

Потенциал воздействия телевидения на ценностные ориентации личности

Найден Михаил Анатольевич

Аспирант

Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова, Москва, Россия

E-mail: nayden@bk.ru

Вначале о ценностных ориентациях. Ценностные ориентации личности – предпочтения или отвержения определенных смыслов и построенных на их основе способов поведения. Ценностные ориентации формируются на базе соотнесения субъектного опыта с бытующими в данном социуме моральными и культурными образцами и выражают конкретное понимание целей существования, жизненные притязания, престижные предпочтения, представление о должном и эстетический вкус («Новые ценности образования»).

Формирование ценностных ориентаций основывается на механизмах развития личности, а развитие базируется на «трех китах» (Асмолов): индивидуальных биологических свойствах человека, совместной деятельности и социально-историческом образе жизни.

Последняя категория для нас наиболее важна, так как представляет из себя пространство выбора той или иной деятельности, объективно заданное появившемуся на свет человеку.

Один из исследователей телевидения доктор философских наук В. И. Михалкович очень точно называет ТВ наследником мифологемы всевидения, т.е. возможности видения всего происходящего. Ученый отмечает, что мифологическим даром всевидения в истории мировой культуры наделялись божественные существа, а среди людей - разного рода «сверхлюди», обладающие заведомо большими возможностями, чем обычный человек: праведники, служители сатаны, маги и волшебники, обладающие особыми средствами. Исследователь приводит в пример, в частности, встречающийся в русских сказках образ магического зеркала. Тем самым, появление телевидения можно трактовать прежде всего в том ключе, что человек получает часть возможностей «сверхчеловека» - желанный и ранее недоступный дар всевидения реальности, то самое магическое зеркало.

Начало телевидения с прямых трансляций, с «приближения» реальности, т.е. его исходная, исконная природа как «глаз и ушей» зрителя, средства всевидения, получает в этом глубинное культурологическое обоснование. Его художественный язык, даже с приходом «консервов» и с их диктатом сейчас формировался и формируется как язык разворачивающейся перед глазами зрителя повседневности. Обыкновенный человек «здесь и сейчас», как был со времен Саппака главным героем телевидения, так им и остался. И передачи о животных тоже, кстати, строятся, прежде всего, на повседневности братьев наших меньших рядом с нами – их потребностях, их быте, их эмоциях.

Фундаментальная «документальность» телевидения, доверие к нему - одновременно и его благо и его зло. Телевидение расширяет пространство выбора деятельности, достраивает его, то есть вносит вклад в социальное пространство человека как основу для его социализации и ценностной ориентации. Телевидение, пришедшее в дом, становится частью этого социального пространства, что бы оно ни показывало и какие бы функции не выполняло.

Научный руководитель: Бровченко Галина Николаевна, кандидат искусствоведения, доцент

Литература

1. Асмолов А.Г. Психология личности. М.- 2001.
2. Копылова Р.Д. Контакт. М. – 1971.
3. Михалкович В.И. О сущности телевидения.
4. http://www.tvmuseum.ru/catalog.asp?ob_no=5594
5. Сапунов Б.М. Культурология телевидения. М. – 2001.
6. Саппак В.С. Телевидение и мы. М. – 1988.