

УДК 070

**АКСИОЛОГИЧЕСКАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ СОВРЕМЕННЫХ
ТЕЛЕВИЗИОННЫХ ШОУ**Дмитриева Т.С.¹ студент гр. ЖУРЗ-731, III курсНаучный руководитель: Муха А.В.², к.филол.н.^{1, 2} Ростовский государственный экономический университет (РИНХ), г.
Ростов-на-Дону

Актуальность данной работы обусловлена появлением научного интереса к аксиологической составляющей современных телешоу. Целью данной статьи стал анализ ценностной составляющей современных СМИ и их влияние на формирование жизненных позиций людей. Для достижения поставленной цели необходимо выполнить следующие задачи: рассмотреть понятия аксиологической составляющей СМИ; провести анкетирование целевой аудитории от 16 до 60 лет с целью выявления формирования ценностей и идеалов после просмотра таких шоу, как «Новые Пацанки», «Ждули» и «Мама в 16».

Эмпирической базой выступают выпуски телешоу «Пацанки», «Ждули» за 2023 год и «Мама в 16» за 2024 год. Всего было проанализировано 28 выпусков, из них 6 выпусков телешоу «Ждули», 16 серий 3 сезона шоу «Новые Пацанки» и 10 выпусков второго сезона «Мама в 16».

Так, вопросами аксиологической составляющей современных телешоу занимались отечественные ученые. Среди которых Р. О. Соколовская¹, О. И. Бычкова², О. Ю. Биричевская³.

Например, в работе О. И. Бычковой «Герой нашего времени: ценности в зеркале российского телесериала» рассматривается воздействие героев российских телесериалов на формирование мировосприятия телезрителя. Ученый прослеживает и подвергает анализу связь формирования социокультурных изменений между целевой аудиторией сериала и образами главных героев. Также она отмечала, что персонажи телесериалов показывают настоящие ценности нашего времени, а сюжеты отражают элементы социальной памяти. Однако не стоит забывать, что и герои, и сюжет формируют картину мировосприятия у телезрителя⁴.

¹ Соколовская Р. О. Аксиологические аспекты современных сериалов // Initia: Актуальные проблемы социальных наук (24–25 апреля 2020 г.): материалы XXII Международной конференции молодых ученых. Томск. – 2020. – С. 171-172.

² Бычкова О. И. Герой нашего времени: ценности в зеркале российского телесериала // Наследие веков. – 2016. – №1 (5). – С. 43-58.

³ Биричевская О. Ю. Ценностно-смысловой анализ массового сознания // Известия РГПУ им. А. И. Герцена. – 2006. – №21-1. – С. 151-167

⁴ Бычкова О. И. Герой нашего времени: ценности в зеркале российского телесериала // Наследие веков. – 2016. – №1 (5). – С. 43-58.

Обладея огромными возможностями СМИ под силу изменить сознание человека. Так, транслируемая информация может стать основой для формирования новых нравственных установок либо же наоборот пропагандировать бездуховность, безнравственность и негативное отношение к людям и культурному наследию нашей страны. Телевизионные шоу могут как манипулировать общественным мнением, создавать хаос и разжигать недоверие так и преподносить что-то полезное в сознание телезрителей⁵.

Психологи утверждают, что телевидение – это одна из причин распространения социального насилия и девиантного поведения среди людей, так как то, что демонстрируется на экранах телевизоров и ноутбуков и формирует ценностные ориентиры⁶.

Современное телевидение предлагает широкий спектр программ, но зачастую его стратегия игнорирует продвижение традиционных ценностей⁷. Так, Савинова О.Н. считала, что: «Сложилась парадоксальная ситуация: в государстве, имеющем богатейшие традиции и культуру, ежедневно предоставляется информация, наносящая вред духовному здоровью россиян, в том числе детей и молодежи»⁸.

Многие телеканалы перестали пропагандировать такие ценности как: любовь, забота, взаимопонимание, уважение, помощь, а наоборот стали все больше снимать шоу, где в качестве главного героя будет не человек с правильными моральными ценностями, а тот, кто употребляет алкоголь и запрещенные вещества, а также транслирует девиантное поведение. Выбор такого формата шоу обусловлен тем, что зрителям намного интереснее наблюдать за тем, как человек с недостатками и полным набором антикачеств показывает свою жизнь на всю страну⁹.

Так, вопрос аксиологической составляющей телевизионных шоу является особенно актуальным.

В представленном исследовании нами была предпринята попытка проанализировать влияние СМИ на формирование жизненных позиций и

⁵ Разина О. А. Производство культурно-просветительских программ и культурные индустрии: к вопросу о подходах к анализу телевидения // Неофилология. – 2024. – Т. 10, № 3. – С. 701-710. – DOI 10.20310/2587-6953-2024-10-3-701-710.

⁶ Там же.

⁷ Матвеева И.П. Роль современного телевидения в формировании морально-нравственных ориентиров российского общества // Мировые цивилизации. – 2016. – Том 1. – №3. URL: <https://wcj.world.ru/PDF/03MZ316.pdf> (дата обращения: 22.02.2025).

⁸ Савинова О.Н. Традиционные семейные ценности в зеркале СМИ // Журналистика в 2011 году: ценности современного общества 37 Раздел 1. Российская урбанизация и цивилизационные вызовы века в пространстве литературы и массмедиа и средства массовой информации. Сборник материалов Международной научнопрактической конференции. М.: Факультет журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова. – 2012. – С. 73–74.

⁹ Кудинова О. Д. Отношение россиян к реалити-шоу: результаты исследования // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. – 2020. – №4. – С. 58-60.

ценностей у зрителей на примере таких телешоу как «Мама в 16», «Ждули» и «Новые Пацанки».

Рассмотрим основные характеристики, изучаемых шоу. Шоу «Ждули» – это телевизионная программа, где рассказывается история отношений обычных девушек и мужчин, находящихся в местах заключения. Главная идея шоу заключается в том, чтобы в конце выпуска девушка приняла решения будет ли она связывать себя узами брака с человеком из колонии¹⁰. Но хочется отметить, что данная программа изначально показывает искаженное восприятие института семьи. Почти все пары в шоу собираются стоять свои семьи только после общения по телефону, не узнавая человека полностью, некоторые идут на брак, только в надежде что их «заключенному» уменьшат срок. Данные примеры не только дискредитируют такое понятие как семья в классическом его понимании, но и показывают, что можно рожать, выходить замуж за человека, которого они знают только по телефону и с которым общались лично всего несколько коротких свиданий. Также, сценаристы делают большой упор на конфликтах внутри семьи девушки. Дети обвиняют родителей, родители выгоняют из дома, для того чтобы избежать брака. Все эти сцены несомненно производят свое неизгладимое впечатление на психику людей и формирование жизненных принципов.

Телешоу «Мама в 16» – еще одна телевизионная программа, рассказывающая о любовных отношениях людей и незапланированной беременности¹¹. Казалось бы, изначально такое шоу могли создать с целью поддержки девушек, которые стали мамами в 16 лет, а также чтобы другие не повторяли их ошибки. Однако, сейчас можно сказать, что программа создана для того, чтобы пропагандировать роды в столь юном возрасте, для получения популярности, продолжения абьюзивных отношений ради ребенка, популяризацию драк и скандалов. Показывая такие сюжеты, можно легко доказать человеку, что раз такое снимают, о таком рассказывают, то это нормально.

Также хочется отметить, что многие героини соглашаются сниматься в данном проекте в надежде приобрести известность и стать популярными блогерами. Так, Олеся Галикаева из Екатеринбурга стала одной из участниц шоу «Мама в 16». В результате ее участия в телепередачи ей удалось развить свой блог до 76,8 тыс. подписчиков и начать самостоятельно зарабатывать¹².

Реалити-шоу «Новые Пацанки» – проект, в котором девушки со сложной судьбой, лишённые любви и понимания окружающих, пытаются превратиться

¹⁰ Ждули 2 сезон // Архив телеканала «Ю». [Электронный ресурс]. URL: <https://www.u-tv.ru/shows/zhduli/episodes/1896635/> (дата обращения: 13.02.2024).

¹¹ Мама в 16 2 сезон // Архив телеканала «Ю». URL: <https://www.u-tv.ru/shows/mama-v-16/episodes/1897482/> (дата обращения: 13.02.2024).

¹² Там же.

в настоящих леди. Профессиональные педагоги, психолог и различные испытания должны помочь достигнуть поставленной цели¹³. Однако, несмотря на это шоу из сезона в сезон пропагандирует сквернословия, распитие алкогольных напитков, драки, неуважительное отношение и в принципе все то, что не является нормой в обществе. Реалити-шоу строится на постоянных конфликтах и жестоким отношении людей друг другу. Это все может привести к тому, что неокрепшая психика подростков и появление новых кумиров, сформирует у них ложное понимание культуры и жизненных ценностей.

Далее, нами было проведено анкетирование среди различных возрастных групп, в результате которого приняли участие 51 человек в возрасте от 14 до 60 лет. Большая часть респондентов оказалась возрастом от 16-20 и от 20-25 лет. Отметим, что 66,7 % опрошенных – девушки. Более подробные результаты анкетирования представлены на Рисунке 1.

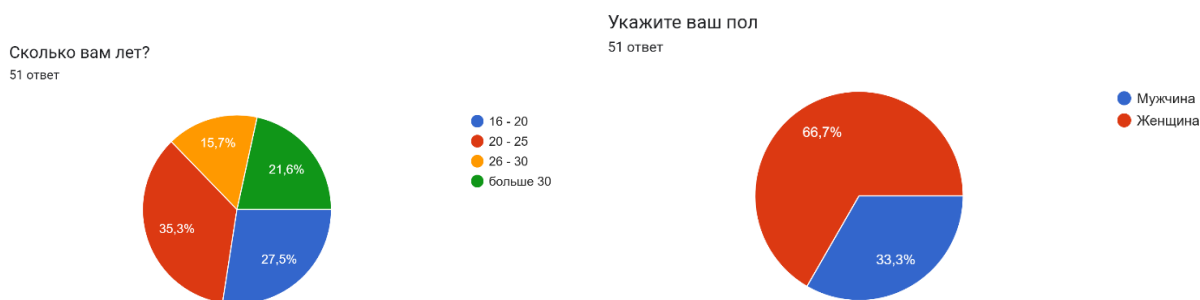


Рис.1. Возраст и пол респондентов

Далее респондентам были заданы вопросы «Смотрите ли вы телевизионные шоу?» и «Какие шоу вы смотрите чаще всего?». Так, 66,7% опрошенных ответили, что смотрят различные телевизионные шоу. Из 76 голосов 43 было за такие шоу как «Мама в 16», «Ждули», «Беремена в 45», «Пацанки», «Битва экстрасенсов», 10 голосов было за то, что они не смотрят такие шоу.

На вопрос «Как часто вы смотрите такие шоу?» респонденты проголосовали следующим образом 13,7% ответили, что не пропускают не один новый выпуск излюбленных телепередач и постоянно находятся в курсе всех событий шоу, 17,7% ответили, что смотрят данный контент в зависимости от настроения. Так, например, если нужно что-то поставить на фон или разгрузить мозг, то они обращаются к данным передачам, однако большую часть своего свободного времени они стараются потратить на познавательный контент (см. Рис. 2).

¹³ Муха А. В., Курбанисмаилова Э. Р. Специфика жанра реалити-шоу на телеканалах «Пятница!» и «Ю-ТВ» // МедиаВектор. – 2023. – № 7. – С. 73-77.



Рис. 2. Ответ на вопрос «Как часто вы смотрите такие шоу?»

Далее респондентам был задан вопрос «С какой целью вы смотрите такие шоу? Если вы их не смотрите, то почему?» 68% опрошенных ответили, что они смотрят такие шоу, для того чтобы на контрасте понимать, что их жизнь не так плоха или для того, чтобы потом обсудить все происходящие события с своими друзьями или семьей. Также популярным ответом является то, что зрители смотрят данный контент для того, чтобы *«не сильно напрягать голову и расслабиться. Не особо важно, что именно происходит на экране. Слушаю фоном»*. Однако 32% ответили, что не смотрят такие шоу и считают их пустой тратой времени, они не видят в них никакой ценности и пользы для формирования личности и духовности человека. Эта часть опрошенных придерживается мнения, что такие шоу могут нести только пагубное влияние на людей, заставляют деградировать и принимать абсурд происходящего за «чистую монету», так как многое в таких шоу подстроено и прописано заранее в сюжете, для поднятия просмотров программы.

Следующий вопрос был «Как вы считаете, какие ценности могут формировать телешоу «Новые Пацанки», «Ждули», «Мама в 16»? (Напишите, как положительные, так и отрицательные)». Так, 43 респондента придерживаются позиции, что такие шоу не могут сформировать никакие положительные ценности, а исключительно «разлагают ум людей и вызывают привыкание». Большинство опрошенных сошлись во мнении, что такие шоу романтизируют токсичные отношения, создают иллюзию быстрой славы, популяризируют агрессию, ссоры, драки, употребление алкоголя и других веществ, манипуляции и инфантилизм. Так же, хочется отметить, что один из респондентов ответил: *«Для людей «думающих» это никакие ценности не прививает, я думаю, потому что мы все понимаем, что это «шутки». А для наивных людей, или младшего поколения, я думаю, это совсем дурные ценности прививает. Они же все на веру принимают, как там сказано. Поэтому отношусь, конечно, негативно к тому, что подростки могут смотреть такие шоу и перенимать манеру поведения»*.

Однако, 8 респондентов, считают, что такие программы могут прививать и пропагандировать положительные ценности и качества личности. Так, шоу «Мама в 16» привлекает внимание к проблеме раннего материнства и её

последствиям, вызывает сочувствие и сопереживание к участникам, а на фоне необходимости снижения демографической ямы оно очень даже оправдывает себя, если грамотно преподносить информацию. Если уж девушка, в столь юном возрасте ждет ребенка, то программа может помочь ей морально. Ценность заключается в том, что вопреки расхожему мнению, мол «ты ещё молода», будущие родители должны понимать свою ответственность и чувствовать поддержку со стороны родителей и знакомых. Поэтому данное шоу прививает семейные ценности и понимание ответственности за свою жизнь и жизнь своего ребенка. Также, по их мнению, такие телешоу строятся по принципу: *«учись на чужих ошибках»* или *«следуй их примеру, у тебя всё получится»*, могут как *показать последствия тех или иных действий (беременность или ожидание заключенного)*, так и *мотивировать людей, которым не хватает самостоятельной мотивации и вдохновения*.

Так, исходя из всего выше сказанного можно сделать вывод, что данные шоу негативно влияют на формирование ценностей человека. Они создают отрицательные примеры для подражания, искажают моральные нормы, популяризуют и делают нормальным насилие, агрессию и буллинг. Респонденты сошлись во мнении что, дети и подростки, смотрящие подобные шоу и имеющие не слишком развитое критическое мышление, подсознательно могут думать, что эти ценности в пределах нормы. Конечно, нельзя оспорить тот факт, что изначально ценности или антиценности формируются в семье при взрослении человека, но СМИ может подкреплять и развивать те или иные качества, которые не являются нормальными в нашем обществе.

Например, в первой серии второго сезона шоу «Мама в 16», Татьяна, 17 лет из города Чита узнала, что ждет ребенка от своего парня Никиты. Однако в тот момент она уже хотела закончить отношения, но из-за ребенка решила переехать к своему молодому человеку. Так, однажды после одной из ссор Никита в порыве агрессии начал выгонять героиню из квартиры, раскидывать ее вещи и вообще скинул на нее все книги с полки. После, Татьяна решил, что она расстанется с парнем и начала ходить на свидание с Русланом, которому было 25, и не сообщила ему что ждет ребенка от другого. В конце выпуска девушка все-таки осталась с Никитой и родила девочку [5]. Однако данный выпуск только подкрепляет идею того, что агрессия в отношении, оскорбления, рукоприкладство – это норма для современной семьи.

Телешоу «Ждули» рассказывает про отношения девушек и заключенных. Так, в третьем выпуске второго сезона зрителям рассказывают историю Людмилы. Будучи в юном возрасте – 17 лет, она родила своего первого ребенка – Данила и оставила его на воспитание родителей, а сама пыталась наладить свою личную. После встречи со своим первым мужем, у них появилось еще трое детей. Однако, Данила она так к себе и не забрала, а муж начал ее избивать еще с первых лет жизни вместе, но она все еще продолжала держаться за эти отношения и рожать детей¹⁴. Данные сцены, только подкрепляют инфантилизм

¹⁴ Ждули 2 сезон // Архив телеканала «Ю». [Электронный ресурс]. URL: <https://www.utv.ru/shows/zhduli/episodes/1896635/> (дата обращения: 13.02.2024).

поступков и безответственность. Девушка изначально не смогла взять ответственность за первого ребенка, а после продолжала терпеть насилие ради детей и в итоге все равно бросила мужа, оставив при этом много психологических травм и себе и детям.

Третий сезон шоу «Новые Пацанки» тоже не отличается формированием традиционной системы ценностей, так уже в начале первой серии, все девушки употребляли алкогольные напитки, в результате чего две попадают в больницу, а двое устраивают драку, разломав стол и раскидав всю еду, что на нем находилась. В четвертом выпуске девушкам пришлось тяжело. Первое их задание было поработать на автомойке и при этом выслушивать неприятные комментарии в свой адрес, никак на это не реагируя. Потом их разделили на пары и отправили в бассейн, где они должны были оскорблять друг друга, но без использования нецензурной лексики, если им это не удавалось, то их обливали грязью¹⁵. Возникает вопрос – чему учат современную молодежь подобные шоу? Мы считаем, что такие выпуски и задания не могут помочь, а наоборот еще больше разжигают конфликт и показывают, что нет ничего страшного в том, что ты не уважаешь и не любишь человека без веских для этого причин, главное преподнести эту информацию используя исключительную лексику. Так, зрители, просто могут спроецировать и применять данный способ в жизни, считая, что в этом нет ничего страшного и что пару раз ударить человека или вывести его на конфликт это даже хорошо, потому что так ты отстаиваешь свои границы и не даешь себя в обиду.

Итак, каждая история участницы по своему популяризирует такие ценности и привычки, как: распитие алкоголя и что после все будет хорошо; построение семьи с человеком, который тебя не любит и поднимает руку, ради ребенка и возможной счастливой картинке; возможность встречаться с несколькими людьми и выбирать лучшего; построение отношений на лжи; что для построения своей собственной жизни, можно оставить воспитание своих детей на родителей или чужих людей и только фактически быть родителем; что постоянные скандалы в семье и ложь это нормально.

Таким образом, был сделан вывод, что такие шоу, как «Мама в 16», «Новые Пацанки», «Ждули» не могут формировать традиционные для российского общества ценности и жизненные ориентиры, а наоборот популяризируют антиценности, которые негативно влияют на жизни людей.

Такие шоу по большей части созданы для реализации рекреативной и развлекательной функции СМИ. Однако нельзя отрицать то, что они точно также формируют мировосприятие людей, их ценности, желания и идеи и пока они больше оказывают негативное воздействие на формирование личности, чем оказывают положительное влияние и показывают то, как можно лучше прожить свою жизнь. Поэтому продюсерам данных необходимо задуматься о

¹⁵ Новые Пацанки 3 сезон // Архив телеканала «Пятница». URL: <https://newpatsanki.friday.ru/> (дата обращения: 13.02.2024).

том, какое влияние они оказывают на своих телезрителей и что хотят формировать.

Список литературы:

1. Биричевская О. Ю. Ценностно-смысловой анализ массового сознания // Известия РГПУ им. А. И. Герцена. – 2006. – №21-1. – С. 151-167
2. Бычкова О. И. Герой нашего времени: ценности в зеркале российского телесериала // Наследие веков. – 2016. – №1 (5). – С. 43-58.
3. Ждули 2 сезон // Архив телеканала «Ю». [Электронный ресурс]. URL: <https://www.u-tv.ru/shows/zhduli/episodes/1896635/> (дата обращения: 13.02.2024).
4. Кудинова О. Д. Отношение россиян к реалити-шоу: результаты исследования // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. – 2020. – №4. – С. 58-60.
5. Мама в 16 2 сезон // Архив телеканала «Ю». URL: <https://www.u-tv.ru/shows/mama-v-16/episodes/1897482/> (дата обращения: 13.02.2024).
6. Матвеева И.П. Роль современного телевидения в формировании морально-нравственных ориентиров российского общества // Мировые цивилизации. – 2016. – Том 1. – №3. URL: <https://wcj.world.ru/PDF/03MZ316.pdf> (дата обращения: 22.02.2025).
7. Муха А. В., Курбанисмаилова Э. Р. Специфика жанра реалити-шоу на телеканалах «Пятница!» и «Ю-тв» // МедиаВектор. – 2023. – № 7. – С. 73-77.
8. Новые Пацанки 3 сезон // Архив телеканала «Пятница». URL: <https://newpatsanki.friday.ru/> (дата обращения: 13.02.2024).
9. Разина О. А. Производство культурно-просветительских программ и культурные индустрии: к вопросу о подходах к анализу телевидения // Неофилология. – 2024. – Т. 10, № 3. – С. 701-710. – DOI 10.20310/2587-6953-2024-10-3-701-710.
10. Савинова О.Н. Традиционные семейные ценности в зеркале СМИ // Журналистика в 2011 году: ценности современного общества 37 Раздел 1. Российская урбанизация и цивилизационные вызовы века в пространстве литературы и массмедиа и средства массовой информации. Сборник материалов Международной научнопрактической конференции. М.: Факультет журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова. – 2012. – С. 73–74.
11. Соколовская Р. О. Аксиологические аспекты современных сериалов // Initia: Актуальные проблемы социальных наук (24–25 апреля 2020 г.): материалы XXII Международной конференции молодых ученых. Томск. – 2020. – С. 171-172.