Кудинова О.Д.

Влияние реалити-шоу: социологический анализ

Тульский государственный университет
(Россия, Тула)

doi: 10.18411/lj-09-2019-121

idsp: ljournal-09-2019-121

Аннотация

С развитием общества развиваются информационные технологии и средства передачи информации, одним из которых является телевидение. В данной статье проводится анализ влияния такого жанра современного телевидения, как реалити-шоу, раскрываются некоторые негативные тенденции данного явления.

Ключевые слова: современное телевидение, реалити-шоу, российское общество, средства передачи информации, массовое развлечение, телевизионный жанр, средство внушения.

Abstract

This article states that one of the media is television, which was created by the development of information technologies. This article analyses the influence of such a genre of modern television as reality show, reveals some negative trends of this phenomenon.

Keywords: modern television, reality show, Russian society, media, mass entertainment, television genre, means of coercion.

Современное общество соответствует в целом критериям глобального информационного пространства, находясь на постиндустриальной стадии своего развития. Основой современного общества выступает информация, которая, распространяясь по сетям, превращает общество в единое глобальное мировое пространство.

Одним из средств передачи информации является телевидение, благодаря которому возникает ряд проблем в связи с его развитием. Наиболее актуальным является вопрос места и роли телевидения в современном обществе. С трансформацией российского общества и телевизионной индустрии изменились состояние и характер зрителя [1]. Бурное развитие аудиовизуальной коммуникации и экранных искусств привели к возникновению так называемой экранной культуры.

Возникли новые жанры – сериалы, реалити-шоу, ток-шоу, большую часть эфира заполняют развлекательные и иностранные программы. Большой выбор программ и каналов может удовлетворить даже самого привередливого зрителя. К тому же, помимо эфирных телеканалов, существует множество общенациональных коммерческих телесетей, которые имеют тематическую и аудиторную специализацию, большое количество платных тематических телеканалов, доступных по подписке. В целом, все сделано для удобства потребителя и для его привлечения.

Несмотря на то, что большинство транслируемых передач отличается низким уровнем качества, большое количество телезрителей в целом остаются удовлетворенными от предлагаемого. В целом можно выделить две группы граждан, которые испытывают чувство удовлетворенности от такого контента. Первая группа – молодые люди, а именно учащиеся средних и высших учебных заведений. Это вполне ожидаемо, так как современное телевидение отвечает именно их интересам и ожиданиям. Вторая группа, которую стоит отметить, это так называемые «нетребовательные» зрители. Их характерными чертами можно считать наименьшие культурные запросы и финансовые, социальные и прочие ресурсы для собственного удовлетворения, т.е. пожилые люди, чаще всего большинство пенсионеров; домохозяйки; люди с невысоким уровнем образования.

Так как стиль жизни определяет наши повседневные проявления, а телепотребление интегрировано в них, просмотр телевизора стал семейным досугом. Люди, возвращаясь домой, на бессознательном уровне тянутся за пультом и включают телевизор. Это, конечно, оказывает свое влияние на зрителя. Семейный ужин уже не представляется без просмотра какой-нибудь передачи. Да и в принципе телевизор становится основным видом досуга, являясь самым доступным.

Среди неудовлетворенных предлагаемым стоит выделить людей наиболее образованных и компетентных, а также людей, обладающих высоким уровнем дохода и возможностями обеспечить себе полноту информационного и культурного пространства.

Теперь стоит более детально остановиться на таком жанре телевидения, как реалити-шоу. Реалити-шоу представляет собой телевизионный жанр, разновидность развлекательной телевизионной передачи и онлайн-трансляции [2]. Главным сюжетом является показ действий группы людей или человека в приближенной к жизни обстановке. Жанр реалити-шоу активно изучается. Ведутся споры по поводу его воздействия как на само общество, так и на отдельного человека. Критики, в свою очередь, осуждают реалити-шоу за то, что данный медиапродукт создается только ради прибыли и зрителей, для которых смысловая нагрузка не играет большой роли.

Благодаря реалити-шоу границы между реальностью и вымыслом стираются. Многие исследователи придерживаются мнения, что люди, потребляющие продукты массовой культуры, в большей степени могут поддаваться внушению. После просмотра передач такого рода мнение человека перестает быть независимым, его поступки и поведение начинает зависеть от увиденного по телевизору. Особенно такое поведение принадлежит подросткам. В целом, можно выделить три направления воздействия телепрограмм на аудиторию:

- копирование поступков отрицательных героев телепрограмм в том случае, когда поступки не критикуются и не обозначаются создателем программы как неприемлемые с точки зрения морали;
- заимствование манеры говорить у героев телепередачи (слова, выражения, манера языка в целом);
- подражание манерам поведения и внешности некоторых телевизионных героев.

Также можно выделить еще одну тенденцию, сформированную благодаря реалити-шоу, такую как, возможность быть снятым на камеру. Многие люди считают, что после этого можно приобрести богатства и популярность. Так как у нас развивается информационно общество, следовательно, практически у каждого человека есть средства видеозаписи, с помощью которых можно фиксировать происходящее вокруг без особого труда. Это может вызывать привыкание и негативно отразиться в дальнейшем [3].

В наибольшей степени реалити-шоу оказывает влияние на психику подростков, чьи ценностные ориентации еще не сформированы до конца. Реалити-шоу создает такие негативные примеры для подражания, что после такого у молодых людей появляется агрессивное поведение. Это проявляется в общении на повышенных тонах, в проявлении грубости, а порою даже жестокости по отношению не только к своим сверстникам, но и ко всем окружающим. На основании выше сказанного следует выделить три вида негативных последствий интенсивного потребления молодыми людьми реалити-шоу:

- искажение представлений об окружающей реальности из-за неправильных установок, предложенных реалити-шоу;
- снижение чувствительности к экранному изображению насилия и впоследствии его проявления в реальной жизни;

- внушение представления о том, что насилие – допустимое средство для разрешения конфликтных ситуаций.

Реалити-шоу воздействует не только на зрителя, но и на самого участника шоу. Это может проявляться в различных аспектах, например, в приобретении популярности, или в получении выигрыша, или в славе, саморекламе. Большинство участников представляют собой неправильный пример для подражания. Это может быть связано с тем, что сценаристы сами создают такую обстановку, чтобы проявить у главных героев отрицательные качества. Каждый участник, в свою очередь, стремится как можно чаще появляться на экране, стремится к доминированию. Их поступки, такие как нежелание прислушиваться к чужому мнению, склонность к порицанию других, можно объяснить соперничеством.

Современное телевидение – это бизнес, в котором прибыль должна приноситься любым возможным способом. В связи с этим появились такие программы, в которых можно выиграть денежный приз, не прикладывая особых усилий [4]. Это развивает у людей нежелание зарабатывать деньги собственным трудом, испытывать чувство наживы. После такого у человека появляется азарт, ему хочется испытывать такое чувство снова и снова. Это может привести к тому, что человек будет идти играть в казино или игровые автоматы, что, соответственно, негативно отразится на финансовом положении.

В заключение стоит сказать, что современное телевидение не создано для того, чтобы помогать зрителю развиваться и самосовершенствоваться. Оно направлено на получение прибыли, рейтингов, популярности и не несет никакой смысловой нагрузки. Человек же, в свою очередь, остается под сильным влиянием телевидения, которое диктует ему свои установки, не всегда соответствующие действительности, и даже, в некоторых случаях приносящих деструктивный характер.

1. Попова Т. В. Телевидение и его роль в современном обществе: социологический анализ // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. 2017. №3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/televidenie-i-ego-rol-v-sovremennom-obschestve-sotsiologicheskii-analiz> (дата обращения: 1.09.2019).
2. Матвиенко В. В. К проблеме негативного влияния реалити-шоу на общественное сознание // Теория и практика общественного развития. 2016. №11. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/k-probleme-negativnogo-vliyaniya-realiti-shou-na-obschestvennoe-soznanie> (дата обращения: 15.09.2019).
3. Савинкова Ю. В. Телевизионные предпочтения молодежи // Знание. Понимание. Умение. 2012. №4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/televizionnye-predpochteniya-molodezhi> (дата обращения: 11.09.2019).
4. Григорова Д. Е. Факторы выбора медийной информации (на материале реалити-шоу) // Медиаобразование. 2007. №3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/factory-vybora-mediynoy-informatsii-na-materiale-realiti-shou> (дата обращения: 10.09.2019).

Лобузова А.С.

Особенности женских трудовых коллективов

*Тульский государственный университет
(Россия, Тула)*

doi: 10.18411/lj-09-2019-122

idsp: ljjournal-09-2019-122

Аннотация

В данной статье рассматривается специфика женских трудовых коллективов. Описываются представления о женских коллективах в обыденном сознании. Выделяются основные черты таких коллективов. Представлены последствия их