

УДК: 32.019.52

## ТЕЛЕВИЗИОННОЕ ВЕЩАНИЕ И ЕГО КУЛЬТУРНО-ПРОСВЕТИТЕЛЬСКАЯ ФУНКЦИЯ

**Пуртов М. О.**

студент гр. РТПП-211 (ЗФО) КемГИК,  
научный руководитель: **Черняк Е.Ф.**,  
к.п.н., доцент кафедры РТПП (КемГИК)  
г. Кемерово

Телевидение - важный компонент системы массовых коммуникаций, оказавших мощное влияние на деятельность многих государственных институтов, особенно в социально-значимые периоды развития нашего общества.

Оно формирует культурное пространство, повышая культурный уровень членов общества. Телевидение стало не только источником информации, но и способом распространения общечеловеческих ценностей, проводником культурно-просветительской функции.

Прежде чем мы рассмотрим культурно-просветительскую функцию телевизионного вещания, дадим определение понятию «культура».

В определении культуры важное место принадлежит Э. Тайлору, который писал: «Культура, или цивилизация, в широком этнографическом смысле слагается в своем целом из знания, верований, искусства, нравственности, законов, обычаев и некоторых других способностей и привычек, усвоенных человеком как членом общества» [7, с.18].

Чебоксаров Н.Н. под культурой «понимают всё, что создано людьми в процессе физического и умственного труда для удовлетворения их разнообразных материальных и духовных потребностей» [9, с. 172]

Фахрутдинова А. З. и Отургашева Н. В. дают следующее определение понятию «культура» - это «идеалообразующая сторона жизнедеятельности людей. Именно в сфере культуры создаются идеалы отношения человека к человеку, идеалы хозяйственно-экономических отношений, идеалы социального поведения: семейной жизни, этических отношений» [8, с.139].

Скорород Л. А. отмечает, что «под культурой сегодня, в широком смысле, понимают всю совокупность человеческой деятельности: накопленные социумом навыки и умения, в том числе материализованные в виде артефактов, формы и способы самопознания и самовыражения, набор клишированных кодов, предписывающих человечеству модели поведения, выполняя тем самым воспитательную, гносеологическую, регулятивную, ценностную и другие функции. Общие явления, типичные для всех представителей культур, проявляющиеся во всех обществах и группах называют культурными универсалиями» [5].

Для нашей работы важны структурные составляющие данного понятия, которые предлагает Скорород Л.А.: «элитарная, или высокая культура (создается привилегированными группами общества и для них же,

характеризуется узкой целевой направленностью, духовным аристократизмом и ценностно-смысловой самодостаточностью), массовая культура (приспособлена ко вкусам и потребностям широких масс потребителей культуры, характерная черта которой — высокая тиражированность), народная культура (культура широких народных масс, сформированная с момента образования национального государства, в основе которой лежат традиции и обычаи, выстроенные на опыте масс и самодеятельности народов-носителей)» [5].

Сегодня телевизионному вещанию требуется осознавать свои связи с культурой, т.к. оно - культурный феномен и культурный институт, имеющих огромное влияние на трансляцию и сохранение родного языка, традиций, обычаев народов России.

Беляев И.К. справедливо отмечает: «Телевидение не просто создает виртуальный мир, который занимает умы все больше по отношению к реальной жизни. Оно становится для большинства населения новой средой обитания и формирует не только общественное мнение, но даже вмешивается в генетику или, лучше сказать, формирует менталитет народа» [2, с. 162].

К сожалению наше телевидение во многом делает ставку на рейтинг. В связи с чем на экранах представлены слухи, развлечения, скандалы, трагедии и несчастья и телевидение тем самым зарабатывает на низменных побуждениях и чувствах людей.

По мнению Мясниковой М.А. «большинство программ вдохновляется потребительскими факторами и коммерческими интересами владельцев СМИ, хотя последние, как правило, ссылаются на потребности зрителя. Описанная эфирная ситуация вряд ли может удовлетворить аудиторию в той степени, в какой она устраивает самих создателей телепродуктов. И как результат - более образованный и продвинутый зритель уходит от домашнего экрана в Интернет» [4, с.17].

Еще в 2005 году Ясен Засурский писал: «Это самая серьезная потеря нашего телевидения, которая ничем не восполнена. По этому важнейшему для XXI в. показателю российское телевидение относится к числу наиболее отсталых в мире. Именно здесь необходимо принять срочные меры, чтобы восстановить образовательное вещание, которое имеет в России богатейшие традиции» [6, с. 11].

Обращает на себя внимание то, что исчезают просветительские и культурологические программы почти на всех каналах за исключением канала «Россия К» («Культура»).

Нами были просмотрены программы, которые регулярно выходят на этом федеральном канале. В поле нашего зрения попали 25 передач. В результате анализа выделим их жанровое: беседы, интервью и ток-шоу с интересными людьми и знаковыми фигурами в сфере культуры, концертные программы, документальные фильмы, новостные репортажи из разных сфер культуры, искусства и науки. На канале представлен уникальный жанр коллаборация дискуссии, ток-шоу и беседы.

Таким образом, программы телеканала «Россия К» реализуют культурно-просветительскую функцию.

Винокурова А.Э и Пантелеева И.А. провели анализ программ этого телеканала и указали на то, что «программы о культуре могут устанавливать дистанцию между квалифицированными и неподготовленными зрителями. Жанры интервью и беседы как раз способствуют устранению данного противоречия. В программах не используются специализированные термины, передачи предназначены для просмотра широкой аудиторией. Ведущие не просто описывают процессы в культурной деятельности, информируя зрителей о событиях и важных датах в культуре и общественной жизни, а анализируют их, ненавязчиво предлагают собственное видение, сокращая дистанцию между просвещенной аудиторией и широкой общественностью в области культуры, науки, социальной жизни» [3, с. 216].

Мы повели опрос среди 30 студентов Кемеровского государственного института культуры, предложив выделить из 10 программа, ту, которую чаще всего смотрят.

Рейтинг программ такой:

1. «Легенды мирового кино» (ведущий Константин Карасик) - 11 человек.

Дополнительная информация о программе:

- представлены разные истории со съемочных площадок - о любви, смешные и трагические случаи из жизни звезд кино, о судьбах артистов с мировыми именами.

2. «2 ВЕРНИК 2» (ведущие Вадим Верник и Игорь Верник) – 9 человек.

Дополнительная информация о программе:

- гости в студии - известные люди творческих профессий и представители молодого поколения артистов.

3. «Новости культуры" (ведущий Владислав Флярковский) – 7 человек.

Дополнительная информация о программе:

- программа, подводя итог недели, концентрирует внимание на важных и ярких; – в эфире - интервью художниками и музыкантами, актерами и режиссерами;

- беседы проходят в музейных, концертных и выставочных залах, в декорациях спектаклей.

4. «Белая студии» (ведущая программы Дарья Златопольская) -3 человека

Дополнительная информация о программе:

- беседа ведется вокруг значимых для собеседника произведений искусства, повлиявших на их становление как личности, художника, творца;

- участниками программы становятся известные режиссеры, актеры, музыканты, писатели, занявшее особое место как в отечественной культуре, так и оказавшие заметное влияние на мировое искусство.

Закончить нашу работу хотелось бы цитатой «Культура – это механизм передачи от поколения к поколению того, что не передается биологическим путем: опыт, ценности, национальная идентичность. Но мало просто вернуть культурную журналистику на первые строчки ранжирования поисковых систем. Необходимо, чтобы освещение культуры в средствах коммуникации

носило исключительно просветительский характер, а не было способом навязывания взглядов и притязаний» [1, с.11].

#### Список литературы

1. Баранова Е.А., Бочаров И.И. Проблема реализации культуроформирующей функции в отечественных СМИ // Litera. 2023. № 7. С. 1-14. URL: [https://nbpublish.com/library\\_read\\_article.php?id=43477](https://nbpublish.com/library_read_article.php?id=43477) (дата обращения: 06.05.2024).
2. Беляев, И.К. Спектакль документов : откровения телевидения / Игорь Беляев. - Москва : Гелеос, 2005. - 343 с.
3. Винокурова А.Э., Пантелеева И.А. Особенности реализации культурно-просветительской функции в программах современного телевизионного канала о культуре (на примере телеканала «Россия К»)/Известия байкальского государственного университета. 2020. - Т. 30, № 2 - С. 211-217
4. Мясникова М.А. Телевидение как культурная ценность/Журналистский ежегодник.2016.- С. 16-19.
5. Скороход, Л. А. Подходы к определению понятия «культура» / Л. А. Скороход. — Текст : непосредственный // Молодой ученый. — 2017. — № 47 (181). — С. 243-245. — URL: <https://moluch.ru/archive/181/46717/> (дата обращения: 06.05.2024).
6. Телерадиоэфир : история и современность / [Я. Н. Засурский и др.] ; под ред. Я. Н. Засурского. - Москва : Аспект Пресс, 2005. - 237 с.
7. Тайлор Э.Б. Первобытная культура. М., «Издательство политической литературы», 1989. 576 с.
8. Фахрутдинова А. З., Отургашева Н. В. Общественные объединения как фактор сохранения и трансляции культурных ценностей // Вестник Томского государственного университета. Культурология и искусствоведение. — 2013. — № 2 (10). — С. 135–140.
9. Чебоксаров Н.Н., Чебоксарова И.А. Народы. Расы. Культуры. – М.: Наука, 1985. – 172 с.