

Значимость телевидения для современного казахстанского общества (на основе опроса студентов КАЗГЮУ, города Астана)

Ибраева Молдир Сериккызы

Студент (магистр)

Евразийский национальный университет имени Л. Н. Гумилёва, Факультет

журналистики и политологии, Астана, Казахстан

E-mail: ibraeva-moldir@mail.ru

Современную урбанистическую культуру невозможно представить без телевидения. Телевизор стал неотъемлемым атрибутом повседневной жизни современного человека [4]. Являясь мощнейшим институтом массовой коммуникации, телевидение выполняет ряд важных для общества и его развития функций: информационную, культурно-просветительскую и развлекательную. Современный зритель уделяет телесмотрению более 3-х часов ежедневно, что свидетельствует о существенной роли данного института массовой коммуникации в жизни современного человека.

За последнее десятилетие телевидение претерпело значительные изменения. Они касаются, с одной стороны, телевидения как технического средства, с другой стороны - как института духовного производства. Техническое развитие меняет облик телевидения, увеличивая количество каналов и расширяя географию вещания, совершенствуются технологические возможности распространения и приема телевизионного сигнала [1].

Рассматривая телевидение как средство духовного производства, можно отметить, что значительно меняется характер транслируемых телевидением программ, содержащаяся в них система ценностей, норм и социальных образцов. Выход за пределы национального вещания позволяет зрителям воспринимать телепрограммы, содержащие культурные стереотипы, отличные от национальных. Аудитория телевидения также претерпевает изменения. Меняются ценностные ориентации аудитории, ее отношение к телевидению, приоритеты в телесмотрении. Этому способствуют как изменения в самом телевидении, так и происходящие в обществе социальные процессы: смена социальных ориентиров, общественных настроений [3].

Из телевизионных сюжетов и образов, сообщаемых идей складывается особый символический мир, который структурирует жизненные ценности, нормы, общие обязательства и установки и формирует основу для взаимопонимания и взаимодействия между большими и разнородными группами людей [2].

Рассмотрим значимость телевидения для современного казахстанского общества и отношение зрителей к телевидению на материале опроса молодежной аудитории. Выясняя зрительские телеинтересы студентов КАЗГЮУ (Казахский Гуманитарно-Юридический Университет, г. Астана), была сделана ставка на изучение конкретных мотивов, содержания и качества телесмотрения. Всего было опрошено 100 человек от 17 до 22 лет, приехавших в Астану учиться из разных уголков Казахстана. Нами была выбрана достаточно однородная группа студенческой молодежи. Но она оказалась весьма показательной.

Вопреки устоявшемуся мнению, опрошенная нами группа молодых людей обращается к телевизору довольно часто. И это несмотря на серьезную конкуренцию со стороны интернета, а также на проживание части из них - чуть больше 50 % - вне родительского дома. 60 % опрошенных смотрят телевизор каждый день. Правда, в довольно большом диапазоне: от получаса до 5 часов подряд. Особенно интересны именно мотивы телесмотрения. Они весьма разнообразны. Участники опроса, соответственно, давали несколько ответов на каждый вопрос. Наибольшее количество раз (53) звучала одна и та же формулировка

- узнать новости (из них только 4 - узнать культурные новости). Прибавим к этому 16 человек, ответивших, что хотели бы получить сведения о мире, 11 ответили, что желают получить новые знания, включая исторические факты, 9 человек получают сведения о событиях в стране и городе, еще 6 просто получают интересную информацию. По 7 человек ответили, что получают информацию интересную лично для себя и информацию о происшествиях. 10 студентов включают телевизор, чтобы узнать о людях, которые им интересны. Естественно, одним из ведущих мотивов телесмотрения является традиционное желание отдохнуть (50 ответов), а также посмеяться (6 ответов). Сюда входят также следующие стремления: отвлечься от повседневной жизни, переключить внимание, убить время, проснуться или даже заснуть. 48 ответов касались желания слушать музыку, увидеть клипы. Зато 41 раз упомянуто отношение к телевизору как к желанному звуковому (шумовому) фону. В 12 случаях телевизор выступает как лекарство от скуки, в 10 же - как способ просто заполнить свободное время и нарушить тишину в доме. В 7 случаях телевизор - это средство избавиться от страха и одиночества, еще в 7 - способ быть оповещенным о сенсациях и происшествиях и узнать время, в 5 - услышать анонсы, рекламу, а в 4 - скрасить обед или ужин. Лишь двое опрошенных ждут от телевидения эстетического удовольствия и еще двое, как бы уточняя сказанное, хотят увидеть картинки природы. Как видим, эстетическая функция телевидения оказалась практически забытой. Хотя у молодежи звучит-таки желание погрузиться в аналитику, поразмышлять о событиях и людях.

Студенты ждут от казахстанского телевидения больше отечественных программ, предлагают сделать все каналы тематическими, добавить аналитику и документальные фильмы. Приятно отметить, что молодежь ждет качественных фильмов, настоящей музыки, а также информацию о разных областях нашей страны. Многие отметили недостаток детских, подростковых и молодежных передач. От телевидения ожидают смысла и даже действия, предлагая создать оппозиционные каналы, но при этом убрать политическую пропаганду. Но как всегда, находятся и те, кто пассивен и доволен всем.

Из проведенного нами опроса можно сделать вывод, что сегодня в Казахстане ожидаются принципиальные изменения в организации теле вещания, обусловленные новыми зрительскими предпочтениями. Безусловно, этот процесс трансформаций только набирает обороты и характеризуется включением в себя многочисленных элементов прежнего телевидения. Формируется такая система массовой коммуникации, которая немислима баз базовых элементов западных средств массовой информации. Взаимодействие, взаимовлияние отечественных и западных традиций телевидения приведет в будущем к тому, что система казахстанских средств массовой информации приобретет свое оригинальное лицо, отражающее в себе и лучшие достижения зарубежных средств массовой информации.

Источники и литература

- 1) Борецкий Р. А. Осторожно, телевидение! // Р. А. Борецкий. М., 2002. С. 239.
- 2) Вартанова Е. Л. Медиаэкономика зарубежных стран // Е. Л. Вартанова. М., 2003. С. 176.
- 3) Ильченко С. Н. Современные аудиовизуальные СМИ : Новые виды и формы вещания // С. Н. Ильченко. СПб.; 2006. С. 45.
- 4) Саптак В. Телевидение и мы // В. Саптак. М., 1963. С. 98.

Слова благодарности

Особую благодарность хочу выразить своему научному руководителю Тахану Серику Шешенбаевичу.