

## Телесериалы как инструмент формирования культурных ценностей и образцов

Научный руководитель – Красова Елена Юрьевна

*Соловей Анна Игоревна*

*Студент (специалист)*

Воронежский государственный университет, Воронеж, Россия

*E-mail: bilikbark@rambler.ru*

В развивающемся постиндустриальном обществе роль информации сложно переоценить. Информационная глобализация привела к полной трансформации социокультурной среды, затронув все сферы жизни человека. Роль информации возрастает, появляются новые средства массовой коммуникации, а на первый план выходят массмедиа. Они получили широкое распространение среди всех слоев населения, и одним из важнейших факторов формирования культуры, мировоззрения и общественных настроений стал кинематограф, а в частности телесериалы.

На сегодняшний день сериалы являются одним из главных феноменов массовой культуры, так называемыми «мейнстримами» киноискусства. М. Маклюэн относил сериалы к «горячим» средствам коммуникации, которые целиком наполняются данными, не требуя участия аудитории. [2] Это означает, что информация, которую получает зритель посредством просмотра сериалов крайне перенасыщена, а ее потребление пассивно и не требует активного включения процессов мышления.

Проникновение на российские телеэкраны первых зарубежных сериалов привнесло появление нового культурного опыта, ранее недоступного. После сериального бума в конце 1990-х - начале 2000-х годов они прочно заняли свою нишу в телеэфире и стали самым востребованным контентом у телезрителей. По данным исследовательского холдинга Romir четверо из пяти россиян - 81% - постоянно и с удовольствием смотрят различные сериалы и не намерены от этой привычки отказываться. [3]

Индустрия сериалов ориентирована прежде всего на эмоциональное и психологическое воздействие на зрителя, а также на расширение своего потребительского рынка. Смысловое наполнение большинства сериалов намеренно упрощается и гиперболизируется для простоты восприятия и придания большей эмоциональной окраски происходящему, что позволяет удерживать у ярких экранов все больше зрителей. Сериалы воспроизводят модели социальных проблем, отношений, несут в себе определенные ценностные и мировоззренческие установки, способные плавно перетекать в обыденную жизнь и находить в ней способы отражения. Они формируют образцы поведения через призму «правильного» и «неправильного», общественные стереотипы и предрассудки. Виртуальная сериальная реальность полностью замещает реальный мир. Зритель испытывает ощущение занятости и вовлеченности. Широкий доступ в Интернет предоставил возможность смотреть сериалы без необходимости дожидаться выхода новых серий на телевидении, что во многом сказывается на продолжительности просмотра. Длительность просмотра лишь усиливает психоэмоциональную связь зрителя с происходящим на экране и приводит к подсознательной идентификации себя с сериальными героями. Это порождает феномен воспроизведения моделей поведения, который заключается в запоминании наблюдаемых поведенческих образцов и последующем их воспроизведении. [1] Однако это может привести к социально-ролевым конфликтам, так как не всегда экранные модели поведения, образы, культурные ценности соотносятся с общественными реалиями.

С одной стороны, ценностная ориентированность сериалов определяется текущей идеологией общества, отражает отношение к различным социокультурным процессам, духовным и материальным ценностям, а с другой они привносят новый культурный опыт других стран, народов (например, зарубежные сериалы), который так или иначе фиксируется в сознании зрителей. В современной России можно четко пронаблюдать перекося в сторону западного кинематографа, в том числе и рынка сериалов, в результате чего постепенно происходит замещение элементов национальной культуры на унифицированные иностранные образцы.

Многие сериалы переполнены сценами насилия (физического и сексуального), аморального поведения, безнаказанной жестокости, трансляцией ложных ценностных ориентиров. Дисфункциональное воздействие насилия прежде всего отражается на детях и подростках, однако и остальные зрители могут быть ему подвержены. [4]

Модель окружающего мира, его восприятие формируется на протяжении всей жизни человека под влиянием получаемой информации. Наряду с основными общественными институтами (такими как семья, школа, государство) кинематограф в полной мере участвует в процессе социализации человека. Можно сказать, что влияние телесериалов на формирование ценностей и культурных образцов весьма неоднозначно. С одной стороны, они являются средством познания окружающего мира, аспектов человеческих взаимоотношений, ценностей, а с другой - создают мифологизированную картину мира, искусственную среду, транслирующую квазиценности и установки. Таким образом необходимо комплексное изучение этого вопроса в рамках социальных наук.

#### Источники и литература

- 1) Брайант, Дженнингз, Томпсон, Сузан. Основы воздействия СМИ.: Пер. с англ. — М.: Издательский дом "Вильямс", 2004. — 432 с.
- 2) Маклюэн Г. М. Понимание Медиа: Внешние расширения человека. — М., 2003. // Электронная публикация: Центр гуманитарных технологий. — 15.11.2008. URL: <http://gtmarket.ru/laboratory/basis/3528>
- 3) Сериалам все возрасты покорны: [http://romir.ru/studies/366\\_1342468800](http://romir.ru/studies/366_1342468800)
- 4) Тарасов К.А. Дисфункциональное воздействие насилия в кино и проблема его социального регулирования// Московский государственный институт международных отношений (Университет) МИД РФ