

Матвиенко Валентин Викторович

кандидат филологических наук,
доцент кафедры теории и истории журналистики
Российского университета дружбы народов

К ПРОБЛЕМЕ НЕГАТИВНОГО ВЛИЯНИЯ РЕАЛИТИ-ШОУ НА ОБЩЕСТВЕННОЕ СОЗНАНИЕ

Аннотация:

Проблема развития информационного общества напрямую связана с появлением на телевизионных экранах продукта реалити-шоу, абсолютно непохожего на другие, отличающегося своими жанровыми характеристиками и содержанием. Он стал феноменом, который вызвал резонанс как в общественной среде, так и в профессиональных кругах. Главным источником информации по-прежнему является телевидение. На сегодняшний день экранный образ наиболее востребованный, поэтому имеет большое значение, какую смысловую нагрузку несет выпускаемая телевизионная продукция, влияющая на социокультурную среду.

Ключевые слова:

реалити-шоу, телевидение, общественное сознание, социокультурная среда, массовое развлечение, массовая коммуникация, аудитория СМИ.

Matvienko Valentin Viktorovich

PhD in Philology, Assistant Professor,
Theory and History of Journalism Department,
Peoples' Friendship University of Russia

CONCERNING THE NEGATIVE INFLUENCE OF REALITY SHOWS ON PUBLIC AWARENESS

Summary:

Development of the information society is connected with reality shows appeared on television as a product different from other media products with its genre characteristics and content. It has become a phenomenon that has caused resonance in the social environment, as well as in professional sphere. The main source of information in the modern world is still television. For the moment TV image is the most in demand, therefore it is important what message is delivered by TV products affecting the socio-cultural environment.

Keywords:

reality show, television, public awareness, socio-cultural environment, public entertainment, mass communication, mass media audience.

Современное общество – общество информационное. Люди ориентируются в мире и определяют свои действия, основываясь на нормах и ценностных установках, которые преподносят им средства массовой информации и коммуникации. Особенно это относится к телевидению, являющемуся самым популярным видом досуга. Что транслирует телеэкран и способствует ли это повышению уровня духовно-нравственной культуры – вопрос актуальный и крайне непростой. Тема становится еще более злободневной, если речь идет о таком телевизионном жанре, как реалити-шоу.

Ведутся бесконечные споры, касающиеся воздействия реалити-шоу как на общество в целом, так и на психику отдельных людей. Однако нет смысла отрицать, что реалити как жанр привлекает внимание, его обсуждают, о нем говорят. Определить однозначно, какое влияние он оказывает на публику, представляется достаточно сложным.

В настоящее время жанр реалити-шоу активно изучается с разных сторон. Критики осуждают продюсеров за их стремление создавать медиапродукт только ради прибыли и зрителей, для которых смысловая нагрузка теперь не играет большой роли. Они выступают против замены классических стандартов телевизионной журналистики, которые выполняют информационную и просветительскую функции, на таблоиды и формирование клипового мышления.

Реалити-шоу стирает границы между действительностью и вымыслом, новости сегодня становятся прямой противоположностью развлечению. В настоящий момент информационный жанр – это лишь материал, из которого создается развлекательный контент, что в свою очередь сбивает с толку аудиторию, которая перестает отличать реальность от иллюзии [1].

Ряд исследователей придерживается мнения, что люди, потребляющие продукты массовой культуры, в большей степени поддаются внушению. Зритель перестает быть отдельной единицей и оказывается частью массы, мнение которой зависит от увиденного по телевизору. Ее кумирами становятся ведущие и звезды кино, многие из которых получили свою известность только благодаря удачной рекламной кампании [2].

Телезрители-подростки, не задумываясь, принимают экранные образы за эталон поведения. Не секрет, что организаторы проектов в погоне за рейтингами часто балансируют на грани непристойности, а порой и вовсе ее переходят. К тому же нередко возникают сомнения касательно состояния психики главных героев, которые в течение продолжительного времени находятся под наблюдением огромного количества камер.

Возможность оказаться снятым на камеру стала привлекательной и для обывателей, ведь это может принести славу и деньги. В современном мире почти у каждого человека есть устройства видеозаписи, и фиксировать происходящее вокруг теперь не составляет большого труда.

В первую очередь реалити-шоу оказывает негативное влияние на психику подростков, взгляды и убеждения которых еще до конца не сформировались. Реалити-шоу возбуждает нездоровое любопытство и предоставляет в качестве примера для подражания персонажей, чьи поступки далеко не всегда являются нормой. В итоге зрители начинают копировать манеру поведения участников и в соответствии с ней строить свои отношения, не понимая, что жизнь на экране имеет мало общего с реальностью. Транслирование конфликтов, сплетен и ситуаций с использованием рукоприкладства неблагоприятно сказывается на характере молодежи.

Педагоги отмечают, что в последнее время агрессивность учеников стала более ярко выраженной. Подростки общаются на повышенных тонах, проявляют грубость, а порой и жестокость по отношению к своим сверстникам. Это неудивительно, ведь те модели коммуникации, которые они наблюдают по телевизору, предполагают, что пара, непрерывно выясняющая, кто прав, а кто виноват, более успешна и интересна [3].

Большинство участников телепроектов представляют собой интолерантную культурную модель. Это связано с обстановкой, которую специально создают сценаристы. Каждый участник стремится к доминированию, хочет «мелькать» на экране как можно чаще и дольше. Такое коммуникативное поведение, проявляющееся в нежелании прислушиваться к чужому мнению и склонности к постоянному порицанию других, можно объяснить соперничеством. Но настолько же часто, как персонажи проявляют враждебность к конкурентам, они проявляют ее и к своим партнерам. Это разрушает традиционные представления людей о браке и семье, из чего следует, что совместная жизнь состоит только из оскорблений и взаимных подозрений, а не из уважения и понимания [4].

Наибольшей популярностью у молодежи на сегодняшний день пользуются реалити-шоу «Дом-2» (возрастное ограничение 16+) и телепроект «Каникулы в Мексике» (возрастное ограничение 18+), суть которых заключается в постоянных конфликтах между героями, в основном искусственно создаваемых по замыслу сценаристов и режиссеров. Несмотря на возрастные ограничения, доступ к этим передачам свободен. Скандалы и драки привлекают внимание молодого зрителя, что обеспечивает гарантированный успех проекта – молодежная аудитория в России составляет около 30 млн человек. Создатели шоу знают это и целенаправленно подбирают участников с разными взглядами и увлечениями [5].

Главный герой каждого шоу, безусловно, преследует свою собственную цель. Очевидно, что дело тут не только в выигрыше, но и в популярности, славе и саморекламе. Большой интерес у публики вызывают самые агрессивные участники, а высокие рейтинги получают выпуски, где персонажи устраивают «кулачные бои». Сцены, в которых герои подвергаются публичным унижениям и насилию, особенно востребованны. Реалити выставляет напоказ не самые лучшие проявления человеческой природы, тем самым оказывая негативное влияние на духовно-нравственную культуру общества.

Исследование «Почему люди смотрят реалити-шоу», которое провели американские психологи, подтвердило, что публика уделяет столь большое внимание данному жанру не из самых лучших побуждений. И дело вовсе не в желании людей подглядывать за жизнью незнакомцев. Аудитории хочется хоть на некоторое время забыть о морали и почувствовать собственную значимость. Помимо того, было доказано, что людей, которым импонирует реалити, сильно волнует их социальный статус и они более завистливы, чем другие телезрители. Этому типу аудитории нравится наблюдать за чужими неудачами и курьезными ситуациями, в которые попадают участники.

На примере американской программы Laguna Beach было продемонстрировано, что реалити-шоу могут влиять на уровень преступности. Криминогенная обстановка в американском городе Лагуна-Бич не вызвала опасений все 2000-е, однако после начала проекта ситуация изменилась. Причиной стал негативный образ жителей городка, который спровоцировал правонарушения [6].

Особенно ярко воздействие реалити-шоу на потенциальную аудиторию выражено в телеэкспериментах, посвященных пластической хирургии. Одно из исследований заключалось в наблюдении за подростками, которым предложили посмотреть такое реалити-шоу, и обычной группой молодых людей. К концу эксперимента врачи выяснили, что под влиянием программ о пластической хирургии представительницы прекрасного пола загорелись желанием обратиться к пластическому хирургу и с его помощью сделать свою внешность более привлекательной. Юноши отнеслись к данному типу передач скептически, но количество недовольных своим внешним видом среди них оказалось больше, чем в стандартной группе.

Около 80 % зрителей, прибегающих к услугам пластических хирургов, смотрели реалити-шоу о пластических операциях по телевизору, а более половины являются их преданными поклонниками. Дело в том, что работа пластических хирургов – это не всегда изменение разреза глаз или формы носа. Часто специалисты оказывают помощь людям, получившим ту или иную

травму, в восстановлении их внешнего вида. Однако после просмотра реалити число желающих изменить свою внешность резко возрастает.

В ходе этих экспериментов были выявлены причины обращений к пластическим хирургам. Нередко девушки наблюдали за страданиями недовольной своей внешностью участницы шоу и переносили ее состояние на себя. Психиатры считают, что есть две причины, по которым подруги с готовностью идут на такие радикальные меры: расстройство, вызванное паранойей, которая навязывается массовой культурой, и стремление стать знаменитым [7].

Современное телевидение – это бизнес, в котором прибыль извлекается любыми возможными способами. Сейчас на многих телеканалах есть программы, где можно выиграть денежный приз, не прилагая особых усилий. Это не мотивирует публику зарабатывать, а скорее развивает жажду наживы. Свое финансовое положение теперь можно поправить, сделав звонок или отгадав верное слово. Так задумано организаторами, которые сами зарабатывают деньги на звонках или СМС от желающих получить денежный приз. Впоследствии у человека появляется азарт, ему хочется испытывать свое везение снова и снова. У той части аудитории, которая в большей степени подвержена влиянию подобных передач, возникает потребность попробовать себя в казино и на игровых автоматах, что также способствует ухудшению криминогенной обстановки.

Исходя из этого, делаем вывод, что современное телевидение не помогает публике развиваться и самосовершенствоваться, а заставляет проявлять ее не самые лучшие человеческие качества. Так, на канале «РЕН ТВ» регулярно транслируются программы о мистических явлениях, которые управляют жизнью человека, из чего следует, что люди сами не могут управлять своей жизнью. Это один из видов манипуляции, ведь человек начинает думать, что ничего не может изменить. Аналогичным действием обладает и ТВ-шоу «Битва экстрасенсов» на канале ТНТ. В погоне за зрительской аудиторией вступил даже Первый канал, начав трансляцию шоу про магов «Черно-белое». Сегодня эту передачу временно сняли с эфира якобы из-за низких рейтингов.

Пристальное внимание к реальному телевидению не всегда нужно связывать со стремлением увидеть очередные столкновения между участниками или возможностью стать обладателем огромного состояния за считанные минуты. Есть основания полагать, что это вызвано растущим ощущением бессилия у широких слоев населения. Публика не хочет смотреть новости, потому что никак не может на них повлиять. Реалити-шоу работает совсем иначе. Телезрители могут принять участие в происходящем на проекте – оставить комментарий или проголосовать за любимого героя. Другими словами, реалити дает ощущение возможности что-то изменить, в отличие от более традиционных телевизионных программ [8].

Однако в своем большинстве современные развлекательные жанры телевидения находятся во власти товарного фетишизма, они не несут никакой смысловой нагрузки. Их главная цель – манипуляция.

Ссылки:

1. Гриндстафф Л. «Реальное телевидение» и политика социального контроля [Электронный ресурс]. URL: <http://culturca.narod.ru/Grin.htm> (дата обращения: 08.09.2016).
2. Лемеш Д. Жертвы экрана. Влияние телевидения на развитие детей. М., 2007. 304 с.
3. Степкина И.В., Кузеванова М.А., Быкасова Л.В. Влияние массовой культуры на общественное сознание (на примере реалити-шоу «Дом-2») [Электронный ресурс] // Научное сообщество студентов XXI столетия. Гуманитарные науки : сб. ст. XXXI междунар. науч.-практ. конф. URL: <http://sibac.info/studconf/hum/xxxi/41631> (дата обращения: 17.09.2016).
4. Ланских А.В. Реалити-шоу: деструктивизм речевого поведения [Электронный ресурс]. URL: <http://fan-5.ru/entry/work-394691.php> (дата обращения: 20.09.2016).
5. Молодцова Е.Ю., Константинова Ю.В. Влияние телевидения на формирование информационной культуры школьников [Электронный ресурс] // Молодой ученый. 2014. № 5.1. URL: <http://www.moluch.ru/archive/64/10352/> (дата обращения: 20.09.2016).
6. Спасите наши души: как реалити-шоу влияют на людей [Электронный ресурс]. URL: <https://habrahabr.ru/company/zoomtv/blog/206308/> (дата обращения: 02.10.2016).
7. Там же.
8. Гриндстафф Л. Указ. соч.

References:

- Grindstaff, L 2016, "Real TV" and the policy of social control, viewed 08 September 2016, <<http://culturca.narod.ru/Grin.htm>>, (in Russian).
- Lanskyh, A 2015, *Reality show: destructivity verbal behavior*, viewed 20 September 2016, <<http://fan-5.ru/entry/work-394691.php>>, (in Russian).
- Lemish, D 2007, *Victims screen. The impact of television on children's development*, Moscow, p. 304, (in Russian).
- Molodtsova, EY & Konstantinov, YV 2014, 'The impact of television on the formation of information culture of students', *Molodoy uchenyy*, no. 5.1, viewed 20 September 2016, <<http://www.moluch.ru/archive/64/10352/>>, (in Russian).
- Stepkina, IV, Kuzevanova, MA & Bykasova, LV 2015, 'The impact of mass culture on the public consciousness (the example of the reality show "Dom-2")', *Nauchnoye soobshchestvo studentov XXI stoletiya. Gumanitarnyye nauki : sb. st. XXXI mezhdunar. nauch.-prakt. konf.*, viewed 17 September 2016, <<http://sibac.info/studconf/hum/xxxi/41631>>, (in Russian).