони за весельем» общение с телевидением, преследует цель доставить удовольствие, что позволяет людям «переместиться» от реалий повседневности. Механизмы, лежащие в основе удовольствия представляют собой: феноменологический опыт удовольствия посредством перемещения в

нарративный мир телевизионной среды; получение благ от общения с телевидением; развитие познавательных и эмоциональных способностей человека. Удовольствие посредством «бегства от себя» развивает сосредоточенность на себе, что составляет основу для формирования характерных для современной эпохи типов личности: нарциссического, невротического.

3. Культурными образцами современной телекультуры являются: уход от повседневности в мир симулякров и иллюзий; стремление к развлечению; реактивность; нарциссизм; эгоизм; автономизм; инфантилизм; иронизм и «автоматический оптимизм» (оптимизм, не имеющий под собой реальных оснований). Обнаружено, что эгоизм, гедонизм и автономизм стали следствиями нарциссизма, негативными сторонами формирования индивидуальной идентичности, следствием отдалённости людей друг от друга и «принудительной любви» к телу. Данные характеристики носят негативный характер для формирования культуры в целом, вследствие доминирования частной сферы над публичной.

Ключевыми моментами инфантилизма в пространстве постмодернистского телевидения становятся следующие характеристики: непосредственность в проявлении чувств и игровое начало; манипулирование эмоциями; конформизм; безответственность и гиперироничность.

4. Культурным героем телеэкрана становится человек, работающий в престижной области (с точки зрения, ценностных ориентаций современной российской телекультуры, культурный герой работает в той сфере, которая приносит сверхприбыль), способный непосредственно выражать свои эмоции, самостоятельно принимать решения и удовлетворять свои желания независимо от традиционных этических норм (Саша Белый, сериал «Бригада»). Противоречивость культурного героя состоит в том, что, с одной стороны, он является индивидуальностью, так как способен к самовыражению, но, с другой стороны, не является личностью, так как не служит обществу.

5. В пространстве современной российской телекультуры имеют место следующие «предметы умолчания» (темы, у которых нет перспективы стать новостью):

- публичная сфера как сфера реальной политики (гражданский долг, сфера гражданских отношений, права и обязанности граждан);
- проблема понимания/непонимания;
- проблема пассивности/агрессии в повседневной жизни;
- культурологический взгляд на тенденции современной культуры;
- противоречия, с которыми сталкивается человек, вследствие социализации по проекту массовой культуры;

- духовно-нравственные ценности, в том числе и накопленный в данной области религиозный опыт (понятие долга, нравственности, Красоты, Истины, а также то, ради чего стоит жить);

- общечеловеческие идеалы и ценности в культуре (идеалы, разделяемые всеми слоями общества).

6. Вследствие особенностей технологического и ценностного развития телевизионной культуры, можно развивать тему необходимости формирования культурной политики в данной области. Проведение культурной политики на телевидении включает в себя:

а) технологические аспекты:

- 1) регулирование звуковых эффектов и резонансов в рекламе;
- 2) внесение аргументации и комментариев к передаваемой информации, уменьшение декларативности;
- 3) сохранение жанрового баланса в программах, фильмах и сериалах;

б) деятельностные аспекты:

- 1) увеличение количества детских и образовательных программ отечественного производства; снижение количества и зрелищности информации на темы катастроф, смерти, криминала и «непознаваемого»;
- 2) возрождение документального кино;
- 3) критика, нацеленная на изменение существующего положения дел в телевизионной культуре с предложением более эффективной деятельности по её реформированию;
- 4) формирование компетенции в области телекультуры как у создателей телепрограмм, так и у телезрителей; адекватное восприятие телепространства как необходимый атрибут «грамотности» телезрителя;
- 5) применение стратегии телекультуры в области образования;
- 6) анализ ресурсов телевизионной культуры, условий проникновения культурных образцов телеэкрана в жизненный мир; привлечение культурологов к исследованию телекультуры;
- 7) выработка стратегии проведения публичных обсуждений на телевидении;

в) ценностные аспекты:

- 1) повышение ответственности интеллектуалов в осуществлении телекоммуникации;
- 2) создание программ, где на обсуждение выносятся темы публичной сферы, затрагивающие интересы общества и государства с непосредственным участием политиков и специалистов, влияющих на ход развития страны, обнародование результатов их деятельности; телевидение должно стать местом обсуждения публичных проблем, касающихся различных слоёв общества;

- 3) акцентирование внимания на «предметах умолчания»;
- 4) повышение статуса телевидения в глазах населения;
- 5) принятие во внимание отзывов телезрителей при создании телевизионных программ;
- 6) журналистская практика в условиях чрезвычайных ситуаций.

7. Вследствие влияния монологического характера телевизионной коммуникации, у современного российского учащегося формируется сознание, неориентированное на диалог в условиях установившихся отношений «преподаватель – учащиеся». Некоторые стратегии телевизионной культуры могут стать фундаментом для развития новых образовательных практик. В данном случае речь идёт о формировании «образов» в педагогической практике, поддержании эмоциональной атмосферы, описывании моделей и ситуаций, учитывающих монологический характер телевидения («сократовский метод» ведения беседы, прояснение целей и задач курса и лекции, объяснение терминологии, уточняющий анализ, чёткая, образная и эмоциональная речь).

Научно – практическая значимость исследования

Основные положения и выводы диссертационного исследования, а также анализ существующих источников, рассматривающих явления, относящиеся к телекультуре и современной культуре, позволяют конкретизировать и расширить теоретические представления о современном телевидении.

Материалы диссертации могут быть использованы в преподавании общих и специальных курсов по культурологии, философской антропологии, психологии и педагогике, а также для дальнейших теоретических и практических разработок проблемы.

Апробация результатов работы

Основные теоретические положения и выводы диссертации нашли отражение в 7 публикациях автора объёмом 2 п. л.

Различные аспекты диссертационного исследования обсуждались:

- на конференции в рамках «Недели науки» на факультете философии и культурологии Ростовского государственного университета (апрель 2004 г.),
- на Первом Российском культурологическом конгрессе (Санкт-Петербург, 25-29 августа 2006г.);
- на ежегодной конференции-семинаре молодых учёных «Науки о культуре – шаг в XXI век» Российского института культурологи (РИК) (Москва, 5-6 декабря 2006г.);
- на конференции «Зритель в искусстве: интерпретация и творчество» (Санкт-Петербург, 26-27 марта 2007 г.);
- в чтении лекций по курсам «Культура информационного общества» и «Теория и история культуры повседневности» на факультете философии и культурологии ЮФУ.

Структура и объём диссертации

Структура диссертационного исследования обусловлена логикой раскрытия цели и задач исследования и состоит из введения, четырёх глав, содержащих 10 параграфов, заключения, 6 приложений и списка литературы, включающего 153 источника, в том числе 8 на английском языке. Общий объём диссертации 160 страниц.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во **Введении** обосновывается актуальность выбранной темы, освещается степень её научной разработанности, формулируются цель и задачи исследования. Отмечаются элементы научной новизны, излагаются положения, выносимые на защиту, определяется теоретическая и методологическая основа исследования, указывается его теоретическая и практическая значимость, даётся апробация результатов диссертационного исследования.

Первая глава диссертации – «Методологические основы исследования феномена телевизионной культуры» – состоит из двух параграфов. Цель данной главы – определение категориального аппарата исследования, формулировка принципов и методов исследования феномена современной российской телевизионной культуры в целом и выяснение специфики взгляда на проблему именно с позиции культурологического знания.

В **первом параграфе – «Структура и функции телевизионной культуры»** – определяется категориальный аппарат исследования и анализируются функции телевизионной культуры. В современном гуманитарном знании существует необходимость постоянного нового анализа телевидения в культурологии, что объясняется не только отсутствием интерпретации новых феноменов, связанных с телекоммуникацией, но и доминированием телекультуры в сфере социализации личности, а также негативным влиянием современной телевизионной культуры, что, в свою очередь, доказывает актуальность проведения культурной политики в данной области.

В настоящем исследовании телевизионная культура определяется с точки зрения деятельностного подхода (понимание культуры как способа жизнедеятельности) и семиотического подхода (понимание культуры как знаковой реальности). Телевизионная культура – это совокупность элементов и феноменов культуры, которые являются результатами деятельности телевидения, формируют и поддерживают систему мировоззрения массового потребителя. В категориальный аппарат исследования вводятся также понятия «телевизионное пространство» и «телевидение»: телевизионное

пространство – это целостная система телевидения, понимаемого как социальный феномен (то есть способ объединения людей посредством телевизионных технологий), которая служит основанием для телевизионной культуры. Понятия «телевизионная культура» и «телевидение» находятся в таком же соотношении, как понятия «культурное» и «социальное». Телевидение – ядро телевизионной культуры – «одно из основных средств массовой коммуникации, обеспечивающее приём и передачу движущихся и неподвижных объектов на расстоянии. Включает в себя область науки, культуры и техники, связанную с передачей на расстояние и приёмом изображений, и учреждения, осуществляющие вещательные передачи»¹.

Структура телевизионной культуры включает в себя технологический уровень (техническая сторона телевизионной коммуникации, специфика построения телевизионного пространства; телевизионная журналистика, менеджмент в сфере телевизионной культуры); предметно-содержательный уровень (телевидение; издания, ориентированные на распространение ценностей телекультуры); ценностный уровень (образы культурных героев; ориентации, установки, стереотипы культуры; самореференция (саморефлексия телевидения)².

С учётом определения структуры телекультуры выделяются и её основные функции:

1. Социализирующая (и трансляционная). Телевизионная культура позволяет человеку войти в социокультурную среду и приобрести данные, необходимые для последующих повседневных коммуникаций.
2. Инкультурационная – освоение способов мышления и действий, характерных для той культуры, к которой принадлежит телезритель.
3. Преобразовательная – обновления системы ценностей, стилей и технологии в различные исторические периоды
4. Нормативная – предоставление норм, стереотипов, установок и т.д. в повседневной жизни.
5. Коммуникативно-интегративная – формирование групп и сообществ телезрителей.
6. Развлекательная – ведущая функция телекультуры, которая позволяет облегчить или снять психологическое напряжение, связанное с травмирующим характером современной культуры.
7. Рекреационная – способствует эмоциональной разрядке (юмористические программы), отдыху и восстановлению психологического состояния телезрителя.
8. Образовательная – «теневая» функция телекультуры, которая обеспечивает предоставление информации о мире, методах познания

¹ Герасимова С.А. Культурология и теория телекоммуникации – М Гардарики, 2007 – С 166

² Луман Н. Реальность Массмедиа - М Праксис, 2005

мира и, так называемое, «знание о жизни» - обыденную житейскую философию.

9. Регулятивная – обеспечивает процесс управления общественным настроением и поведением («СМИ – 4-я власть»): «Главным показателем нового постисторического качества событий явилась способность власти действовать в режиме быстрого и сверхбыстрого времени публично; при этом ещё конструировать медиадействие»¹. Регулятивная функция телекультуры проявила себя в создании «цветных революций».
10. Манипулятивная – функция, которая свойственна природе телевидения изначально (Н. Луман), – навязывание определённых точек зрения путём подтасовки данных, искажения реальности.
11. Компенсаторная – позволяет компенсировать недостающие в повседневной жизни чувства и переживания.

Во втором параграфе – «Особенности культурологических подходов к изучению телевизионной культуры» – рассматриваются основные методологические основания изучения телекультуры. Наиболее приемлемыми являются культурологические подходы, которые позволяют синтезировать данные других гуманитарных дисциплин и заостряют внимание на проблематике поведения человека (и как телезрителя, и как участника программ) в рамках пространства телевизионной культуры.

В данной работе, с точки зрения специфики объекта и предмета исследования, применяется ценностный подход, который рассматривает продукты телекультуры как ценности национальной культуры, и вместе с тем определяет телекультуру как явление более консервативное по сравнению с культурой постмодерна.

Также с учётом специфики фрагментарного воздействия телевидения, используется метод «включённого» наблюдения. Помимо вышесказанного приемлемым при изучении телевизионной культуры является семиотический подход, который понимает телевидение как текст, требующий расшифрования.

Во второй главе – «Специфика современного телевизионного пространства в контексте культуры постмодерна», состоящей из четырёх параграфов – исследуется пространство телевизионной культуры в рамках постмодерна, что позволяет выделить сущностные характеристики телевизионной культуры: фрагментарность, интертекстуальность и симуляцию.

В первом параграфе – «Мировоззренческие основания культуры постмодерна» – рассматриваются основные свойства культуры постмодерна, которые находят своё выражение с развитием средств массовой

¹ Шкуратов В А Искусство экономной смерти Сотворение видеомира – Ростов-н/Д Наррадиума, 2006 – С 285

коммуникации. Обращение к теоретикам постмодернизма в трактовке роли телевидения в современном обществе является обоснованным, так как одним из главных принципов постмодерна стала «культурная опосредованность», а значит усиление значимости посредников, роль которых в современном обществе всё активнее начинают играть средства массовой коммуникации.

Постмодернизм представляет собой мировоззрение информационного общества. Основным движущим принципом постмодернизма является плюрализм; идёт установка не на глубину, а на скольжение по поверхности¹. Однако, принцип плюрализма не царствует безраздельно. «Многообразие информационных каналов обеспечивает относительную независимость выбора информации. Массовая культура создаёт шумовой фон, препятствующий развитию обыденного сознания в темпе, соразмерном росту полезной информации»².

Постмодернизм затрагивает вопросы, которые скорее касаются проблем не мировоззрения, а мироощущения, то есть ту область, где на первый план выходит эмоциональное восприятие мира. В эпоху постмодерна реальность как таковая не представляет собой никакой ценности. С точки зрения Ги Дебора, сейчас происходит трансформация общества потребления в «общество спектакля», где «спектакль – это не совокупность образов, но общественное отношение между людьми, опосредованное образами»³. Общество спектакля характеризуется как «стадия, на которой <...> отчужденное потребление становится некой обязанностью масс»⁴.

Следствием принципа плюрализма в СМК является иллюзия того, что к специальному знанию может приобщиться каждый, благодаря простой и доступной подаче материала, что не способствует выработке критического отношения к изложенной информации, которая подаётся в виде утверждения. Телевидение, по своей специфике, стремится максимально упростить подаваемую информацию посредством урезания деталей или, наоборот, путём добавления объяснений.

Во втором параграфе – «Мозаичность телевизионного изображения» – рассматривается концепция канадского исследователя М. Маклюэна, в рамках которой впервые был проведён анализ мозаичности в связи со спецификой телекоммуникации. Телевидение формирует сознание, при этом средство коммуникации является сообщением, согласно теории М. Маклюэна. СМИ развивают и усложняют человеческие чувства, упорядочивают их и преобразуют, формируют чувствительного, восприимчивого к СМИ индивида.

¹ Jameson F Video Surrealism without the Unconscious // Jameson F Postmodernism or, the cultural logic of late capitalism – Durham, Duke University Press, 1991

² Касавин И Т, Шавелев С П Анализ повседневности – М Канон +, 2004 – С 153

³ Дебор Г Общество спектакля - М, 2000 - С 23

⁴ Там же С 34

Чувства трансформируются и развиваются до определённого предела возможностей психики только в одной плоскости – плоскости СМИ, то есть весь богатый спектр эмоций распространяется на область коммуникации со СМИ, а остальная часть повседневной жизни остаётся обделённой эмоциональным восприятием. Отсюда проистекает холодность и бесчувственность по отношению к реальным трагическим событиям, которые происходят на глазах, а не транслируются через экран, хотя со временем снижается чувствительность и к восприятию трагического и шокирующего на экране.

«Вовлекающий», а во многом и манипулятивный эффект телевидения напрямую связан с его мозаичностью. Сознание человека активно собирает фрагменты телевизионного изображения, хотя многие специалисты считают, что зритель пассивен во время просмотра телепередач. Описанная здесь «пассивность восприятия» представляет собой внешний эффект. Человеку действительно трудно раздумывать над представленными сюжетами программы: надо успеть досмотреть до конца, не упустить ни одного фрагмента, попытаться «собрать» мозаику. Телевидение «убаюкивает» сознание, потому что неизбежно втягивает человека в сложный процесс «просматривания» интересных телепрограмм¹.

В третьем параграфе – «Серийность, дискретность и интертекстуальность телевидения» – речь идёт о серийности телевидения, которая отсылает нас к дискретности и интертекстуальности.

Серийность является специфическим способом выстраивания телевизионного пространства, а вслед за ним и пространства и времени телезрителя. «Если сама по себе мозаичная телевизионная картинка двухмерна, то серийность придает ей в каком-то смысле третье измерение, выступая в качестве оси, на которую подобно бисеру нанизываются осколки телепрограмм»².

Разделенные определенными отрезками времени серийные программы (к последним мы относим не только сериалы, но и любые периодически повторяющиеся программы, будь то новости, музыкальные и ток-шоу, политические обозрения и т.д.) особым образом структурируют жизнь телезрителя. Для нас входит в рутинную привычку видеть в определенное время определенные передачи, и даже рефлекторная система настраивается на повторяющиеся во времени серии телешоу и новостные программы. Существует другая сторона серийности, в которой фиксируется социальное воздействие телевидения: факт виртуального присутствия телезрителей. Люди, реально не покидая кресла у своего телевизора, виртуально объединяются с такими же, как они, поклонниками просматриваемого

¹ Маклюэн Г М Понимание Медиа Внешние расширения человека – М · Гиперборей, Кучково поле, 2007

² Емелин В А Телевидение стиль и образ эпохи постмодерна –
([http //emeline.narod ru/tv.htm](http://emeline.narod.ru/tv.htm))

сериала, тем самым общество распадается на аудитории, некие «серийные единства». Фиктивная «общность телезрителей» не заменяет реальную общность людей, участие и общение. Просто время, которое можно было бы провести с друзьями или книгой, тратится на просмотр телепередач, но потребность в общении, присущая человеку, остаётся неудовлетворённой.

Телевизионное пространство, будучи мозаичным и серийным, дробится уже самим телезрителем с помощью ещё одного свойства фрагментарного телевидения – дискретностью. Дискретность – утвердившийся способ управления телевизором (фрагментирования телевизионной информации) с помощью технических средств. Наиболее полно дискретность воплотилась после вхождения в обиход пульта дистанционного управления.

Фрагментарные разрозненные фрагменты тем не менее постоянно отсылают зрителя к всевозможным другим фрагментам, показанным когда бы то ни было. Например, новостные программы основаны на этом приёме, называемом интертекстуальностью. В узком смысле интертекстуальность означает включение одного текста в другой. Реальность в пространстве телевидения постмодерна предстаёт фрагментированной и отсылает к разным источникам. Столь заметная в современном телевидении интертекстуальность возникла не сразу. Вплоть до конца 80-х годов сохранялась жанровая структура, обусловленная особенностями идеологической роли медиа в советском обществе как средства пропаганды. В послеперестроечный период в отечественные медиа были перенесены (зачастую механически «снимались кальки») все виды и жанры как европейских, так и американских медиа. Отсюда изобилие заимствованных жанров на экране, что отражается и в терминологии (ток-шоу, гейм-шоу, дог-шоу, ситком (*комедия ситуации*)), и в содержании передач, нередко буквально переведённых с передачи-оригинала («Поле чудес», «Куклы» и др.).

В четвёртом параграфе – «Телевидение как симуляция» – рассматривается симулятивная природа телевидения на основе идей Ж. Бодрийера. Природа телевидения подразумевает, что значения формируются за счет постоянного поступления визуальных образов. Бесконечная череда изображений формирует гиперреальность – целостное самодостаточное пространство, в котором мир «собран» из симулякров и где одни образы взаимосвязаны с другими. В этом мире вопросы и объяснения формулируются из логики телевизионной реальности, подчиняясь законам драматического повествования.

В рамках гиперреальности события и суждения оцениваются не по их истинности, а по пользе и эффективности. Никого не интересует, правда ли то, что показано по телевидению, поскольку в постмодернистской концепции в условиях гиперреальности таким категориям как истина, справедливость,

прогресс просто нет места. «В эпоху постмодерна ничто не живо и уж тем более не свято»¹.

Бодрийяр указывает на стереотипизацию восприятия у зрителя. Фильмы и передачи представляют собой тексты, которые запрограммированы на определённые реакции телезрителей, причём сами реакции сведены до минимума. Например, в сериалах демонстрируются ситуации, которые должны вызвать только смех или только грусть, одобрение или неодобрение – и телезритель ощущает, какой реакции от него требует ситуация в сериале. Таким образом, продукция телевидения «тестирует» телезрителя на соответствие предполагаемым реакциям. Телезритель не может ограничиться только информативной функцией телевидения или наслаждаться качеством программы, которая требует от него проверки на соответствие стереотипным моделям².

Получая готовый образ, да еще в определенном смысловом контексте, мы начинаем верить в реальность происходящего, причем единичное событие легко с помощью волнующей картинки выдать за общезначимое, точнее за *симулякр* общезначимого.

Симуляция как отчуждение образа от сущности и уход от реальности стоит в одном ряду с другими рассмотренными ранее признаками эпохи постмодерна, а таковыми являются: фрагментарность, выраженная в трёх ипостасях – мозаичности, серийности и дискретности, интертекстуальность как бесконечное цитирование и обращенность к различным посланиям, символика и кодам. Эта цепь признаков является следствием основного мировоззренческого принципа постмодерна – плюралистичности.

Третья глава – «Ценностные установки современной телевизионной культуры» – посвящена исследованию культурных образцов современной телекультуры в свете развлекательной парадигмы.

В первом параграфе – «Развлекательная парадигма современной телевизионной культуры» – с позиции теории «перемещения» американских исследователей М. Грин и Т. Брока рассматривается тот совокупный эффект, который производит на телезрителя развлекательная продукция СМИ³, проводится сравнение российского и советского телевидения.

Центральная идея «теории перемещения» заключается в том, что общение с медиасредой, которое может доставить удовольствие, «позволяет людям уйти от их земной реальности в мир нарратива (истории)»⁴. Удовольствие можно получить как из переживания вовлечённости в нарративный мир, так и из результатов этого вовлечения – возникновения

¹ Руднев В П Энциклопедический словарь культуры XX века - М, 2001 - С 237

² Бодрийяр Ж Символический обмен и смерть – М Добросвет, КДУ, 2006 – С 135-136

³ Green C M, Brock C T, Kaufman F G Understanding Media Enjoyment The Role of Transportation Into Narrative Worlds // Communication theory, 2004 № 44. - P 311-327

⁴ Там же P 312

связей с героями нарратива (перемещение в этом случае может даже привести к убеждению) и самопреобразования. Механизмы, лежащие в основе удовольствия, включают в себя:

а) феноменологический опыт удовольствия посредством перемещения в нарративный мир (ощущение реального личного участия в действии нарратива);

б) удовольствие в результате получения «благ» от общения с медиасредой: посредством бегства от себя, самопреобразования, управления настроением, посредством установления отношения с героями;

в) условия, при которых удовольствие усиливается или ослабляется: мастерство авторов (включение в медиапослание забавных подробностей, стилистических техник литературных приёмов, визуальных техник), воздействие внешних условий, удовлетворение познавательной способности.

Следует отметить, что современное российское телевидение своей «гиперразвлекательностью» резко отличается от советской телевизионной культуры, где большую часть телеэфира составляли познавательные программы. Предметное поле советского телевидения составляла общественная жизнь. Личность человека рассматривалась не сама по себе, а в связи с её ролью в обществе и вкладом в развитие страны. Героями телевизионных программ становились как ударники коммунистического труда, так и люди, которые хорошо выполняют свою работу, ведут здоровый образ жизни и служат примером для подражания.

Второй параграф – «Культурные образцы современного телевидения» – посвящён исследованию культурных образцов, образа культурного героя (в сериале «Бригада») и «предметов умолчания» (тем и сюжетов, которым в пространстве телекультуры отводится незначительное место) телевизионной культуры.

Главный герой сериала «Бригады», согласно термину М. Хайдеггера, оказывается «заброшен» в определённый сложный постмодернистский социокультурный контекст, и, с точки зрения, режиссёра старается совершать достойные поступки: помогает товарищам, заботится о семье, говорит правду, проявляет рассудительность, выдержку и мужество. Также прослеживается линия неодобрения деятельности Белого с точки зрения традиционной морали (истерика матери покаленного компаньона Белого (показанная именно как неприятная истерика, а не плач), неприязнь тётки Белого, основывающаяся на неприятии ею бандитизма, речь отца Космоса о возмездии). В результате выбор должен сделать сам телезритель: последний кадр – это выстрел, но в тёмный экран, который, по логике традиционной морали, завершает сериал.

Саша Белый является культурным героем в том плане, что противопоставляет ударам Судьбы и противопоставляет себя складывающимся ситуациям, которые оборачиваются не в его пользу, но, с другой стороны, его решения являются следствиями и продолжениями усугубляющейся ситуации и, в этом

отношении, образ Саши Белого стереотипизируется, хотя сам культурный герой, безусловно, не является «массовым человеком». Стереотипные «люди из толпы» («средняки» и пенсионеры), не принимающие позиции Саши Белого, в сериале показаны крайне негативно.

В отличие от образа культурного героя, который наиболее чётко представлен в сериале «Бригада», культурные образцы можно обнаружить в более широком пространстве телекультуры. Культурными образцами современной телевизионной культуры являются следующие установки:

- а) нарциссизм – 1) принудительная поглощённость собой;
2) снижение самовосприятия и «оцепенение» под воздействием СМК (М. Маклюэн);
- б) эгоизм – отсутствие заботы о ближних;
- в) гедонизм – увлечённость чувственными и телесными удовольствиями и зависимость от них;
- г) автономизм – отдалённость от других людей;
- д) инфантилизм – присвоение и сохранение взрослым человеком психических и даже, может быть, внешних черт детского возраста;
- е) «автоматический оптимизм» – безосновательная вера в лучшее.

Перечисленные характеристики носят негативный характер, вследствие пребывания индивида в частной сфере более чем в публичной. Культурный герой существует в сфере частного пространства, привлекает тем, что делает то, что хочет и считает нужным, сообразуясь с собственным здравым смыслом, при этом отвечая на действия других (реактивность), не считаясь с обстоятельствами, этическими и реальными.

Несмотря на то, что телекультура, хотя и в упрощённой форме, может передавать то или иное сообщения, в пространстве телекультуры присутствуют следующие «предметы умолчания»:

- публичная сфера как сфера реальной политики;
- проблема понимания/непонимания;
- проблема пассивности/агрессии в повседневной жизни;
- культурологический взгляд на тенденции современной культуры;
- противоречия, с которыми сталкивается человек, вследствие социализации по проекту массовой культуры (например, повседневные проблемы семейной жизни, с которыми сталкиваются девушки, воспитанные «на куклах Барби»);
- духовно-нравственные ценности, в том числе и накопленный в данной области религиозный опыт (современное телевидение ограничивается манифестацией знаков добра и зла, которые носят сентиментальный характер, а религиозно-нравственные ценности упоминаются отчасти в освещении религиозных праздников);
- общечеловеческие ценности.

Глава четвёртая – «Культурная политика в области телевидения: возможности и перспективы» – посвящена анализу возможностей

проведения культурной политики в области телевидения в рамках сложившейся социокультурной ситуации в России. Автор выдвигает собственный вариант культурной политики в данной области, а также предлагается вариант применения специфики опыта телекультуры в современных образовательных практиках.

В первом параграфе – **«Модернизация телевизионной культуры как культурологическая проблема»** – автор указывает на сложность и проблематичность проведения культурной политики в рамках телевизионной культуры. Современная массовая культура носит принудительный характер и вся ответственность за «грамотность в области профилактики вредных воздействий телевидения», перечисленных ранее, возлагается на телезрителя. Однако, данное положение не отрицает возможности реформирования телекультуры, которое предполагает снижение количества и зрелищности информации на темы смерти, катастроф, криминала и эзотерики, выработка стратегий проведения публичных обсуждений на телевидении, возрождение документального кино, уменьшение декларативности, увеличение количества детских и образовательных программ отечественного производства, регулирование звуковых эффектов в рекламе. Особую значимость приобретает формирование компетенции в области телекультуры у культурологов, создателей телепрограмм и телезрителей.

Наиболее важной составляющей культурной политики в эпоху постмодерна является формирование адекватного восприятия телекультуры как необходимого атрибута «грамотности» телезрителя.

Проблема адекватного восприятия телекультуры приобретает свою заострённость в связи с возникновением чрезвычайных ситуаций, которые широко освещаются по телевидению, прежде всего, в новостных программах. Существуют также отдельные программы, тематику которых составляют происшествия, связанные с террористическими актами, событиями криминального характера, катастрофами и военными действиями, которые повлекли за собой человеческие жертвы. Отметим, что страдание становится визуально открытым¹ и шоковое воздействие происходящего на экране приводит к глубочайшему страданию вплоть до слияния с жертвой в страдании (учитывая «вовлекающий» характер телевидения) – такое страдание является деструктивным, так как за ним не всегда возможна помощь тем, кто пострадал в чрезвычайной ситуации. Рассуждая о репортажах и трансляциях с мест трагических событий, имевших место 11 сентября 2001 года, российский исследователь В.А. Шкуратов выдвигает «стратегию сострадания» как тактику проведения журналистских репортажей в подобных ситуациях. В своём исследовании

¹ Шкуратов В. А. Искусство экономной смерти. Сотворение видеомира – Ростов н/Д. Наррадиума, 2006 - С 138

В.А. Шкуратов ссылается на теорию дистантного страдания исследователя Л. Болтански.

«Теория дистантного страдания намечает двоякую задачу: очеловечить информацию живыми переживаниями и парировать деструктивные образы агрессии, жестокости и хаоса»¹. В качестве примера проведения политики дистантного гуманизма В.А. Шкуратов приводит восьмиминутный сеанс радиосвязи евроисследовательницы Л. Хуляраки с датским консулом в Нью-Йорке 11 сентября 2001 года, где корреспондент спрашивает у консула о его человеческом отношении к происшедшей трагедии, помимо того, где он находится, что и как видит².

Автор отмечает, что воспитание дистантного гуманизма является задачей не только журналистов, но и всех членов общества.

Во втором параграфе – «Применение стратегий телевизионной культуры в образовательных практиках» – автор предлагает педагогические приёмы и меры, заимствованные из современной телевизионной культуры, с целью улучшения образовательного процесса в «обществе спектакля».

Перед образованием на современном этапе стоит важная задача, которая только на первый взгляд кажется абсурдной, – подтвердить своё право на существование в современном обществе – так как излишняя теоретическая специализация, формализм и отдалённость от современных социокультурных реалий лишают образование целостности. Из всех функций на настоящий момент с неравным успехом образование справляется лишь с одной – информативной. Именно здесь кроются истоки «непопулярности» (по существу) образования и учёности среди молодёжи. Поэтому все читаемые курсы должны начинаться с последовательного уточнения ответов на самые важные вопросы: цель, задача, актуальность, место и функция курса в учебной программе по специальности. Более того, каждое занятие следует начинать с ответов на те же самые вопросы, только относительно смысла лекции и семинара.

Виртуализация образования предполагает создание мозаичных (в силу специфики постмодерна) образов, авторами которых являются сами преподаватели и студенты. Материал для формирования образов берётся непосредственно из массовой и элитарной культуры, которая тоже становится массовой. Применение образов в педагогической практике не является чем-то аморальным или заслуживающим порицания.

В эпоху виртуализации реальный уровень знаний не связан с тем образом, который выбирает для себя студент. Реальный уровень знаний несомненно существует и обнаруживает себя в виде так называемых «остаточных знаний» (или их дефицита), которые требуются для изучения

¹ Там же С 133

² Там же С 135

последующих курсов. Реальный уровень знаний – это собственный продуманный и прочувствованный ответ на вопрос о смысле выдвинутого положения, а не подробный и детальный рассказ конспекта или страницы учебника. Знание – это интерпретация, своего рода личная импровизация.

Важно помнить, что телевизионная коммуникация, к которой привыкло уже несколько поколений – это коммуникация монологическая, в отличие от коммуникации посредством письма и телеграфа,¹ поэтому не следует удивляться возникающей тишине в ответ на задаваемые преподавателем вопросы. Студенты воспринимают преподавателя как «телевизор» или телевизионный образ, который или на который они смотрят. Отмечается, что нужно привыкнуть к тому, что на некоторые вопросы преподавателю придётся отвечать самому, подробно и интересно – таким образом, сгладится чувство удивления, и студенты сами будут заинтересованы в ответе (они сами захотят стать «телезвездами»).

Как телевидение ориентировано на зрителя, так и современное образование должно быть сознательно ориентировано на обучающегося и исходить из его жизненного опыта, возраста и психологических особенностей. Отсюда должны взять своё начало и современные методики преподавания, ориентированные на аудиторию уже сформировавшуюся современными средствами массовой коммуникации.

В «**Заключении**» подводятся общие итоги диссертационного исследования, формулируются основные выводы, полученные в ходе исследования, и намечаются пути дальнейших разработок проблем развития и функционирования телевизионной культуры. Отмечается, что сознание в момент телекоммуникации оказывается полностью вовлечённым в сложный процесс расшифровки передаваемой информации. Решение о том, стоит ли придерживаться основных этических установок телевизионной культуры, принимает сам телезритель после просмотра телетрансляций.

¹ Введение в экранную культуру новые аудиовизуальные технологии Сборник под ред Разлогова К Э - (<http://www.riku.ru/Pub.htm>)

Основное содержание диссертационного исследования отражено в следующих публикациях автора:

1. Курова, Е. Г. Инфантилизм как репрезентация частного пространства на телевидении. // Труды аспирантов и соискателей Ростовского государственного университета. Том XII. – Ростов н/Д, ООО «Терра Принт», 2005. С.328-329.
2. Курова, Е. Г. Нарциссизм как идеология телевизионной культуры в эпоху постмодерна. //Первый Российский культурологический конгресс. – СПб: Эйдос, 2006. С.379.
3. Курова, Е. Г. Каково содержание современной телевизионной культуры? // Культурология в вопросах и ответах: Учебное пособие. – Ростов н/Д: Феникс, 2006. С.140-143.
4. Курова, Е. Г. Телевидение в современной культуре: проблема доминирования частного пространства. // Вестник ДГТУ. Краткие сообщения. – Декабрь 2006. – Том 6. - № 4 (31). С. 385-388.
5. Курова, Е. Г. Традиционалистский взгляд на изменение образовательных установок в культуре постмодерна. // Науки о культуре – шаг в XXI век. Том 7. Сборник материалов ежегодной конференции-семинара молодых учёных. Москва, 5-6 декабря 2006 г. – М.: РПЦ «Офорт», 2007. С.529-536.
6. Курова, Е. Г. Общение с медиасредой. Феномен удовольствия в контексте теории перемещения. // Зритель в искусстве. Интерпретация и творчество. Материалы всероссийской конференции 26-27 марта 2007г. – СПб., Санкт – Петербургское философское общество, 2007 г. С. 17-24.
7. Курова, Е. Г. Исследования развлекательного эффекта на ТВ. // Известия ВУЗов. Северо-Кавказский регион. Общественные науки. – 2008. - № (4). С. 18 – 23.

Подписано в печать 14.11.2008. Формат 60x84 1/16. Офсетная печать.
Объем 1,0 усл. печ. л. Тираж 100 экз.
Заказ № 153

Издательство Педагогического института
ФГОУ ВПО «Южный федеральный университет»:
344082, г. Ростов-на-Дону, ул. Б. Садовая, 33.

Ротапринтный участок ПИ ЮФУ:
344082, г. Ростов-на-Дону, ул. Б. Садовая, 33.