

ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО ПО ОБРАЗОВАНИЮ  
СТАВРОПОЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

На правах рукописи

**МОЛЧАНОВА ЕЛЕНА НИКОЛАЕВНА**

**ТЕЛЕВИДЕНИЕ В КУЛЬТУРЕ  
СОВРЕМЕННОГО ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЩЕСТВА**

09.00.13 – Религиоведение, философская антропология,  
философия культуры

**ДИССЕРТАЦИЯ**  
на соискание ученой степени  
кандидата философских наук

Научный руководитель –  
доктор философских наук,  
доцент В.Е. Черникова

Ставрополь – 2005

**ОГЛАВЛЕНИЕ**

ВВЕДЕНИЕ .....	3
ГЛАВА I. Теоретические основания исследования информационного общества и информационной культуры.....	16
1.1.Основные концепции информационного общества .....	16
2.1.Информационная культура как социокультурный конструкт информационного общества .....	33
3.1.Телевидение как средство выражения особенностей культуры информационного общества .....	50
ГЛАВА II. Роль телевидения в формировании культуры информационного общества.....	76
1.2.Коммуникативно-информационные и эстетические свойства телевидения ..	76
2.2.Современные телекоммуникационные технологии и формирование информационной культуры в России.....	97
3.2.Место регионального телевидения в современной культуре .....	112
ЗАКЛЮЧЕНИЕ .....	130
БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ ..	137

## ВВЕДЕНИЕ

**Актуальность темы исследования.** Вторая половина XX века и начало XXI века отмечены событиями, существенным образом трансформировавшими современную социокультурную реальность. В данном случае речь идет о конструктивном вхождении в жизнь общества новейших информационных технологий, прежде всего телевизионных средств массовой коммуникации и о формировании информационного общества, главной целью которого является обеспечение граждан, находящихся в любом месте и в любое время, информацией, необходимой им для решения насущных проблем. Формирование информационной цивилизации обуславливает возникновение и развитие информационной культуры, от уровня которой зависит способность современного человека к восприятию и обработке информации, овладению современными средствами, методами и технологией работы. Именно необходимость культурфилософского осмысления этих знаковых для современной эпохи тенденций и определяет актуальность настоящего исследования. Культурфилософский интерес к телевизионной коммуникации определен интенсивным развитием масс-медиа, общим изменением места и роли коммуникаций и коммуникативных технологий в различных общественных сферах.

Телевидение, являясь самым доступным и распространенным средством массовой информации в условиях современной России, обеспечивает большинство людей сведениями из всех областей человеческой деятельности, тем самым влияя на информационную и культурную ситуацию в современном обществе. Однако в современной научной литературе практически не представлены исследования телекоммуникационных технологий, в первую очередь телевидения, как средства формирования информационной культуры, являющейся фактором становления информационного общества и его культуры. Эти обстоятельства позволяют говорить об актуальности научного

анализа места современного телевидения в культуре информационного общества.

Не раскрытую в полной мере проблему современной науки представляет собой функционирование телевидения как фактора, влияющего на культурные процессы в информационном обществе. Телевидение заполняет досуг человека, информирует его о состоянии мира, развлекает, иногда обучает его, а также достаточно сильно воздействует на духовные ценности, на весь строй мышления людей, на стиль мировосприятия, на тип культуры сегодняшнего дня. Современная же культура складывается не только из совокупности освоенных и вновь созданных ценностей, но также формируется средствами массовой коммуникации, в том числе телевидением, которое выступает механизмом распространения этих ценностей. Следовательно, актуальность диссертационной проблематики проявляется также в необходимости выявления роли современного телевидения в формировании культуры информационного общества, в том числе российского, в изучении влияния местных каналов телевизионного вещания на культурную, информационную и общеполитическую ситуацию в регионе.

В силу перечисленных причин место и роль телевидения в формировании культуры информационного общества представляют большой интерес для современной науки, что и послужило причиной обращения к исследованию заявленной проблемы.

**Степень научной разработанности проблемы.** В ходе исследования использовались работы отечественных и зарубежных ученых в области философии культуры, истории культуры, искусствоведения, культурологи, социологии, социальной философии, журналистики.

В истории философии и науки прослеживается постоянный интерес к новым ступеням развития цивилизации. Одним из первых о становлении «коммуникационного общества», то есть общества, основанного на коммуникации, в своих трудах писал Н. Винер (конец 1940-х гг.). Теория информационного общества приобрела популярность в 1960-е гг. как на Западе,

так и на Востоке. В развитие представлений о данном этапе развития общества свой вклад внесли такие исследователи, как Д. Белл, У. Дайзард, П. Дракер, М. Кастельс, К. Кояма, Ф. Маклупа, М. Маклюэн, Й. Масуда, Т. Стоуньер, Э. Тоффлер, Ю. Хаяши, Т. Умясао и др.<sup>1</sup>

Проблема формирования и развития информационного общества находит свое решение, в том числе культурфилософское, в трудах современных отечественных исследователей: А. Бузгалина, Е. Вартановой, Г. Вороненковой, В. Иноземцева, А. Короткова, И. Мелюхина, А. Ракитова, Л. Рейман, Э. Соловьева, М. Сеферовой, Н. Ткачевой, Н. Уриной<sup>2</sup>.

Для анализа особенностей формирования и развития информационной культуры как социокультурного конструкта общества и определяющего фактора социализации в информационном обществе большое значение имеют работы таких ученых, как Т. Айгнина, А. Атаян, Ю. Брановский, И. Васильева,

---

<sup>1</sup> См.: Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество. – М., 1999; Дракер П. Посткапиталистическое общество. – СПб., 1999; Кастельс М. Информационная эпоха. Экономика, общество и культура. – М., 2000; Маклюэн М. Телевидение. Робкий гигант // ТВ вчера, сегодня, завтра. М., 1987. – С. 7-18; Тоффлер Э. Смещение власти: знание, богатство и принуждение на пороге XXI века. – М., 1991; Тоффлер Э. Третья волна. – М., 1999; Новая технократическая волна на Западе / Под ред. П.С.Гуревича. – М., 1986; Чернов А.А. Основные историко-теоретические этапы развития концепций глобального информационного общества // Сб. материалов круглого стола «Информация. Дипломатия. Психология». – М., 2002; Новая постиндустриальная волна на Западе: Антология / Под ред. В.Л.Иноземцева. – М., 1999; Современная западная философия. Словарь. – М., 1991.

<sup>2</sup> См.: Бузгалин А.В. «Постиндустриальное общество» – тупиковая ветвь социального развития? // Вопросы философии. – 2002. – № 5; Вартанова Е. Л. Новые проблемы и новые приоритеты цифровой эпохи // Информационное общество. 2001. № 3. – С. 14-28; Вартанова Е.Л. Финская модель на рубеже столетий: информационное общество и СМИ Финляндии в европейской перспективе. – М.: МГУ, 1999; Вороненкова Г.Ф. Путь длиной в пять столетий: от рукописного листка до информационного общества. Национальное своеобразие СМИ Германии (Исторические предпосылки, особенности становления и эволюция, типологические характеристики, структура, состояние на рубеже тысячелетий). – М., 1999; Иноземцев В.Л. Социология Даниела Белла и контуры современной постиндустриальной цивилизации // Вопросы философии. – 2002. – № 5. – С. 3-12; Мелюхин И.С. Информационное общество: истоки, проблемы, тенденции развития. – М., 1999; Мелюхин И.С. Концепция «Информационного общества» и кризис // Информационное общество.– 1998.– вып. 6; Национальные модели информационного общества. – М., 2004; Ракитов А.И. Философия компьютерной революции. – М., 1991; Ракитов А.И. Наш путь к информационному обществу // Теория и практика общественно-научной информации. – М., 1989; Рейман Л.Д. Информационное общество и роль телекоммуникаций в его становлении // Вопросы философии. – 2001. – № 3 – С. 3-10.

В. Виноградов, Н. Водопьянова, Л. Землянова, К. Зиновьева, К. Колин, П. Козловски, Н. Макарова, В. Минкина, С. Оленев, Л. Скворцов<sup>1</sup>.

Особую значимость приобретают исследования, посвященные изучению проблем телевидения в современном обществе (Р. Борецкий, А. Вессберг, А. Грабельников, Я. Засурский, М. Маклюэн, У. Эко)<sup>2</sup>. Большое внимание в

---

<sup>1</sup> См.: Айгнина Т.Е. Комплексный подход к воспитанию информационной культуры старших школьников. – Бишкек, 1993; Атаян А.М. Информационная культура личности в условиях информатизации общества // Бюллетень Владикавказского института управления. – Вып. № 1(7). – 2001; Брановский Ю.С. Компьютеризация процесса обучения в педагогическом вузе и средней школе. – Ставрополь: СГПИ, 1990; Брановский Ю.С. Университет в формировании информационного пространства // Вестник Ставропольского университета. – 2001. – вып. 27. – С. 117-127; Виноградов В.А., Скворцов Л.В. Создание информационной культуры для Европы // Теория и практика обществ.-научн. информатики. – 1991. – № 2 – С. 5-29; Водопьянова Н.А. Информационная культура как фактор взаимодействия общественного и индивидуального. Дис. на соискание уч. степени канд. филос. наук., спец. 09.00.13. – Ставрополь, 2001; Землянова Л.М. Зарубежная коммуникативистика в преддверии информационного общества: Толковый словарь терминов и концепций. – М., 1999; Землянова Л.М. Медиатизация культуры и компаративизм в современной коммуникативистике // Вестник МУ. – Серия 10. Журналистика. – 2002. – № 5. – С. 83-97; Землянова Л.М. Новые медиа в полемической оценке коммуникативистов накануне Всемирного саммита по информационному обществу // Вестник МУ. – Серия 10. Журналистика. – 2003. – № 5. – С. 44-57; Землянова Л.М. Сетевое общество, информационализм и виртуальная культура // Вестник МУ. – Серия 10. Журналистика. – 1999. – № 2. – С. 58-69; Зиновьева К. Информационная культура личности. – Краснодар, 1997; Козловски П. Культура постмодерна. – М., 1997; Колин К.К. Социальная информатика. – М., 2003; Колин К.К. Фундаментальные основы информатики: Социальная информатика. – М., 2000; Колин К.К. Информационные технологии – катализатор процесса развития современного общества // Информационные технологии. – М., 1995, № 10. – С. 5-14; Козловски П. Культура постмодерна: Общественно-культурные последствия технического развития / Пер. с нем. – М.: Республика, 1997; Макарова Н.В. Информатика. – М., 1999; Минкина В. Информационная культура и способность к рефлексии // Высшее образование в России. – 1995. – № 4. – С. 14-26; Оленев С.М. Информационная культура на рубеже тысячелетий: преемственность и новации // Информационная культура личности: прошлое, настоящее, будущее. Краснодар – Новороссийск, 1996;

<sup>2</sup> См.: Борецкий Р.А. В бермудском треугольнике ТВ. – М., 1999; Борецкий Р.А. Осторожно, телевидение! – М., 2002; Борецкий Р.А. Телевидение в социально-историческом контексте // Вестник МУ. – Серия 10. – Журналистика. – 2003. – № 3. – С. 9-19; Борецкий Р.А. Телевидение на перепутье. – М., 1998; Вессберг А. Общественное телерадиовещание. Режим доступа: [<http://www.polpred.com/free/unesco/5.htm> 20.09.2005]; Грабельников А.А. Массовая информация в России: от первой газеты до информационного общества. – М., 2001; Засурский Я. Н. Средства массовой информации в информационном обществе // Информационное общество. – 1999. – № 6. – С. 5-20; Засурский Я.Н. Информационное общество и СМИ // Вестник РФФИ. – М., 1999, № 3 (17). – С. 11-26; Засурский Я.Н. Информационное общество и средства массовой информации // Информационное общество. – 1999. – № 1. – С. 17-30; Засурский Я.Н. Информационное общество сегодня и завтра // Информационное общество. – 2001. – №3. – С. 57-58; Засурский Я.Н. Информационное общество, Интернет и новые СМИ // Информационное общество. – 2001. – №2. – С. 24-27;

работах И. Кирии, М. Лукиной, М. Макеенко, М. Назарова, О. Смирновой, Г. Смоляна, Д. Черешкина<sup>1</sup> уделено исследованию влияния современных средств массовой коммуникации на развитие информационного общества в России.

Средства массовой информации, в том числе телевидение, в произведениях М. Кастельса, Р. Копыловой, А. Моля, Н. Постмена<sup>2</sup> представлены как культууроформирующие элементы общества. Названные ученые обосновывали положение о том, что средства массовой коммуникации создают содержание нашей культуры. В исследованиях В. Вильчека, В. Воронцова, Д. Дондурей, Н. Зоркой, К. Колина, К. Хоруженко<sup>3</sup> телевидение выступает как универсальное средство создания и распространения произведений культуры. Определенный вклад в развитие представлений о телевидении как канале, формирующем «сноподобную культуру»,

Эко У. От Интернета к Гуттенбергу // Новое литературное обозрение. – 1998. – № 32 (4). – С. 5–14; Система средств массовой информации России. – М., 2003.

<sup>1</sup>См.: Кирия И.В. Французские философы об информационном обществе // Вестник Московского университета. – Серия 10. – Журналистика.–№ 4. – 2002. – июль – август. – С. 87-102; Назаров М.М. Средства массовой коммуникации и российское общество на пороге XXI века // Социально-гуманитарное знание. – 1999. – № 5 С. – 11-22; Смолян Г.Л., Черешкин Д.С., Вершинская О.Н., Костюк В.Н., Герасимов Б.М. Путь России к информационному обществу (экономические и социально-культурные предпосылки) // Межотраслевая информационная служба. – 1997. – вып. 3 (100). – С. 16-30; Черешкин Д.С. О стратегии перехода России к информационному обществу // Проблемы информатизации. – 1999.–№ 3. – С. 3-10; Черешкин Д.С. Создание электронной торговли в России // Информационные ресурсы в России – 2003.–№ 4. – С. 19-20; Черешкин Д.С., Смолян Г.Л. Сетевая информационная революция // Информационные ресурсы России. – 1997.– № 4. – С. 15-18.; Черешкин Д.С., Смолян Г.Л. Россия начинает движение к информационному обществу // Информационное общество. – 2000. – №1. – С. 23-25.; Национальные модели информационного общества. – М., 2004.

<sup>2</sup>См.: Кастельс М. Информационная эпоха. Экономика, общество и культура. – М., 2000; Копылова Р. Д. Тенденции и перспективы развития аутовизуальной коммуникации // Массовая коммуникация в социалистическом обществе. – Л., 1979; Моль А. Социодинамика культуры. – М., 1973.

<sup>3</sup>См.: Вильчек В., Воронцов В. Телевидение и художественная культура. – М, 1977; Дондурей Д.Б. О виртуальной реальности телевидения. Режим доступа: [<http://www.konkurs.palmira.ru/page.php/rus/pressdond/> 7.02.2005]; Зоркая Н. М. Многотиражность произведения искусства как свойство художественной культуры XX в. // Массовые виды искусства и современная художественная культура. – М., 1986; Колин К.К. Фундаментальные основы информатики: Социальная информатика. – М., 2000; Хоруженко К.М. Культурология. Энциклопедический словарь. Ростов – на – Дону, 1997; Средства массовой коммуникации и современная художественная культура. – М., 1983.

репродуцирующем иллюзии и распространяющем эталоны чувств внесли такие авторы, как Т. Адорно, Г. Андерс, Р. Бауэр, П. Гуревич, М. Хоркхаймер<sup>1</sup>.

Культуроформирующие функции журналистики рассматриваются в работах В. Первалова, Е. Прохорова<sup>2</sup>. Свой вклад в развитие представлений о телевидении внесли Ю. Борев, А. Вартанов, Б. Галеев, В. Кондрашов, Дж. Фиск, Е. Чичина, Н. Шеляпин<sup>3</sup>. Эти ученые исследовали телевидение как вид искусства и выделяли эстетические особенности обозначенного средства массовой информации.

Компонентами теоретической основы данного исследования выступают также философские представления о телевидении как составной части художественной культуры и искусства, например, работы В. Михалковича «О сущности телевидения» (М., 1999), Б. Сапунова «Телевидение и культура» (М., 1988).

Сущность и особенности коммуникативно-информационных свойств телевидения изучаются Т. Адамьянц, Е. Волковой, В. Егоровым, Ю. Лотманом, В. Цвиком, А. Юровским<sup>4</sup>.

---

<sup>1</sup> См.: Бауэр А., Эйнгорн В. Философия и прогностика. – М., 1971; Гуревич П.С. Философия культуры. – М., 2001; Adorno T., Horkheimer M. The Culture Industry: Enlightenment as Mass De-ception / Dialectic of Enlightenment. Режим доступа: [<http://www.marxists.org/reference/subject/philosophy/works/ge/adorno.htm> 15.10.2005].

<sup>2</sup> См.: Первалов В.В. Культуроформирующие функции: состав, структура и место в системе функций журналистики // Вестник МУ. – Серия 10. Журналистика. – 1999. – № 5. – С. 3-21; Прохоров Е.П. Введение в теорию журналистики. – М., 1995; Зарубежная и российская журналистика: трансформация картины мира и ее содержания. – Барнаул. – 2003.

<sup>3</sup> См.: Борев Ю.Б. Эстетика. – М., 1988; Галеев Б.М. Человек, искусство, техника. (Проблема синестезии в искусстве). – Казань, 1987; Кондрашов В.А., Чичина Е.А. Этика. Эстетика. – Ростов-на-Дону, 1998; Шеляпин Н.В. Основные тенденции формирования эстетических установок современного телевидения // Сборник научных трудов «Актуальные проблемы теории коммуникации». СПб, 2004. – С. 241-252; Fiske J. Television culture. – London and New York, 1991.

<sup>4</sup> См.: Адамьянц Т.З. Телекоммуникация в социальном проектировании информационной среды.: Автореф. дис. ... доктора социол. наук. М., 1998; Волкова Е.В. Производство искусства – предмет эстетического анализа. – М., 1976; Егоров В.В. Телевидение и зритель. – М., 1977; Егоров В.В. Телевидение между прошлым и будущим. – М., 1999; Егоров В.В. Телевидение: теория и практика. – М., 1992; Лотман Ю.М. Культура и взрыв. – М., 1992; Лотман Ю. М. Семиотика кино и проблемы киноэстетики. – Таллин, 1973; Цвик В.Л. Телевидение: системные характеристики. – М., 1999; Цвик В.Л. Особенности реформирования отечественной системы телевидения в условиях информационного рынка // Вестник МУ. – Серия 10. Журналистика. – 1998. – № 3. – С. 23-36; Цвик В.Л. Телевизионная

В исследованиях Э. Багирова, Н. Зверевой, О. Коноваловой, М. Корнеевой, Е. Корнилова, И. Кацева, Р. Овсепяна<sup>1</sup> рассматриваются специфические особенности регионального телевидения, уделяется внимание изучению его места в современной культуре.

Вместе с тем в отмеченных выше работах в недостаточной степени представлен философский анализ места и роли телевидения в культуре формирующегося информационного общества. До настоящего времени не были освещены многие проблемы, связанные с выявлением культуроформирующих свойств телевидения. Недостаточно исследована роль телевизионных программ региональных каналов вещания в формировании современной культуры, что позволяет сделать вывод о необходимости дальнейших научных исследований по избранной проблеме.

**Объектом исследования** является культура современного информационного общества.

**Предметом диссертационного исследования** выступают место и роль телевидения в культуре информационного общества.

**Целью** диссертации является выявление особенностей телевидения как культуроформирующего элемента информационного общества.

Обозначенная цель диссертационного исследования предполагает решение следующих *задач*:

- уточнить содержание понятия «информационное общество» на основе анализа различных концепций информационного общества;

---

журналистика: История, теория, практика. – М., 2004; Телевизионная журналистика: Учебник. 3-е издание, переработанное и дополненное. – М., 2002.

<sup>1</sup> См.: Багиров Э.Г. Место телевидения в средствах массовой информации и пропаганды. – М., 1987; Багиров, Э.Г. Очерки теории телевидения. – М., 1978; Багиров Э., Кацев И. Телевидение, XX век. – М., 1968; Зверева Н.В. Школа регионального тележурналиста. – М., 2004; Коновалова О.В. Тенденции развития региональной системы коммуникаций (на материалах телевидения Юга России). – Ростов-на-Дону, 2003; Корнеева М.Д. О роли местных СМИ в информационном пространстве края // Ставропольская журналистика: история и современность: Материалы конференции. – Ставрополь, 2004; «Ставрополь-ТР». Эффективность деятельности. Перспективы развития. (Итоги комплексного социологического исследования под руководством Е.А. Корнилова). – Ростов-на-Дону, 1993; Овсепян Р.П. История новейшей отечественной журналистики. – М., 1999.

- определить сущность информационной культуры как социокультурного конструкта информационного общества;
- выявить основные культууроформирующие функции телевидения;
- проанализировать коммуникативно-информационные и эстетические свойства телевидения;
- исследовать особенности современных телекоммуникационных технологий, влияющих на формирование информационной культуры в России;
- раскрыть специфику функционирования регионального телевидения в современной культуре.

В соответствии с целью и задачами диссертационного исследования его **теоретико-методологическую основу** составили системный, семиотический, социокультурный и структурно-функциональный подходы, через призму которых рассматриваются место и роль телевидения в культуре информационного общества. Системный подход способствовал осуществлению многоаспектного анализа изучаемого явления, позволил представить предмет исследования во всей полноте. Применение семиотического подхода дало возможность наиболее полно раскрыть культурную специфику телевидения, рассмотреть «телевизионный текст» как символическую структуру, как открытое семиотическое пространство, наполненное множеством смыслов, которые реализуются при их «прочтении» зрителем. На основе социокультурного подхода было сформировано представление о телевидении как одном из значимых элементов культуры информационного общества. Структурно-функциональный метод позволил проанализировать смыслообразующие механизмы «телевизионного текста», культурные коды, инскрибированные в текстах масс-медиа.

В исследовании были использованы общелогические методы: анализ и синтез, индукция и дедукция, абстрагирование. Междисциплинарный характер проблематики диссертационного исследования обусловил также необходимость использования методов социологии (опрос экспертов), журналистики (анализ телевизионных передач) и др.

**Научная новизна диссертационного исследования** состоит в том, что:

- на основе анализа и сравнения различных концепций информационного общества уточнено содержание понятия «информационное общество»;
- выявлена сущность информационной культуры как социокультурного конструкта информационного общества и показана ее роль в формировании данного типа общества;
- определены культууроформирующие функции телевидения: информативная, культурно-просветительская, познавательно-рекреативная, смыслообразующая;
- рассмотрены коммуникативно-информационные и эстетические свойства телевидения и выявлены их особенности в культуре современного информационного общества;
- обосновано, что современные телекоммуникационные технологии являются средством формирования информационной культуры и информационного общества в России;
- на основе анализа программ Ставропольской краевой студии телевидения выявлено влияние региональных каналов телевизионного вещания на культурную и информационную ситуацию в регионе и показана тенденция вещательной политики на утверждение культурных, национальных, исторических традиций.

**Основные положения, выносимые на защиту:**

1. Информационное общество понимается как новый этап эволюции цивилизации, формирующийся в результате развития и конвергенции инфокоммуникационных технологий; как общество знания, в котором главным фактором развития становится производство различного рода информации и обеспечение ею граждан. Информационному обществу присущи, с одной стороны, взаимопроникновение культур, с другой – предоставление каждому сообществу и человеку новых возможностей для самоидентификации.

2. Сущность информационной культуры как социокультурного конструкта информационного общества заключается в том, что она представляет собой своеобразный аспект социокультурной жизни, включающий в себя понимание современным человеком сущности происходящих информационных преобразований и осознание своего места и своих задач в формирующемся информационно-культурном пространстве. В информационном обществе для наиболее эффективного использования преимуществ новых информационных технологий необходимо обладать соответствующим уровнем знаний о функционировании информации в современном обществе.

3. Телевидение является специфической полифункциональной системой, распространяющей и создающей культурные ценности, что находит свое выражение в следующих культууроформирующих функциях: 1) информативной, связанной с распространением по телевизионным каналам культурной информации; 2) культурно-просветительской, заключающейся в том, что телевидение проявляет себя как средство производства новых ценностей культуры; 3) познавательно-рекреативной, состоящей в возможности повышения посредством телевизионных передач уровня культуры отдельного человека; 4) смыслообразующей, основывающейся на конструктивном принципе, который предполагает, что образ, возникающий ассоциативно под влиянием изображения, музыки и значения слов в закадровом тексте, потенциально способен порождать новые смыслы в общем телевизионном контексте. Осуществление культууроформирующих функций проявляется в репродуктивной и продуктивной (художественно-творческой, рецепционно-эстетической, духовно-культурной) деятельности телевидения.

4. Традиционно телевидение рассматривалось как способ передачи информации, которому присущи лишь информационные свойства: распространение знаний из различных областей социокультурной жизни и способствование их усвоению зрителем. В последнее время все большее развитие получают коммуникативные свойства телевидения, заключающиеся в

том, что при просмотре телевизионных передач осуществляется акт опосредованного общения. В культуре современного информационного общества телевидение не только передает информацию, но, осваивая эстетические свойства, раскрывается как художественный феномен, как вид искусства.

5. Современные телекоммуникационные технологии, прежде всего телевидение, являются средством формирования информационной культуры, которая выступает фактором становления информационного общества. В России телевидение – основной источник информации, поскольку в нашей стране еще не в полной мере развиты современные информационно-коммуникационные технологии, например, Интернет, мультимедийные системы, компьютеровидение. Телевидение является самым доступным средством массовой информации практически для всех категорий российских граждан, и именно благодаря телевидению создаются условия для реализации права каждого человека на получение различного рода информации, что в свою очередь является одной из основополагающих характеристик формирующейся информационной цивилизации.

6. Передачи Ставропольской краевой студии телевидения оказывают влияние на развитие и обогащение духовного мира и культурного кругозора, нравственное воспитание телезрителей разных поколений и разных наций. В культурно-просветительских и художественных программах краевого телевизионного канала освещается культурная жизнь Ставропольского края и близлежащих территорий: создаются программы, знакомящие зрителей с особенностями национальных культур Северного Кавказа, развивается краеведческое направление, выходят в эфир передачи о жизни, традициях и обычаях жителей края, об истории городов и сел. Передачи регионального телевидения более целенаправленно воздействуют на аудиторию, способствуют повышению уровня культуры в современном обществе.

**Теоретическая и практическая значимость.** Основные положения и выводы диссертационного исследования расширяют предметное поле

философии культуры и представляют интерес для философов, социологов, культурологов, журналистов. Результаты диссертации могут быть использованы в научно-исследовательской деятельности по проблемам, касающимся изучения роли и места телевидения в культуре информационного общества; для дальнейшего изучения эстетических свойств телевидения.

Материалы и выводы исследования можно применять для разработки дисциплин по выбору по философии культуры, социальной философии, культурологии, журналистике и т.п. Результаты диссертационного исследования могут заинтересовать руководителей телекомпаний и журналистов, непосредственно участвующих в процессе создания телепередач, а это, в свою очередь, может способствовать оптимизации телепроизводства и повышению, посредством телевизионных программ, уровня культуры в современном обществе.

**Апробация диссертации.** Основные положения и выводы диссертационного исследования отражены в научных публикациях (3,2 п. л.) и докладах на научно-методических и научно-практических конференциях и семинарах:

- 48-ой, 49-ой, 50-ой научно-методических конференциях «Университетская наука – региону» (г. Ставрополь, 2003, 2004, 2005 гг.);
- Всероссийской межвузовской научно-практической конференции студентов и аспирантов «Журналистика, реклама, связи с общественностью: новые подходы» (г. Воронеж, 2003 г.);
- Краевой научно-практической конференции «Ставропольская журналистика: история, современное состояние, перспективы развития» (г. Ставрополь, 2004 г.);
- Научно-практической конференции «Журналистика в 2004 году. СМИ в многополярном мире» (г. Москва, 2005 г.);
- XII международной конференции студентов, аспирантов и молодых ученых «Ломоносов 2005» (г. Москва, 2005 г.);

- Межвузовской научно-практической конференции «Средства массовой информации в современном мире. Петербургские чтения» (г. Санкт-Петербург, 2005 г.).
- Международном научно-практическом семинаре в рамках программы «Климат доверия», II фаза: Лос-Анджелес – Ставрополь (г. Рязань, 2005 г.).
- Международной научно-практической конференции «Зарубежная и российская журналистика: актуальные проблемы и перспективы развития» (г. Волгоград, 2005 г.).

**Структура и объем диссертации.** Работа состоит из введения, двух глав, включающих шесть параграфов, заключения и библиографического списка использованной литературы, содержащего 237 наименований, из них 6 на иностранном языке. Общий объем диссертации – 149 страниц машинописного текста.

# ГЛАВА I. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВАНИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЩЕСТВА И ИНФОРМАЦИОННОЙ КУЛЬТУРЫ

## 1.1 Основные концепции информационного общества

Важной отличительной особенностью современного этапа развития общества является все большая его информатизация, которая связана с обеспечением заинтересованных субъектов достоверными, исчерпывающими и своевременными знаниями во всех видах человеческой деятельности. Усложнение индустриального производства, социальной, экономической и политической жизни, изменение динамики процессов во всех сферах деятельности человека привели, с одной стороны, к росту потребностей в знаниях, а с другой – к созданию новых средств и способов удовлетворения этих потребностей.

Мы вошли в этап развития, когда информация стала одной из основных ценностей в жизни людей. Поэтому, прежде чем перейти к феномену информатизации современного общества представляется необходимым разобраться в понятии «информация». На данный момент существует множество сложных и противоречивых определений. Так, для экономистов информация – «это данные, просеянные для конкретных людей, проблем, целей и ситуаций»<sup>1</sup>. В рамках принятия решений информация – «все те сведения, знания, сообщения, которые помогают решать определенную задачу»<sup>2</sup>. С точки зрения кибернетики информация «уничтожает разнообразие, а уменьшение разнообразия является одним из основных методов регулирования и не потому, что при этом упрощается управляемая система, а потому что поведение системы становится более предсказуемым»<sup>3</sup>. Для семиотики информация – это «мера устранения неопределенности знания у получателя сообщения о

---

<sup>1</sup> Информация // Большой экономический словарь. М., 1994. – С. 164.

<sup>2</sup> Лопатников Л.И. Популярный экономико-математический словарь. – М., 1979. – С. 151.

<sup>3</sup> Бир Ст. Кибернетика и управление производством. – М., 1963. – С.67.

состоянии объекта или о каком-то событии»<sup>1</sup>. В «Новейшем философском словаре» информация понимается как «одно из наиболее общих понятий науки, обозначающее некоторые сведения, совокупность каких-либо данных, знаний и т.п.»<sup>2</sup>. Обобщив вышеперечисленные дефиниции, мы будем понимать под информацией обмен сведениями (знаниями, духовными ценностями, моральными и правовыми нормами), передаваемыми устным, письменным или другим способом (с помощью условных сигналов, технических средств и т.д.) между людьми, человеком и машиной, машиной и машиной.

Бурное развитие компьютерной техники и информационных технологий послужило толчком к развитию общества, построенного на использовании различной информации во всех сферах жизни и профессиональной деятельности людей: в культуре, науке, образовании, экономике, здравоохранении, бытовой сфере. В таком обществе главным объектом управления становятся не материальные объекты, а символы, идеи, образы, интеллект, знания. Названные тенденции оказали влияние не только на социальные, но также на культурные и научные стороны развития современного общества. То есть, сложившаяся ситуация в культуре и обществе привела к изменениям и в философии культуры, к смене парадигмы исследования. Здесь мы имеем в виду тот факт, что современная постнеклассическая методология особое внимание уделяет смыслу и образу.

В настоящее время процесс информатизации охватил не только все развитые страны мирового сообщества, но и многие развивающиеся страны. Следовательно, становление информационного общества является закономерным этапом развития цивилизации, происходящим в результате воздействия современных информационных и телекоммуникационных технологий на культуру, социальную структуру, экономику, право, государство. Доминирующей тенденцией дальнейшего развития современной

---

<sup>1</sup> Андреев В.Н. Информация и моделирование в управлении производством. – Л. 1985. – С.5.

<sup>2</sup> Семенков О.И. Информация // Новейший философский словарь: 2-е изд., перераб. и доп. – Минск, 2001. – С. 506.

цивилизации является переход от индустриального общества к информационному, в котором объектами и результатами труда подавляющей части занятого населения станут информационные ресурсы и научные знания.

Проблема существования и бытия человека в полностью «технизированном» и «информатизированном» мире не могла не занимать философов уже в середине прошлого века, а для современных исследователей проблема информационного общества является одной из важнейших. Впервые о становлении информационного общества начали говорить в середине XX столетия американские технократы-футурологи Д. Белл, Н. Винер и другие. Норберт Винер, которого называют отцом «коммуникации» и «кибернетики», еще в конце 1940-х годов в своих трудах писал о «коммуникационном обществе», то есть обществе, основанном на коммуникации. Канадский исследователь Маршал Маклюэн в 1960-х годах писал о новом обществе как о «глобальной деревне», в которой информационные технологии будут выступать в качестве главного фактора, влияющего на формирование социально-экономической основы нового общества.

Исследования в этой области породили огромное количество разнообразных названий и определений нового общества, о которых говорит У. Дайзард в своей статье «Наступление информационного века»: «Стремление выразить сущность нового информационного века вылилось в целый калейдоскоп определений. Дж. Лихтхайм говорит о постбуржуазном обществе, Р. Дарендорф – посткапиталистическом, А. Этциони – постмодернистском, К. Боулдинг – постцивилизационном, Г. Кан – постэкономическом, С. Алстром – постпротестантском, Р. Сейденберг – постисторическом, Р. Барнет вносит в этот калейдоскоп прагматическую нотку, предлагая термин “постнефтяное общество”. Большинство этих эпитетов восходят к понятию “постиндустриальное общество”, популяризованному десятилетие тому назад (60 – 70-е гг. XX века – выделено мной – Е. М.) гарвардским социологом Д. Беллом. Общая приставка этих терминов отдает каким-то осенним чувством

увядания, свойственным нашему веку, – ощущением конца»<sup>1</sup>. Действительно, все предложенные названия имеют латинскую приставку «пост-», то есть «после», как будто их создатели ожидают какого-то всемирного катаклизма, глобального переворота в сознании людей, после которого вдруг начнется новая эра, новая эпоха, возникнет новое общество. Именно поэтому было очень важно найти принципиально новое название, одновременно показывающее преемственность и принципиальную новизну грядущего общества. Таким названием стало «информационное общество», о котором говорит Элвин Тоффлер в книге «Третья волна». Хотя исследователь и не дал дефиниции этому понятию, он определил его описательно, через перечисление элементов, которые являются радикально новыми для сегодняшней жизни и коренным образом изменяют жизнь нынешнего или ближайшего поколения. «Третья волна» несет с собой подлинно новый образ жизни, основанный на диверсифицированных, возобновляемых источниках энергии; на методах производства, которые делают устаревшими большинство фабричных сборочных линий; на новой «ненуклеарной» семье; на новом институте, который мог бы быть назван «электронным коттеджем»; на радикально преобразованных школах и корпорациях будущего.

Определение понятию «информационное общество» было дано в конце 60-х – начале 70-х гг. XX века. Однако авторство этого термина различными современными исследователями приписывается разным ученым: так, Э.Г. Соловьев пишет, что «термин “информационное общество” предложен японским теоретиком К. Коямой»<sup>2</sup>, а Л.Д. Рейман отмечает, что «авторство термина принадлежит Ю. Хаяши, профессору Токийского технологического института, а также ряду организаций, работавших на японское правительство. В отчете этих организаций за 1969 – 1971 гг. информационное общество определяется как общество, в котором процесс компьютеризации дает людям

---

<sup>1</sup> Новая технократическая волна на Западе / Под ред. П.С.Гуревича. – М., 1986. – С. 343-344.

<sup>2</sup> Соловьев Э.Г. Информационное общество // Новая философская энциклопедия – М., 2001. – Т.2. – С.142.

доступ к надежным источникам информации, избавляет их от рутинной работы, обеспечивает высокий уровень автоматизации производства»<sup>1</sup>. В научный оборот термин «информационное общество», фактически одновременно в США и Японии, ввели в начале 1960-х гг. Ф. Маклупа и Т. Умясао. Теория «информационного общества» развивалась и такими авторами, как Т. Стоуньер, Й. Масуда, П. Дракер, М. Кастельс и др. В той или иной мере она получила поддержку тех исследователей, которые акцентировали внимание не столько на процессе собственно информационных технологий, сколько на становлении технологического, или технетронного (technetronic – от греч. techne) общества, или же обозначали современный социум, отталкиваясь от возросшей и постоянно возрастающей роли знаний, как «the knowledgeable society», «knowledge society» или «knowledge-value society»<sup>2</sup>.

Один из основоположников концепции «информационного общества» (иначе называемого «постиндустриальным обществом») Д. Белл выделил его характерные признаки. В своей работе «Социальные рамки информационного общества» он определяет сущность нового общества через изменения, происходящие в обществе настоящем, тем самым, выделяя и подчеркивая именно те признаки, которые будут отличать «послеревolutionное» общество от сегодняшнего. «В наступающем столетии решающее значение для экономической и социальной жизни, для способов производства знания, а также для характера трудовой деятельности человека приобретет становление нового социального уклада, зиждущегося на телекоммуникациях. Революция в организации и обработке информации и знаний, в которой центральную роль играет компьютер, развертывается одновременно со становлением постиндустриального общества. Три аспекта постиндустриального общества особенно важны для понимания телекоммуникационной революции: 1) переход от индустриального к сервисному обществу; 2) решающее значение кодифицированного теоретического знания для осуществления

---

<sup>1</sup> Рейман Л.Д. Информационное общество и роль телекоммуникаций в его становлении // Вопросы философии. – 2001. – № 3. – С. 5.

<sup>2</sup> Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество. – М., 1999. – С.15.

технологических инноваций; 3) превращение новой «интеллектуальной технологии» в ключевой инструмент системного анализа и теории принятия решений»<sup>1</sup>.

В целом Д. Белл определяет постиндустриальное общество как общество, в котором производство как дискретный и постоянно возобновляющийся процесс сменяется непрерывным воздействием на окружающую среду, а каждая сфера человеческой деятельности оказывается тесно связана со всеми другими. В этих условиях основным ресурсом становится информация, приоритет переходит от полуквалифицированных работников к инженерам и ученым, дальнейшее совершенствование знаний человека о мире происходит, в первую очередь, на базе применения абстрактных моделей и системного анализа, центральное значение приобретает кодификация теоретического знания, а важнейшей задачей становится перспективное прогнозирование хозяйственных и социальных процессов.

Как видим, Д. Белл в своих работах называет новое общество постиндустриальным, а не информационным. Более того, в предисловии к изданию книги «Грядущее постиндустриальное общество» 1976 года исследователь пишет: «...я отверг искушение обозначить этот зарождающийся социум каким-либо термином вроде “общество услуг”, “информационное общество” или “общество знания”. Даже если все соответствующие признаки имеются в наличии, подобные понятия либо односторонни, либо порождены модным поветрием и ради него искажают суть явления». Но уже в предисловии к русскому изданию 1999 года он все-таки называет современное общество – информационным обществом, а наступающий век – постиндустриальной, или информационной эрой<sup>2</sup>.

Большое значение для определения понятия «информационное общество» имеют размышления Т. Стоуньера. В статье «Информационное богатство: профиль постиндустриальной экономики» автор дает развернутую

---

<sup>1</sup> Новая технократическая волна на Западе / Под ред. П.С.Гуревича. – М., 1986. – С.330.

<sup>2</sup> См.: Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество. – М., 1999. – С. СXXXVII, СXXXIX.

характеристику понятия «информация», демонстрируя принципиальное отличие последней от иных видов социальных и экономических ценностей. Тем самым он обосновывает идею об исключительности наступающей стадии в развитии общества и неизбежности кардинального перелома в истории с ее наступлением. Т. Стоуньер пишет: «...инструменты и машины, будучи овеществленным трудом, суть в то же время овеществленная информация. Эта идея справедлива по отношению к капиталу, земле и любому другому фактору экономики, в котором овеществлен труд. Нет ни одного способа производительного приложения труда, который в то же самое время не был бы приложением информации. Более того, информацию, подобно капиталу, можно накапливать и хранить для будущего использования. В постиндустриальном обществе национальные информационные ресурсы суть его основная экономическая ценность, его самый большой потенциальный источник богатства»<sup>1</sup>. По мнению Т. Стоуньера, существует три основных способа, которыми страна может увеличить свое национальное богатство: 1) постоянное накопление капитала, 2) военные захваты и территориальные приращения, 3) использование новой технологии, переводящей «нересурсы» в ресурсы. В силу высокого уровня развития технологии в постиндустриальной экономике перевод нересурсов в ресурсы стал основным принципом создания нового богатства<sup>2</sup>.

Одной из наиболее разработанных философских концепций информационного общества является теория японского ученого Й. Масуды. Основные принципы построения грядущего общества представлены в его книге «Информационное общество как постиндустриальное общество». (The Information Society as Postindustrial Society). Фундаментом нового общества, по мнению автора, станет компьютерная технология, главная функция которой видится им в значительном усилении умственного труда человека. Информационно-технологическая революция будет быстро превращаться в

---

<sup>1</sup> Новая технократическая волна на Западе / Под ред. П.С.Гуревича.– М., 1986. – С. 393.

<sup>2</sup> Там же. – С. 395-396.

новую производственную силу и сделает возможным массовое производство когнитивной и систематизированной информации, новых технологий и знания. Потенциальным рынком станет «граница познанного», возрастет возможность решения насущных проблем и развитие сотрудничества. Ведущей отраслью экономики станет интеллектуальное производство, продукция которого будет аккумулироваться и распространяться с помощью новых телекоммуникационных технологий<sup>1</sup>.

Уделяя особое внимание трансформации человеческих ценностей в глобальном информационном обществе, Й. Масуда предполагает, что оно будет бесклассовым и бесконфликтным, говорит о том, что это будет общество согласия с небольшим правительством и государственным аппаратом. Он пишет, что в отличие от индустриального общества, характерной ценностью которого является потребление товаров, информационное общество выдвигает в качестве характерной ценности время.

Свою концепцию информационного общества выдвинул П. Дракер в книге «Посткапиталистическое общество». Ядром его учения является идея преодоления традиционного капитализма, причем основными признаками происходящего сдвига считаются переход от индустриального хозяйства к экономической системе, основанной на знаниях и информации, преодоление капиталистической частной собственности, формирование новой системы ценностей современного человека и трансформация национального государства под воздействием процессов глобализации экономики и социума. Современная эпоха, по мнению П. Дракера, представляет собой время радикальной перестройки, когда с развитием новых информационно-телекоммуникационных технологий человечество получило реальный шанс преобразовать капиталистическое общество в общество, основанное на знаниях.

Профессор социологии Калифорнийского университета, исследователь новых технологий Мануэль Кастельс считает, что новый мир зародился

---

<sup>1</sup> См. Чернов А.А. Основные историко-теоретические этапы развития концепций глобального информационного общества // Сб. материалов круглого стола «Информация. Дипломатия. Психология». – М., 2002. – С. 32.

приблизительно в конце 1960-х – середине 1970-х гг., в историческом совпадении трех независимых процессов: революции информационных технологий; кризиса как капитализма, так и этатизма, с их последующей реструктуризацией; расцвета культурных социальных движений, таких, как либертарианизм, борьба за права человека, феминизм, защита окружающей среды. Взаимодействие между этими процессами и спровоцированные ими реакции создали новую доминирующую социальную структуру, сетевое общество; новую экономику – информациональную/глобальную и новую культуру – культуру реальной виртуальности<sup>1</sup>. Тем не менее, М. Кастельс отмечает, что на закате XX века информациональное общество в своих исторически разнообразных проявлениях еще только складывается.

В книге «Возникновение сетевого общества» исследователь теоретически обосновывает понятие «информационное общество». М. Кастельс предлагает свой вариант термина, а именно: «информационное общество» (informational society), мотивируя это предложение аналогией с понятием «индустриальное общество», в терминологическом названии которого суффиксально подчеркивается мысль о его индустриальной, а не какой-либо иной основе. Элементы индустрии могут быть и имеются в обществах разного типа, рассуждает он, но только то общество следует считать индустриальным, фундаментом которого является всестороннее развитие индустрии, влияющее и на культуру, и на характер общественного бытия, и на сознание в целом. По мнению М. Кастельса, информационное общество отличается от индустриального тем, что оно стремится не к производству товарной массы из всех доступных сырьевых источников, а к богатству знаний, черпаемых из информационных ресурсов, в целях максимального использования высокоразвитой техники для удовлетворения запросов ее пользователей. Если «индустриализм ориентирован на экономический рост, то есть на максимальный выпуск продукции», то «информационализм направлен на

---

<sup>1</sup> Кастельс М. Информационная эпоха. Экономика, общество и культура. – М., 2000. – С. 492.

накопление знаний и к более высоким уровням сложности обработки информации».

М. Кастельс затрагивает не только технологический и экономический аспекты, но и более широкие факторы, влияющие на современное общество: урбанизм, демографию и т.д. Говоря об информационном обществе, исследователь имеет в виду так называемые взаимоотношения «человек – Сеть» («индивидуализм–всеобщность»), к которым и обращается в своей монографии «Информационная эпоха. Экономика, общество и культура»: «Как объединить новые технологии и коллективную память, универсальную науку и общинную культуру, страсти и разум? И действительно, как?! И почему мы наблюдаем во всем мире противоположную тенденцию, а именно увеличение дистанции между глобализацией и идентичностью, между Сетью и «Я»?»<sup>1</sup>.

По мнению, М. Кастельса, переход к информационному обществу накладывает особый отпечаток на структурирование регионального пространства – на смену иерархии территорий приходит так называемая «сетевая организация», то есть, сетевые структуры являются одновременно и средством и результатом глобализации общества. Основным противоречием (и соответственно движущей силой развития) формирующегося нового общества, основанного на сетевых структурах, является противоречие между глобализацией мира и самобытностью (идентичностью) конкретного сообщества. «Новая самобытность, устремленная в будущее, – подчеркивает Кастельс, – возникает не из былой самобытности гражданского общества, которой характеризовалась индустриальная эпоха, а из развития сегодняшней самобытности сопротивления»<sup>2</sup>. М. Кастельс приводит основные группы сообществ, которые, по его мнению, могут через самобытность сопротивления перейти к самобытности, устремленной в будущее (project identity) и тем самым способствовать преобразованию общества в целом. Это, прежде всего,

---

<sup>1</sup> Кастельс М. Информационная эпоха. Экономика, общество и культура. – М., 2000. – С. 237.

<sup>2</sup> Новая постиндустриальная волна на Западе: Антология / Под ред. В.Л.Иноземцева. – М., 1999.–С.300.

религиозные, национальные и территориальные сообщества. Территориальная самобытность и рост ее общемировой активности ведет к возвращению на историческую сцену «города-государства» как характерной черты эпохи глобализации. Женские сообщества и экологические движения также имеют этот потенциал. Признаком соответствия этих сообществ архитектуре нового общества является их сетевая децентрализованная форма организации и самоорганизующаяся система информационного обмена внутри сообщества.

Также следует отметить, что учеными выдвигается проект «глобальной электронной цивилизации» на базе синтеза телевидения, компьютерной службы и энергетики – «телекомпьютерэнергетики» (Дж. Пелтон). Социальные и политические изменения рассматриваются в теории информационного общества как прямой результат «микроэлектронной революции». Перспектива развития демократии связывается с распространением информационной техники. Э. Тоффлер и Дж. Мартин отводят главную роль в этом телекоммуникационной «кабельной сети», которая обеспечит двустороннюю связь граждан с правительством, позволит учитывать их мнение при выработке политических решений<sup>1</sup>.

За последние десятилетия к теме глобального информационного общества неоднократно обращались и отечественные ученые, которые разработали собственные определения и концепции нового общества. Так, А.И. Ракитов в работах конца 1980-х годов писал, что переход к информационному обществу предполагает превращение производства и использования услуг и знаний в важнейший продукт социальной деятельности, причем удельный вес знаний будет постоянно возрастать. Главной целью информационного общества является обеспечение правовых и социальных гарантий того, что каждый гражданин общества, находящийся в любом месте и в любое время, сможет получить всю необходимую ему для решения насущных проблем информацию. По мнению исследователя, основными критериями информационного общества могут служить количество и качество имеющейся

---

<sup>1</sup> См.: Современная западная философия. Словарь. – М., 1991. – С. 117-118.

в обработке информации, а также ее эффективная передача и переработка. Дополнительным критерием является доступность информации для каждого человека, которая достигается снижением ее стоимости в результате развития и своевременного внедрения новых телекоммуникационных технологий. Залогом успешного функционирования экономики постиндустриального общества станет ее информационный сектор, который выйдет на первые позиции по числу занятых в нем трудящихся. С учетом этого, развитие, прежде всего, данного сектора позволит значительно ускорить интеграцию отдельно взятой страны в глобальное информационное общество<sup>1</sup>.

Исследователи Г.Л. Смолян и Д.С. Черешкин, в разработанной ими концепции, к основным признакам нового общества относят формирование единого информационного пространства и углубление процессов информационной и экономической интеграции стран и народов; становление и в дальнейшем доминирование в экономике стран, наиболее далеко продвинувшихся на пути к информационному обществу, новых технологических укладов, базирующихся на массовом использовании сетевых информационных технологий, перспективных средств вычислительной техники и телекоммуникаций; повышение уровня образования за счет расширения возможностей систем информационного обмена на международном, национальном и региональном уровнях и, соответственно, повышение роли квалификации, профессионализма и способностей к творчеству как основных характеристик услуг труда<sup>2</sup>. Вместе с тем в концепции особое внимание уделяется вопросам информационной безопасности личности, общества и государства в складывающемся обществе и созданию эффективной системы обеспечения прав граждан и социальных институтов на свободное получение, распространение и использование информации.

---

<sup>1</sup>Ракитов А.И. Наш путь к информационному обществу // Теория и практика общественно-научной информации. – М., 1989. – С. 24.

<sup>2</sup>Черешкин Д.С., Смолян Г.Л. Сетевая информационная революция // Информационные ресурсы России. – 1997.– № 4.– С. 15-18.

Некоторые исследователи критически относятся к наступлению «информационного века». Так, по мнению доктора философских наук И.С. Мелюхина, последствия перехода к информационному обществу оказываются далеко не столь радужными, как они виделись несколько десятилетий назад, когда впервые заговорили о переходе к новому обществу как более высокой ступени развития человечества. Исследователь отмечает, что технологический детерминизм как концептуальная основа информационного общества привлекателен простотой и понятностью объяснения исторического процесса, однако он опасен тем, что им порождаются утопии и иллюзии по поводу осуществимости технологических проектов. Законы экономики, политики, социальной психологии вносят свои существенные коррективы в первоначальное видение информационного общества как «технотронного» общества. То, что технически реализуемо – далеко не всегда экономически выполнимо, социально приемлемо и политически оправдано<sup>1</sup>.

По мнению А.В. Бузгалина, постиндустриальные технологии, доминирование творческой деятельности, новых ресурсов (неограниченно-открытых для потребления знаний феноменов культуры), мотивов и ценностей (прежде всего связанных с самореализацией человека в деятельности-общении, ростом свободного времени как времени гармоничного развития человека) – все это проявление «заката» эпохи доминирования материального производства, общественной экономической формации. Этот процесс А.В. Бузгалин называет «глобальной гегемонией корпоративного капитала». Ее слагаемые: во-первых, тотальный, проникающий во все поры жизни человека рынок – тотальный рынок как пространство борьбы гигантских сетей; во-вторых, власть виртуального фиктивного финансового капитала, «живущего» в компьютерных сетях; в-третьих, целостное подчинение личности работника: творческий потенциал, талант, образование – вся жизнь человека-профессионала присваивается современной корпорацией; в-четвертых,

---

<sup>1</sup> Мелюхин И.С. Концепция «Информационного общества» и кризис // Информационное общество.– 1998.– вып. 6.– С. 20-22.

монополизация первым миром ключевых ресурсов и экспорт грязных технологий, социальной «грязи» в третий и второй миры; в-пятых, глобальное политическое и идеологическое манипулирование, информационное и культурное давление<sup>1</sup>.

Однако каким бы ни было отношение к «информационному веку» предотвратить его наступление не представляется возможным. Начиная с первой половины 90-х годов прошлого века, развитие национальной и глобальной информационной инфраструктуры становится стратегической целью США и европейских государств. В 1993 году на конференции Международного союза телекоммуникаций вице-президент США А. Гор говорил о глобальной информационной инфраструктуре. Она описывается им следующим образом: учебные заведения и преподаватели должны стать доступными всем студентам, вне зависимости от географических условий, расстояния и ресурсов; огромный потенциал искусства, литературы и науки становится доступен не только в библиотеках и музеях; медицинские и социальные услуги должны быть доступными в интерактивном режиме; каждый будет иметь возможность полноценно работать через электронные магистрали, обращаться в магазин, банк, получать государственную информацию прямо из своего дома; деловые структуры смогут обмениваться информацией электронным путем, снижая объем бумажного документооборота и улучшая качество услуг<sup>2</sup>.

В июле 1994 года Комиссия Европейского сообщества приняла план действий «Европейский путь в информационное общество» (Europe's Way to the Information Society. An Action Plan), который предусматривал четыре основных направления деятельности Европейского Союза: создание нормативно-правового пространства; развитие информационных и телекоммуникационных сетей, классификация основных услуг, стандартизация оборудования; изучение

---

<sup>1</sup> Бугалин А.В. «Постиндустриальное общество» – тупиковая ветвь социального развития? // Вопросы философии. – 2002. – № 5. – С. 29.

<sup>2</sup> См.: Курносов И.Н. Информационное общество: планы и программы зарубежных стран. – М., 1997.

различных социальных и культурных аспектов информационного общества; пропаганда концепции формирования информационного общества среди населения с целью: заручиться общественной поддержкой. Во многих странах мира: Германии, Франции, Великобритании, Австрии, Чехии, Японии, Индии, странах Юго-Восточной Азии и других началась разработка и реализация национальных концепций развития информационного общества. В частности, в 1995 году Финляндия подготовила свою программу «Финский путь в информационное общество», в феврале 1996 года в правительство ФРГ была представлена программа действий «Путь Германии в информационное общество». В данных концепциях сформулированы основные задачи, решение которых приведет к развитию информационного общества: это необходимость улучшить условия для бизнеса с помощью эффективной и согласованной либерализации телекоммуникаций, создать необходимые условия для внедрения электронной торговли; обеспечить переход к обучению в течение всей жизни путем реализации инициативы «Обучение в информационном обществе»; установить правила построения информационного общества, которые должны затрагивать права на интеллектуальную собственность, защиту данных и тайну личной жизни, распространения информации вредного и незаконного содержания, а также проблемы налогообложения в электронной сфере<sup>1</sup>.

Азиатские концепции развития информационного общества, как правило, базируются на утверждении собственных ценностных ориентаций и стремлении разработать альтернативный западному подход к индустриализации и социальному развитию. В их основе лежат философские постулаты «сосуществования» и «сопрощетания», сотрудничества государства и рынка, попытка установить связь между культурными ценностями, свойственными конфуцианству, и происходящими социальными изменениями<sup>2</sup>.

---

<sup>1</sup> См.: Скиден У. Глобальный вызов Бангеманна: о международной программе Европейской комиссии по интеграции городов в информационное общество // Информационное общество. – 1999. – № 4. – С. 11-12.

<sup>2</sup> Там же. – С. 55-57.

Следовательно, мы отмечаем, что информационное общество – это социологическая и футурологическая концепция, полагающая главным фактором общественного развития производство и использование научно-технической и другой информации. Информационное общество можно определить и как явление, «отражающее объективную тенденцию нового витка эволюции цивилизации, связанного с появлением новых информационных и телекоммуникационных технологий, новых потребностей и нового образа жизни»<sup>1</sup>. Также оно представляет собой цивилизацию, в основе развития и существования которой лежит особая нематериальная субстанция, условно именуемая «информацией», обладающая свойством взаимодействия как с духовным, так и с материальным миром человека. То есть, с одной стороны, информация формирует материальную среду жизни человека, выступая в роли инновационных технологий, компьютерных программ, телекоммуникационных протоколов и т.п., а с другой, служит основным средством межличностных взаимоотношений, постоянно возникая, видоизменяясь и трансформируясь в процессе перехода от одного человека к другому. Таким образом, информация одновременно определяет и социокультурную жизнь человека и его материальное бытие. В этом, по нашему мнению, состоит принципиальная новизна будущего общества.

Обобщая все вышесказанное, мы можем выделить ряд базовых признаков информационного общества и обозначить основные положения существующих концепций развития этого типа социальной организации, сочетающих в себе как культурфилософские, так и прикладные аспекты:

- рассмотрев подходы к трактовке понятия «информационное общество», мы отмечаем, что в настоящее время под ним понимается: во-первых, общество нового типа, формирующееся в результате новой глобальной социальной революции, основой которой является развитие и конвергенция информационных и коммуникационных технологий; во-вторых, общество

---

<sup>1</sup> Рейман Л.Д. Информационное общество и роль телекоммуникаций в его становлении // Вопросы философии. – 2001. – № 3. – С. 3.

знания, в котором главным условием благополучия каждого человека и каждого государства становится знание, полученное благодаря беспрепятственному доступу к информации и умение с ней работать; в-третьих, общество, которое, с одной стороны, способствует взаимопроникновению культур, а с другой, открывает каждому сообществу и человеку новые возможности для самоидентификации;

- становление нового общества связано с доминированием четвертого, информационного сектора экономики: капитал и труд как основа индустриального общества уступают место информации и знанию в информационном обществе. Таким образом, определяющим фактором общественной жизни в целом является теоретическое знание, вытесняющее ручной и механизированный труд. Экономические и социальные функции капитала переходят к информации. Ядром социальной организации становится «университет» как центр производства, переработки и накопления знания. Что касается промышленных корпораций, то они теряют свою главенствующую роль и вытесняются на производственную периферию;

- уровень знаний, а не собственность, становится определяющим фактором социальной дифференциации и социальной мобильности. Более существенной для социальной стратификации оказывается профессиональная, а не классовая структура. Деление на «имущих» и «неимущих» приобретает принципиально новый характер: привилегированный слой теперь образуют наиболее информированные члены общества. Очаг социальных конфликтов перемещается из экономической сферы в сферу культуры. Результатом борьбы и разрешения конфликтов в сфере культуры является развитие новых и упадок старых социальных институтов;

- инфраструктурой информационного общества является новая «интеллектуальная», а не «механическая» техника. Общество вступает в технологическую эру своего развития, когда социальные процессы становятся вполне прогнозируемыми и программируемыми.

Подобное «информационное общество», на наш взгляд, является рационализированной моделью той технологической утопии, которая активно насаждалась в западном обществе в середине XX века, но так до сих пор и не реализованна в полной мере на практике. Вместе с тем по целому ряду показателей человечество приблизилось к общепризнанным стандартам «информационного общества». В первую очередь речь идет о становлении глобальной информационной индустрии, которая переживает период технологической конвергенции, организационных слияний, законодательной либерализации, о роли знаний, информации в экономическом развитии, структурных сдвигах в занятости.

## **2.1 Информационная культура как социокультурный конструкт информационного общества**

Формирующаяся на протяжении последних лет информационная цивилизация радикально преобразует социокультурное пространство, создавая так называемую информационную культуру. Само это понятие достаточно многогранно и используется в самых различных значениях. В данном параграфе мы рассмотрим современную трактовку термина «информационная культура», проследим историю информационной культуры, назовем основные факторы ее развития, обозначим ее основные элементы, рассмотрим информационную культуру личности, определим место информационной культуры в системе общей культуры, а также роль информационных технологий в формировании культуры современного общества.

Понятия «культура» и «информация» терминологически представляют собой одни из наиболее абстрактных. В связи с тем, что практически каждая гуманитарная наука пытается дать свое определение термину «культура», таковых насчитывается уже достаточно большое количество (на сегодняшний день в философии культуры число толкований данного термина измеряется четырехзначной цифрой). Такое множество определений культуры

подтверждает сложность этого феномена. На наш взгляд, объяснением может служить тот факт, что данное понятие невозможно выразить через какую-либо одну универсальную дефиницию, поэтому определения «культуры» выступают как ее интерпретации в зависимости от того или иного аспекта рассмотрения культуры.

Как известно, слово «культура» происходит от лат. *cultura*, что означает культивировать, или возделывать почву. В средние века это слово стало обозначать прогрессивный метод возделывания зерновых, таким образом, возник термин *agriculture*, или искусство земледелия. Но в XVIII – XIX вв. его стали употреблять и по отношению к людям, следовательно, если человек отличался изяществом манер и начитанностью, его считали «культурным». Тогда этот термин применялся главным образом к аристократам, чтобы отделить их от «некультурного» простого народа. Немецкое слово *kultur* также означало высокий уровень цивилизации. Несмотря на то, что в нашей сегодняшней жизни слово «культура» все еще ассоциируется с оперным театром, прекрасной литературой, хорошим воспитанием, современное научное определение данного термина отбросило аристократические оттенки этого понятия.

Начиная со 2-ой половины XVIII века термин «культура» стал широко использоваться в европейской философии и исторической науке. В это время культура стала рассматриваться как важнейший аспект жизни общества, связанный со способом осуществления человеческой деятельности, отличающим человеческое бытие от животного существования. В настоящее время термин «культура» символизирует убеждения, ценности и выразительные средства (применяемые в искусстве и литературе), которые являются общими для какой-либо группы и служат для упорядочения опыта и регулирования членов этой группы. Еще одно современное определение трактует «культуру» как систему исторически развивающихся надбиологических программ человеческой деятельности, поведения и общения,

выступающих условием воспроизводства и изменения социальной жизни во всех ее основных проявлениях<sup>1</sup>.

В данном диссертационном исследовании мы остановимся на определении культуры, предложенном А. Андреевым: «Культура – специфически человеческий целостный образ жизнедеятельности, главным результатом которого явилось создание и дальнейшее усовершенствование систем духовных ценностей, выразившихся в свою очередь, во всех формах и на всех уровнях общественного сознания, которое реализуется в совокупности общественных отношений (включая практическую деятельность, продукты этой деятельности – как материализованные носители общественных отношений, отношения к природе и к самому себе)»<sup>2</sup>.

Также до настоящего времени нет точного, однозначного определения термина «информация». (Некоторые определения мы приводили в главе I, §1 на страницах 12-13). Информация как некая субстанция обладает своими специфическими особенностями, прежде всего, неуничтожимостью и неистощимостью. То есть, она не уменьшается при использовании и обнаруживает тенденцию к тому, чтобы стать общечеловеческим достоянием.

Сочетание слов «информация» и «культура» порождает множество новых понятий. С одной стороны, мы можем применить словосочетание «информационная культура», подразумевая под ним информационную культуру личности, общества и т.д. С другой стороны, если мы рассмотрим другое взаимосочетание обозначенных слов, то получим такое понятие как «культура информации». Данный термин еще не устоялся и может трактоваться различным образом. Например, мы можем полагать, что данное словосочетание означает способы представления информации, которые включают в себя виды, формы информации и ее содержание. Также можно утверждать, что это полиграфический уровень исполнения документов или делопроизводство, или

---

<sup>1</sup> Степин В.С. Культура // Новейший философский словарь: 2-е изд., перераб. и доп. Минск, 2001. – С. 526.

<sup>2</sup> Андреев А.А. Культурология. Личность и культура. – Минск, 1998. – С. 12.

метод хранения, обработки и передачи данных, или методы, способы и средства защиты информации и т.д.

В настоящее время существует большое количество определений термина «информационная культура». Одни исследователи, говоря о ней, подразумевают уровень достигнутого в развитии информационного общения людей. Новая культура общения заключается в принципиально иных формах личных и профессиональных связей. Общение осуществляется посредством электронной почты, телеконференций, World Wide Web («всемирная паутина», представляющая собой гибкую Сеть сетей в рамках Интернета, где институты, предприятия, ассоциации и индивиды создают собственные сайты, на основе которых каждый, кто имеет доступ, может создать свою «домашнюю страничку», сделанную из любого коллажа текстов и изображений), то есть без личного присутствия, но в режиме диалога. А также имеют в виду характеристику информационной сферы жизнедеятельности людей, в которой отмечают степень достигнутого, количество и качество созданного, тенденции развития, степень прогнозирования будущего. Другие называют информационной культурой умение целенаправленно работать с информацией, использовать ее, обрабатывать, хранить и передавать. Третьи связывают информационную культуру с социально-интеллектуальными способностями человека и его техническими навыками. К первым относятся: умение извлекать информацию из различных источников (из периодической печати, из электронных коммуникаций и др.); умение ее эффективно использовать; владение основами аналитической переработки информации; знание особенностей информационных потоков в области своей деятельности. К технической составляющей информационной культуры относятся навыки по использованию технических устройств (от телефона до персонального компьютера и компьютерных сетей), компьютерных технологий и программных продуктов.

Исследователи В.А. Виноградов и Л.В. Скворцов предлагают рассматривать информационную культуру в двух аспектах: информационная

культура в широком смысле – это совокупность принципов и реальных механизмов, обеспечивающих позитивное взаимодействие этнических и национальных культур, их соединение в общий опыт человечества. Информационная культура в узком смысле слова – это оптимальные способы обращения со знаками, данными, информацией и представление их заинтересованному потребителю для решения теоретических и практических задач; механизмы совершенствования технических средств производства, хранения и передачи информации; развитие системы обучения, подготовки человека к эффективному использованию информационных средств и информации<sup>1</sup>. К.К. Колин под информационной культурой понимает «способность эффективно использовать имеющиеся в распоряжении общества информационные ресурсы и средства информационных коммуникаций, а также применять для этих целей передовые достижения в области развития средств информатизации и информационных технологий»<sup>2</sup>. По мнению Н.А. Водопьяновой, информационную культуру можно определить как «процесс, эволюционирующий в обществе в поиске наиболее оптимальных форм взаимодействия, затрагивая мировоззренческие, когнитивные, морально-этические, психологические, социальные и технологические аспекты распространения информации в обществе и использование её индивидом»<sup>3</sup>.

Содержание понятия «информационная культура» также дополняют такими аспектами, как информационная этика, эстетика и гигиена компьютерных информационных технологий, информационная безопасность, включающая меры по защите человеческой психики. Таким образом, информационная культура может рассматриваться как свойство личности, позволяющее, с одной стороны, адекватно реагировать на процесс

---

<sup>1</sup> См.: Виноградов В.А., Скворцов Л.В. Создание информационной культуры для Европы // Теория и практика обществ.-научн. информатики. – 1991. – № 2. – С. 5-29.

<sup>2</sup> Колин К.К. Социальная информатика: Учебное пособие для вузов. – М.: Академический проект; М.: Фонд «Мир», 2003. – С. 166.

<sup>3</sup> Водопьянова Н.А. Информационная культура как фактор взаимодействия общественного и индивидуального. Дис. на соискание уч. степени канд. филос. наук., спец. 09.00.13. – Ставрополь, 2001. – С. 55.

информатизации общества в целях саморазвития, а с другой стороны – влиять на процесс формирования информационной культуры общества, как гуманистической основы информатизации.

История информационной культуры, как отмечает исследователь С.М. Оленев в работе «Информационная культура на рубеже тысячелетий: преемственность и новации», насчитывает тысячелетия, она берет начало своего существования от периода становления человечества. Точкой отсчета информационной культуры логично признать момент смены формального отношения к сигналу ситуации, которое было свойственно животному миру, на содержательное, свойственное исключительно человеку. Обмен содержательными единицами послужил основой развития языка. До появления письменности становление языка вызвало к жизни обширную гамму вербальных методик, породило культуру обращения со смыслом и текстом. Интенсивность информационного обмена приводила к тому, что информационную культуру человечества в разное время потрясали информационные кризисы, каждый раз выводящие ее на новый уровень развития. Один из наиболее значительных информационных кризисов привел к появлению письменности. Письменный этап концентрировался вокруг текста, вобравшего в себя все многообразие устной информационной культуры. Возникшая с течением времени потребность в полной сохранности растущих объемов информации и фиксации информации на материальном носителе, породила новый период информационной культуры – документный. В ее состав вошла культура общения с документами, то есть извлечение фиксированного знания, кодирование и фиксация информации, документографический поиск. Оперирование информацией стало легче, претерпел изменения образ мышления, но устные формы информационной культуры не только не утратили своего значения, но и обогатились системой взаимосвязей с письменными.

В период становления информационного общества появляется новая культура, основанная на символах, кодах, моделях, виртуальных презентациях, на превалировании чувственного над интеллектуальным, на переходе от

вербальности к зрительному образу и пр. Следовательно, мы можем сделать вывод о том, что тенденцией современной культуры является «визуализация культуры». Другими словами, благодаря новым технологиям, в частности, телевидению происходит «удвоение культурной среды», при котором все достижения человечества, ранее полностью отраженные в письменных текстах, получают аудиовизуальное выражение. Специфика такой культуры, по мнению Л.Б. Шамшина, определяется ее семиотической природой и техническими возможностями средств ее реализации, а именно: высокой информационной емкостью, легкостью и убедительностью чувств, образностью восприятия, доминированием репродуктивных возможностей над продуктивными, скоростью и широтой трансляции и тиражирования<sup>1</sup>.

Таким образом, мы заключаем, что современная информационная культура вобрала в себя все свои предшествующие формы, соединила их в единое средство и в информационном обществе выступает как социокультурный конструкт. По мнению С.М. Оленева, с которым мы соглашаемся, «информационная культура, представляя особый аспект социальной жизни, выступает в качестве предмета, средства и результата социальной активности, отражает характер и уровень практической деятельности людей»<sup>2</sup>.

На развитие информационной культуры, по мнению К.К. Колина, влияют следующие факторы: во-первых, система образования, которая определяет общий уровень интеллектуального развития людей, их материальных и духовных потребностей; во-вторых, информационная инфраструктура общества, определяющая возможности людей получать, передавать и использовать необходимую им информацию, а также оперативно осуществлять те или иные информационные коммуникации; в-третьих, демократизация общества, которая определяет правовые гарантии людей по доступу к

---

<sup>1</sup> Шамшин Л. Б. Аудиовизуальная культура // Культурология. XX век: Энциклопедия. М., 2003 – Т. 1., А-Л. – С. 26.

<sup>2</sup> Оленев С.М. Информационная культура на рубеже тысячелетий: преемственность и новации // Информационная культура личности: прошлое, настоящее, будущее. Краснодар – Новороссийск, 1996. – С.52-53.

необходимой им информации, развитие средств массового информирования населения, а также возможности граждан использовать альтернативные, в том числе зарубежные источники информации; в-четвертых, развитие экономики страны, от которого зависят материальные возможности получения людьми необходимого образования, а также приобретение и использование современных средств информационной техники (телевизоров, персональных компьютеров, радио- и сотовых телефонов и т.п.)<sup>1</sup>. Мы разделяем выводы исследователя и также считаем, что информационная культура общества непосредственно зависит от важнейших характеристик развития самого общества и поэтому может служить интегральным показателем уровня этого развития.

Проанализировав мнения современных исследователей (Ю.С. Брановского, Н.В. Макаровой, В.П. Беспалько и др.), мы можем выделить следующие элементы информационной культуры:

- добытые знания о природе, обществе, мышлении, технике и способах деятельности;
- способы деятельности, которые воплощаются в умениях и навыках личности;
- опыт творческой поисковой деятельности по решению новых, возникающих перед обществом проблем;
- нормы отношения людей к миру, друг к другу и т.д.

Неотъемлемой частью информационной культуры является знание новых информационных технологий и умение их применять как для автоматизации рутинных операций, так и в неординарных ситуациях, требующих нетрадиционного творческого подхода.

С появлением культуры, подразумевающей наличие «информационной грамотности» и нового мышления, возникает необходимость формировать информационную культуру личности, то есть готовить каждую конкретную

---

<sup>1</sup> Колин К.К. Фундаментальные основы информатики: Социальная информатика. – М., 2000. – С. 166-167.

личность, которая является субъектом культуры вообще и информационной культуры в частности, к быстрому восприятию и обработке больших объемов информации, овладению современными средствами, методами и технологией работы. Действительно, в современном мире для того, чтобы эффективно использовать преимущества новых информационных технологий, необходимо обладать соответствующим уровнем информационной культуры. Информационная культура личности является развивающейся во времени системой, в которой, как справедливо отмечает А.М. Атаян, можно выделить три уровня: общий (базовый), профессиональный и высший (логический). Выделение уровней связано с критериями и показателями сформированности информационной культуры конкретной личности. Говоря о критериях, следует иметь в виду способность личности использовать в разнообразных видах своей деятельности современные информационные компьютерные технологии, а в качестве показателей в данном случае будет выступать определенный набор знаний, умений и навыков, необходимых для оперирования информацией<sup>1</sup>.

Общий (базовый) уровень информационной культуры личности характеризуется тем, что главной особенностью набора знаний, умений и навыков этого уровня является их обобщенный характер, межпредметность, то есть возможность применения, практически без изменений, в различных видах деятельности.

Профессиональный уровень информационной культуры личности, как отмечает А.М. Атаян, характеризуется специфичностью, большей сложностью знаний, умений и навыков, но вместе с тем ограниченной областью применения. То есть, показатели сформированности информационной культуры конкретной личности обозначенного уровня будут привязаны к профессиональной деятельности человека, а при обучении в вузе к дисциплинам, которые формируют ее основы. Многие показатели профессионального уровня включают в себя как элемент показатели базового

---

<sup>1</sup> Атаян А.М. Информационная культура личности в условиях информатизации общества // Бюллетень Владикавказского института управления. – Вып. № 1(7). – 2001. Режим доступа: [<http://www.viu-online.ru/science/publ/bulletin7/page9.html> 3.02.2005].

уровня, что дает нам основание считать профессиональный уровень информационной культуры личности более высоким по сравнению с общим (базовым).

Знания, умения и навыки, характерные для высшего (логического) уровня информационной культуры, носят межпредметный характер, также как показатели общего (базового) уровня, но в отличие от последних, выделяются степенью сложности, гибкостью, возможностью осуществлять анализ и синтез, комбинировать ранее освоенные знания, умения и навыки, принимать решения в нестандартных ситуациях, вести альтернативный поиск средств и способов решения задач. Знания, умения и навыки этого уровня включают в себя показатели профессионального уровня информационной культуры.

Такой подход к информационной культуре личности позволяет говорить о неизменности уровней и критериев информационной культуры, об их универсальности для любой области деятельности человека, и, напротив, об изменяемости показателей уровней (то есть знаний, умений, навыков) с развитием информационных технологий, об их зависимости от конкретного рода деятельности, в том числе профессии. Кроме того, мы можем говорить о том, что новые условия работы порождают зависимость информированности одного человека от информации, приобретенной другими людьми. Поэтому уже недостаточно уметь самостоятельно осваивать и накапливать информацию, а надо научиться такой технологии работы с информацией, когда подготавливаются и принимаются решения на основе коллективного знания. Данный факт говорит о том, что человек как субъект отношений и сознательной деятельности должен иметь определенный уровень культуры в обращении с информацией.

При рассмотрении учеными условий и проблем становления информационного общества, тема взаимоотношений техники, информации и личности была сформулирована в виде вопроса: «Должен ли человек приспосабливаться к бурно растущему шквалу информации и стремительно меняющейся технике или же следует затормозить развитие и поискать новый

путь?»<sup>1</sup>. Действительно, влияние современных информационных технологий нельзя рассматривать как однозначно положительное. Проблемы, порождаемые информационным обществом, столь велики, что необходимо воспрепятствовать нарастанию процессов информатизации и общей компьютеризации, так как благодаря этим процессам, человек одновременно с увеличением объемов потребляемой информации, расширением границ своего восприятия, мышления, познания и развитием художественного вкуса, получает зависимость от информационных технологий. Информатизация общества приводит также к изменению традиционного уклада и образа жизни, изменению характера межличностного общения: меньшее количество общений «человек – человек» и большее – «человек – машина – человек» и «человек – машина». Однако, нельзя не учитывать, что техника сама по себе не ведет к однозначно предопределенным социальным последствиям, а гуманистический эффект информатизации зависит от того, в каких социальных условиях она осуществляется, какова социально-экономическая структура общества, создающего и эксплуатирующего новую технику и технологии, и какую позицию занимает личность в данной структуре.

Для того чтобы сформировать информационную культуру общества, соответствующую современному уровню информатизации, необходим целый комплекс мероприятий, затрагивающий все звенья социальной системы, необходимо непрерывное формирование мировоззрения информационного общества через формирование и повышение информационной культуры личности. В современном обществе, отличающемся высокой динамикой информационных процессов, уже недопустимо опираться на случайные факторы, способствующие формированию информационной культуры, необходимо целенаправленно готовить личность к жизнедеятельности в информационном обществе. В складывающихся условиях человек должен приобрести определенные знания, умения и навыки для успешного

---

<sup>1</sup> Атаян А.М. Информационная культура личности в условиях информатизации общества. Режим доступа: [<http://www.viu-online.ru/science/publ/bulletin7/page9.html> 3.02.2005].

оперирования информацией, обладать качествами, позволяющими совершенствовать знания соответственно современным информационным технологиям. Приобретение такого рода знаний, умений и навыков, то есть формирование информационной культуры личности, должно происходить, прежде всего, в системе образования. Как отмечает А.М. Атаян, этот процесс возможен на двух уровнях: стратегическом и тактическом. Стратегический уровень представляет собой уровень государственной политики в области информатизации образования, реализуемой через различные нормативные акты. Тактический уровень – это уровень конкретного учебного заведения, реализуемый через учебные планы и программы обучения<sup>1</sup>.

При подготовке будущих специалистов сегодня необходимо обеспечивать им не только общеобразовательные и профессиональные знания в области информатики, но и необходимый уровень информационной культуры; необходимо вырабатывать у них такие навыки и умения, как дифференциация информации, выделение значимой информации, выработка критериев оценки информации, производство и использование информации. Члены современного общества должны иметь способности самостоятельно анализировать ситуацию, опираясь на понимание общих закономерностей и тенденций развития природных, экономических и социальных процессов, а также прогнозировать последствия принимаемых решений.

На основании вышесказанного мы можем заключить, что для свободной ориентации в информационном потоке человек должен обладать информационной культурой как одной из составляющих общей культуры. Информационная культура связана с социальной природой человека и является продуктом его разнообразных творческих способностей. Проявляется она в следующих аспектах:

---

<sup>1</sup> Атаян А.М. Информационная культура личности в условиях информатизации общества. Режим доступа: [<http://www.viu-online.ru/science/publ/bulletin7/page9.html> 3.02.2005].

- в конкретных навыках по использованию технических устройств (от телефона до персонального компьютера и компьютерных сетей);
- в способности использовать в своей деятельности компьютерную информационную технологию, базовой составляющей которой являются многочисленные программные продукты;
- в умении извлекать информацию из различных источников: как из периодической печати, так и из электронных коммуникаций, представлять ее в понятном виде и уметь ее эффективно использовать;
- во владении основами аналитической переработки информации;
- в умении работать с различной информацией;
- в знании особенностей информационных потоков в своей области деятельности.

В информационном обществе необходимо начать овладевать информационной культурой с детства, сначала с помощью электронных игрушек, а затем привлекая персональный компьютер. Овладение информационной культурой – это путь универсализации качеств человека, который способствует реальному пониманию человеком самого себя, своего места в обществе и своей роли. Можно сказать, что формирование информационной культуры личности является социальным заказом данного этапа развития общества, так как культура строящегося информационного общества будет определяться уровнем культуры людей. А в ближайшее время успешность информатизации в той или иной стране будет определять роль и место этого государства в мировом сообществе.

Следует отметить, что информационный потенциал общества определяется не только уровнем развития информационной техносферы и используемых в данном обществе современных информационных технологий, но и от уровня развития информационной культуры в обществе. Как свидетельствует исторический опыт развития научно-технического прогресса, любые технические новшества и идеи становятся эффективными в социальном плане лишь в тех случаях, когда они органически включаются в культурную

среду общества, становятся неотъемлемой частью его общей культуры. Информационная культура органически входит в реальную ткань общественной жизни, придавая ей новое качество. Она приводит к изменению многих сложившихся духовных, социально-экономических и политических представлений, вносит качественно новые черты в образ жизни человека. Так, американские футурологи Джон Нэсбитт и Патриция Эбурдин в книге «Что нас ждет в 90-е годы. Мегатенденции. Год 2000», прогнозируя тенденции развития современной цивилизации, среди прочих называют «возрождение искусств» и «триумф личности». По их мнению, информационная культура ставит человека в совершенно иные связи с внешним миром. Его жизнь становится менее детерминированной социально-экономическими условиями, а его свободная творческая деятельность во многом определяет социокультурную ситуацию.

Разделяя мнение исследователей В. Минкиной, К. Колина и др., о тесной связи информационной культуры и творческой деятельности, мы отмечаем, что любой творческий процесс предполагает порождение новой информации, то есть по самой своей сути является информационным процессом. Действительно, ведь даже написание картин, создание скульптурных композиций, архитектурных проектов, макетов и чертежей новых машин и механизмов – все это не что иное, как воплощение в некоторых материальных формах того творческого замысла, который уже сформировался в сознании художника, скульптора, архитектора или инженера. Современные и перспективные информационные технологии, если их специально ориентировать на поддержку творчества людей в той или иной области, могут существенным образом облегчить подготовку и реализацию творческих процессов<sup>1</sup>. По мнению исследователя К. Зиновьевой, концепция информационной культуры общества основана на трактовке человека как создающего, воспринимающего и продуцирующего информацию, а сама информационная культура рассматривается как инструмент освоения и

---

<sup>1</sup> См. об этом: Минкина В. Информационная культура и способность к рефлексии // Высшее образование в России. – 1995. – № 4.; Колин К.К. Социальная информатика. – М., 2003. С. 275-276.

адаптации к условиям внешней среды и как способ гармонизации внутреннего мира человека в ходе освоения всего объема социально-значимой информации<sup>1</sup>.

Многие процессы и явления в ходе цивилизационного развития XX – XXI вв. свидетельствуют о том, что современная культура находится на стадии перехода к чему-то принципиально новому. Внешней причиной такого перехода является пик техногенной цивилизации, приведший к существенным изменениям в духовном мире человека, его менталитете, психике, системе ценностей и т.д. В условиях информатизации общества одним из важнейших инструментов формирования потребностей, интересов, взглядов, ценностных установок, воздействия на мировоззрение человека в целом, механизмом воспитания и обучения становятся информационные технологии. Начало XXI века отмечено усилением воздействия телекоммуникаций на все стороны жизни общества. Современные технологии меняют наше понимание культуры и традиционного образа жизни, преобразуют формы социальной и межличностной коммуникации. При этом информационные технологии могут привести как к позитивным, прогрессивным изменениям в развитии личности, так и спровоцировать негативные последствия. Как уже было отмечено, человек, с расширением границ своего восприятия, мышления и познания, получает зависимость от информационных технологий. Возникают проблемы взаимоотношений человеческого общества и информационного пространства в условиях интенсивного процесса информатизации всех видов человеческой деятельности. Внедрение технических категорий мышления в культуру и жизнь общества – в частности с началом использования микроэлектроники – можно обнаружить на примере проникновения технических категорий в язык повседневной жизни и в сферу самовосприятия людей, а также на примере оформления социальных отношений по типу технического воздействия. На уровне частного опыта вышеобозначенный процесс проявляется в выражениях типа: «это мною хорошо принимается», «я сильно загружен» и т.д., заимствованных из области машин, механизмов. Этот процесс все более

---

<sup>1</sup> Зиновьева К. Информационная культура личности. – Краснодар, 1997. – С. 37.

усиливается внедрением компьютерной техники и компьютерных игр в нашу жизнь. Дальнейшее развитие техники приводит к тому, что действительность имитируется искусственным интеллектом и в любой момент обратима. Таким образом, фильм, компьютерная симуляция происходят в любой момент, в любом направлении и моделируют всевозможные миры. Универсальная возможность таких «миров» быть имитированными делает различие между возможным и действительным все более затруднительным<sup>1</sup>.

Перенос технического обращения с компьютером на отношения с людьми ведет к опасным иллюзиям власти, так как командная власть над компьютером и предсказуемость, исчисляемость его ответов по принципу «стимул-реакция» переносятся на отношения с людьми. Однако компьютерная техника в состоянии оказать и полезное действие на развитие культуры. Так, по мнению П. Козловски: «Она может информировать нас о фактах шаблонности, всегда присутствующих в нашей жизни и работе, взять на себя это неизбежное бремя и освободить жизненный мир человека для собственно человеческой деятельности»<sup>2</sup>. Информационные технологии являются серьезным помощником в решении различных задач. Во-первых, они позволяют своевременно собирать, накапливать, обрабатывать и передавать необходимую информацию. Во-вторых, позволяют моделировать поведение сложных систем, проверять последствия принимаемых решений на различных интервалах времени и выбирать лучший вариант в условиях ограниченных ресурсов. Как отмечает И.В. Васильева: «Компьютерная культура несет новый тип мышления и образования, главное в котором – ориентированность человека на саморазвитие»<sup>3</sup>. Сегодня на информационную культуру возлагаются большие надежды по спасению духовных ценностей общества, которые все более страдают в процессе развивающейся технократизации и технизации общества. В данном случае можно говорить о так называемом «единстве и борьбе

---

<sup>1</sup> Козловски П. Культура постмодерна. – М., 1997. – С. 56.

<sup>2</sup> Там же. – С. 61.

<sup>3</sup> Цит. по: Грабельников А.А. Массовая информация в России: от первой газеты до информационного общества. – М., 2001. – С. 291.

противоположностей», а именно: техника и информационные технологии позволяют развивать культуру, и они же порождают деградацию, а порой, и уничтожение духовных ценностей.

В сложившихся условиях необходимо разрабатывать и использовать формы разумного контроля над содержанием распространяемой информации, чтобы она не противоречила принципам демократизма, нравственного здоровья и культурных ценностей общества, не занималась пропагандой антигуманных идей и действий, не культивировала свободу насилия и порнографии и не дискредитировала общественное предназначение масс-медиа, как традиционных, так и новых. Контроль может исходить от родителей, заинтересованных в том, чтобы их дети не становились жертвами вредной для них информации и не превращались в «электронных зомби», от различных общественных советов и организаций, от самих информационных структур, ответственно относящихся к «самоцензуре» относительно своей деятельности.

В современном обществе перед каждым человеком, семьей, предприятием, городом, регионом, страной стоит задача приспособиться, выжить и развиваться в потоке происходящих изменений. Для развития в этих условиях человек должен приобрести определенные знания, умения и навыки успешного оперирования информацией, обладать качествами, позволяющими совершенствовать эти знания, умения и навыки соответственно современным информационным технологиям, иметь мировоззрение информационного общества. Для решения вышеобозначенных задач, по мнению ряда современных исследователей, среди которых Т.Е. Айгнина, Ю.С. Брановский, Ю.С. Зубов, Н.В. Макарова, И.М. Андреева и др., надо формировать и развивать информационную культуру, которая становится определяющим фактором социализации в информационном обществе.

Итак, сегодня есть все основания говорить о формировании новой информационной культуры, основой которой становятся знания об информационной среде, законах ее функционирования, умение ориентироваться в информационных потоках. По мнению российских ученых,

информационная культура пока еще является показателем не общей, а, скорее, профессиональной культуры, но со временем станет важным фактором развития каждой личности<sup>1</sup>. Следовательно, информационная культура, то есть умение человека использовать соответствующим образом весь набор информационных технологий в своей деятельности, становится неотъемлемой частью информационного общества. Что касается нашей страны, то самым доступным и распространенным видом информационно-телекоммуникационных технологий является телевидение, и его влияние на формирование культуры информационного общества рассмотрено в следующем параграфе.

### **3.1 Телевидение как средство выражения особенностей культуры информационного общества**

Развитие мировой цивилизации, социально-экономические и политические коллизии, интеграционные процессы в экономике, развитие науки и техники, интенсификация культурных взаимовлияний обусловили появление и развитие средств массовой информации (печать, радио, телевидение, Интернет). Периодическая печать (газеты, еженедельники, журналы и др.) приобрела особое место в системе средств массовой коммуникации в связи с фиксацией информации на бумажном листе с помощью типографской техники воспроизведения текстов и изображений в черно-белом или цветном варианте. Вышедшая из-под печатного станка продукция несет информацию в виде напечатанного буквенного текста, фотографий, рисунков, плакатов, схем, графиков и других изобразительно-графических форм, которые воспринимаются читателем, зрителем без помощи каких-либо дополнительных средств (в то время как для получения радио- и телевизионной информации нужны телевизор, радиоприемник, магнитофон и т.

---

<sup>1</sup> См.: Виноградов В.А., Скворцов Л.В. Создание информационной культуры для Европы // Теория и практика обществ.-научн. информатики. – 1991. – № 2. – С. 5-29; Сухина В.Ф. Человек в мире информатике. – М., 1992.

д.). Но пресса проигрывает в оперативности информирования, так как невозможно избежать значительного разрыва во времени между подготовкой номера, печатанием тиража, доставкой и получением его читателем. Это особенно касается прессы, распространяемой на большие территории.

Радиовещание (от лат. *radiare* «излучать, испускать лучи») характеризуется тем, что носителем информации в данном случае оказывается только звук (включая и паузы). Радиосвязь (эфирное вещание – использующее радиоволны и проводное вещание – осуществляемое по проводам) позволяет мгновенно передавать информацию на неограниченные расстояния, причем получение сигнала происходит в момент передачи (или – при передаче на очень большие расстояния – с небольшой задержкой). Отсюда возможность такой оперативности радиовещания, когда сообщение поступает практически в момент свершения события, чего в принципе невозможно добиться в прессе.

Телевидение (от греч. *tele* «далеко» и лат. *video* «видение») – одно из наиболее массовых средств распространения информации, характеризующееся передачей на расстояние изображений подвижных объектов при помощи радиоэлектронных устройств.<sup>1</sup> Данное средство массовой информации вошло в жизнь в 1930-е гг. и стало, наряду с периодической печатью и радиовещанием, равноправным участником «триумvirата» традиционных СМИ в 60-е гг. XX века. В дальнейшем оно развивалось опережающими темпами и по ряду показателей (информация, культура, развлечение) приобрело наибольшую популярность у аудитории.

Важнейшим элементом в развитии информационного общества является новое средство массовой информации – Интернет. Он представляет собой всемирную информационную супермагистраль, которая имеет доступ практически ко всем источникам информации: крупнейшим мировым библиотекам, университетским архивам, базам данных научных центров, фондам музеев и частных коллекций, музыкальным и видеоархивам и пр.

---

<sup>1</sup> Телевидение // Большой энциклопедический словарь: В 2-х т. М., 1991. – Т.2. – С. 456.

Уникальная черта Интернета заключается в том, что он функционирует одновременно как средство публикаций и коммуникаций. Он радикально отличается от массового вещания и традиционных телекоммуникационных услуг. Интернет представляет собой конвергенцию традиционных средств массовой информации в едином информационном пространстве. Здесь мы имеем в виду, что у многих газет и журналов есть сетевые версии, есть также только электронные издания, не имеющие бумажной версии; радиостанции и телевизионные каналы имеют свои Web-сайты. Телевидение активно использует Интернет для того, чтобы передавать изображение, звук, содержание (контент в текстовом виде) и пр. Таким образом, формируются супертекст и метаязык, впервые в истории объединяя в одной и той же системе письменные, устные и аудиовизуальные способы человеческой коммуникации.

Доминирующим среди вышеназванных средств массовой информации по своей распространенности и популярности в обществе, по техническим параметрам, по информационной мобильности и силе психологического воздействия является телевидение, представляющее собой разновидность телекоммуникационных технологий. В сущности, ни одно из многочисленных достижений научно-технического прогресса не вошло столь быстро в быт всего человечества и не оказало на его развитие такого всеобъемлющего влияния, как это произошло с телевизионным вещанием. Будучи одним из наиболее совершенных на сегодняшний день средств отражения социокультурной жизни общества, реальной действительности во всех ее проявлениях, телевидение в то же время представляет собой богатейший источник информации, удобный инструмент изучения общества, его развития. Телевидение одновременно и отражает животрепещущие проблемы современности, и оказывает существенное влияние на возникновение определенных потребностей у тех или иных слоев общества.

К.М. Хоруженко определяет телевидение как «одно из значительных явлений культуры XX века, превращающееся в искусство»<sup>1</sup>. По его мнению, которое мы также разделяем, телевидение играет важную роль в распространении наиболее крупных достижений национальной и мировой культуры. Причина, по которой телевидение стало основным видом коммуникации, и до настоящего времени остается предметом дискуссий среди ученых и критиков, по мнению У. Рассела Неймана, состоит в том, что «люди выбирают пути наименьшего сопротивления». Другими словами – успех телевидения есть следствие базового инстинкта аудитории выбирать то, что более доступно. Например, согласно исследованиям, лишь немногие люди выбирают заранее программу, которую они хотели бы посмотреть. Как правило, первое решение – посмотреть телевизор, а затем программы переключаются до тех пор, пока не выбирается наиболее привлекательная, либо наименее скучная. Доминирующие модели поведения во всем мире показывают, что в урбанизированных обществах просмотр телевизионных программ представляет собой вторую крупнейшую категорию деятельности после работы и основное занятие, когда человек находится дома. По нашему мнению, такое поведение обусловлено притягательностью домашнего уюта после рабочего дня и недостатком альтернатив личностного включения в культурный процесс. Как известно, просмотр телепрограмм обычно сочетается с выполнением домашних работ, с повседневными делами, социальными взаимодействиями, таким образом, телевидение становится не только элементом среды существования человека, как телевизор или телевизионный центр, но и самой средой, в которой существует человек, является постоянно присутствующим фоном, с которым человек постоянно и автоматически взаимодействует.

---

<sup>1</sup> Телевидение // Хоруженко К.М. Культурология. Энциклопедический словарь. Ростов – на – Дону, 1997. – С. 478.

Поэтому мы обратимся именно к телевидению как к репрезентативной модели современного медиа и попытаемся определить его место в культуре современного информационного общества.

Прежде всего, представляется необходимым выявление сущности собственно культууроформирующих функций. По Е.П. Прохорову, «культуроформирующая функция заключается в участии прессы в пропаганде и распространении в обществе высших культурных ценностей, воспитании людей на образцах общемировой культуры, способствовании всестороннему развитию человека»<sup>1</sup>. В.В. Перевалов основной целью культууроформирующих функций журналистики называет формирование культуры массовой аудитории и социальных институтов и отмечает далее, что журналистика не ведет полноценного учебного процесса по различным аспектам культуры, но имеет возможность показывать цель, результат овладения культурой и в идеале все преимущества, связанные с достижением тех или иных высот культуры<sup>2</sup>. Обобщив вышеприведенные положения, мы можем заключить, что культууроформирующие функции телевидения заключаются в распространении культурно-значимой информации внутри данного социума, посредством телевизионных передач.

Телевидение, являясь средством выражения особенностей культуры информационного общества, решает следующие задачи: 1) углубление понимания культуры аудиторией; 2) увеличение «культурности» каждого из членов общества; 3) увеличение уровня овладения методологией использования уже имеющегося в социуме знания и разработки принципиально нового; 4) освещение, показ и объяснение субкультурных и контркультурных событий, событий классического искусства, явлений массовой культуры, научно-технических, экономических, социализаторских, политических и других явлений.

---

<sup>1</sup> Цит. по: Зарубежная и российская журналистика: трансформация картины мира и ее содержания. – Барнаул. – 2003. – С. 237.

<sup>2</sup> Перевалов В.В. Культууроформирующие функции: состав, структура и место в системе функций журналистики // Вестник МУ. – Серия 10. Журналистика. – 1999. – № 5. – С. 10.

Современное телевидение стало главным инструментом для распространения сообщений, воздействующих на сознание и подсознание людей. Причем это может происходить неосознанно, без каких-либо усилий со стороны человека, а в некоторых случаях – и помимо его воли. Так, например, если человек находится в комнате, где работает телевизор, то даже в том случае, если он не сидит перед его экраном, а лишь мельком поглядывает на него, занимаясь другими делами, значительная часть телевизионной информации все же проникает в его подсознание, хотя он сам об этом и не подозревает.<sup>1</sup> Немаловажным, в данном случае, представляется мнение американских социологов П. Лазарсфельда и К. Мертона, которые отмечают, что массовая культура, формируемая электронной коммуникацией, выполняет в современном обществе наркотизирующую функцию, то есть «отвлекает людей от реальной жизни, питает их вымышленными картинками, погружает общество в летаргический сон»<sup>2</sup>.

Как видим, телевидение интенсивно влияет на современного человека: заполняет его досуг, информирует о состоянии мира, воспитывает, развлекает, обучает его, а также достаточно сильно воздействует на духовные ценности, на весь строй мышления людей, на стиль мировосприятия, на тип культуры сегодняшнего дня. Исследуемое средство массовой информации, являясь одним из важнейших механизмов культурного развития, выполняет, в рамках информативной и культурно-просветительской функций телевидения, такие специфические функции, как освоение культурных ценностей прошлого; создание новых ценностей; распространение освоенных и вновь созданных ценностей в обществе.

Освоение ценностей прошлого, осуществление функции преемственности в развитии культуры в разные эпохи осуществлялись по-разному. Но во все времена в этом процессе, так или иначе, участвовали средства массовой коммуникации. Так, благодаря телевидению, которое само стало новым видом

---

<sup>1</sup> Колин К.К. Фундаментальные основы информатики: Социальная информатика. – М., 2000. – С. 313–314.

<sup>2</sup> См.: Гуревич П.С. Философия культуры. – М., 2001. – С. 319.

культуры, появилась возможность включения в социальную и духовную жизнь общества неизвестных или известных лишь узкому кругу специалистов ценностей. В настоящее время развитие телевидения достигло такого уровня, что освоение культуры поднимается на новую ступень, когда ее ценности могут накапливаться в специальных «банках информации», «видеотеках», а это, в свою очередь, открывает огромные возможности для накопления знаний о прошлом и использования их для совершенствования современной культуры и формирования духовного мира личности. А. Моль считает, что телевидение и видеозапись означают наступление новой культурной эпохи – «эры консервации изображений»<sup>1</sup>.

Сегодня телевидение предлагает вниманию зрителей целый ряд программ, посвященных культурному наследию. Например, телепрограмма «Культурная революция», в которой о проблемах культуры и искусства, о сохранении памятников культуры дискутируют современные писатели, поэты, журналисты и т.д. Еженедельные программы «Пестрая лента» («Первый канал») и «Шедевры старого кино» (телеканал «Культура») предоставляют возможность увидеть фильмы, созданные в начале прошлого столетия. К телевизионным передачам, посвященным освоению ценностей прошлого, мы относим и обстоятельные рассказы об истории культуры, археологических памятниках, передачи, посвященные памятным датам (например, цикл передач «Звезда героя», посвященных 60-летию Победы в Великой отечественной войне). Также здесь следует назвать циклы передач, рассказывающих о шедеврах Эрмитажа и Третьяковской галереи, экспонатах музеев: «Мой Эрмитаж», «Век Русского музея» и т.п.; программы, посвященные творчеству архитекторов, скульпторов, живописцев, писателей, музыкантов, например, «Мой серебряный шар» Виталия Вульфа, «Небезызвестный Неизвестный» (о творчестве Эрнста Неизвестного), «Аркадий Гайдар. Последняя тайна», «Борис Васильев. Чрезвычайный человек» и т.д. Благодаря подобным передачам зрители имеют возможность встретиться с творческим наследием своих

---

<sup>1</sup> Моль А. Социодинамика культуры. – М., 1973. – С. 127.

кумиров. Однако, на наш взгляд, возможности телевидения в освещении культурного наследия прошлого используются явно недостаточно, и его деятельность не может полностью удовлетворить интерес современного человека к культуре далекого и недавнего прошлого.

Как было отмечено выше, телевидение не только открывает и включает в систему культуры ценности, созданные в других сферах, но и само своими средствами создает новые, оригинальные произведения. Первоначально телевидение было каналом для трансляции театральных постановок, концертов, демонстрации фильмов, созданных для большого экрана. Однако почти одновременно появились и собственные познавательные художественные передачи, фильмы, концерты, телевизионные спектакли (например, спектакли Ан. Эфроса «Борис Годунов», «Страницы жизни Печорина», Мих. Казакова «Фауст», многосерийные телевизионные фильмы Т. Лиозновой «Семнадцать мгновений весны», А. Нагорного и Г. Рябова «Рожденная революцией», С. Колосова «Трест»).

Что касается оригинальных телевизионных произведений, то к ним мы относим, прежде всего, программы информационного плана («Новости культуры», «Время», «Вести», «Сегодня»), которые включают в себя постоянные репортажи из концертных залов, музеев, с выставок, конкурсов, фестивалей. Далее следует назвать передачи, в которых аудитория имеет возможность встретиться с писателями, драматургами, художниками, музыкантами, актерами, например, «Линия жизни», «Кумиры». Подобные телевизионные программы завоевали особую популярность среди зрителей. Телевидение играет важную роль в развитии такой стороны художественной культуры, как народное самодеятельное творчество (например, передачи «Играй, гармонь любимая!», «Казачий круг», «В нашу гавань заходили корабли...»). Оригинальными произведениями, созданными собственно телевизионными средствами являются прямые передачи и записи выступлений музыкальных коллективов и отдельных исполнителей, оперных и драматических спектаклей, различных конкурсов театрального искусства,

классической, народной, эстрадной музыки и т. д. Также сюда следует отнести специфически телевизионные театральные (драматические, оперные, балетные) постановки и эстрадные развлекательные шоу.

Как видим, телевидение, посредством своих программ различной тематической направленности, осуществляет передачу всего объема культуры сегодняшнего дня (право – «Человек и закон» (Первый канал), «Криминальная Россия» (НТВ); политика – «Сегодня в 22.00» (НТВ), «Время» (Первый канал), «Зеркало» (Россия); культура и искусство – «Культурная революция» (Культура), Новости культуры (Культура); наука – «Очевидное – невероятное» (ТВЦ), «Теория невероятности» (Первый канал) и т.д.); транслирует собственно художественные передачи: драматический спектакль, балет, оперу, кино и тем самым формирует человека, гармонически сочетающего узкопрофессиональные навыки и знания с широким общекультурным контекстом.

Одной из важнейших функций телевидения, с помощью которой создаются новые культурные ценности, является репродуктивная. Здесь мы имеем в виду, что на телевидении любая репродукция в большей или меньшей степени отражает не только «внутренние» качества оригинала, но и выразительные средства самого телевидения. В данном случае, как отмечает Н. Зоркая, имеет место «тяготение тиража к функционированию в качестве оригинала»<sup>1</sup>. То есть уже в первоначальных формах телевизионного творчества – прямых передачах, репортажах, включающих слова комментатора, интерпретацию ведущего, съемку и монтаж, создавался новый образ события, в той или иной степени отличный от оригинала, происходила его «эстетизация», определенным образом влияющая на культуру зрителей.

На наш взгляд, современная культура складывается не только из совокупности освоенных и вновь созданных ценностей, но также формируется средствами массовой коммуникации, в данном случае телевидением, которое

---

<sup>1</sup> Зоркая Н. М. Многотиражность произведения искусства как свойство художественной культуры XX в. // Массовые виды искусства и современная художественная культура. – М., 1986. – С. 97.

выступает механизмом распространения этих ценностей. Как отмечает М. Кастельс, «это своеобразная система обратной связи между кривыми зеркалами: средства массовой информации есть выражение нашей культуры, а наша культура работает главным образом через материалы, поставляемые средствами массовой информации»<sup>1</sup>. Таким образом, культура органически включает в себя коммуникацию, и, как отмечала в конце прошлого века Р.Д. Копылова, «категории культуры и коммуникации сопрягаются в наши дни все чаще»<sup>2</sup>. Мы согласны с вышеприведенными положениями, тем более что они и сегодня не теряют своей актуальности.

Центральное место в системе художественного вещания занимают, как уже отмечалось, трансляции произведений традиционных искусств и собственной продукции. Телевидение предлагает вниманию зрителя совокупную, объемную целостность зрелища. Эта целостность заключается, с одной стороны, в передаче аудиовизуальных сообщений, образовательных передач и шоу одним и тем же средством, а с другой – в совокупности в каждом отдельном телевизионном произведении частных конструктивных элементов, которые условно можно обозначить как речь, визуальная ситуация (содержание кадра, монтаж, динамика изображения) и аудиоситуация (музыка, шумы, тишина). Потенциальная интеграция в одной и той же системе взаимодействующих текстов, изображений и звуков, доступных аудитории в избранное ею время, основательно меняет характер коммуникации. А коммуникация определяет формирование культуры, поскольку, как пишет Н. Постмен, «мы видим... реальность не такой, как она есть, но такой, как наши языки позволяют нам ее видеть. А наши языки – это наши средства массовой информации. Наши СМИ – это наши метафоры. Наши метафоры создают содержание нашей культуры»<sup>3</sup>. Поскольку культура вводится и передается

---

<sup>1</sup> Кастельс М. Информационная эпоха. Экономика, общество и культура. М., 2000. – С. 323.

<sup>2</sup> Копылова Р. Д. Тенденции и перспективы развития аутовизуальной коммуникации // Массовая коммуникация в социалистическом обществе. – Л., 1979. – С. 106.

<sup>3</sup> Цит. по: Кастельс М. Информационная эпоха. Экономика, общество и культура. – М., 2000. – С. 315.

посредством коммуникации, сами культуры, то есть наши исторически построенные системы верований и кодов под влиянием СМИ вообще и телевидения в частности подвергаются фундаментальному преобразованию.

А. Моль, изучающий средства массовой коммуникации, так пишет об объекте своих исследований: «Они фактически контролируют всю нашу культуру, пропуская ее через свои фильтры, выделяют отдельные элементы из общей массы культурных явлений и придают им особый вес, повышают ценность одной идеи, обесценивают другую, поляризуют таким образом все поле культуры. То, что не попало в каналы массовой коммуникации, в наше время почти не оказывает влияния на развитие общества»<sup>1</sup>. Главный редактор журнала «Искусство кино» Д.Б. Дондурей отмечает, что «человек сегодня ничего не может узнать о жизни без и вне телевидения. Индивидуальные, межличностные, групповые коммуникации напрямую включены в виртуальные и медийные. Мы не можем получить достоверное или хотя бы какое-то имеющее отношение к жизненной практике знание, минуя ту реальность СМИ, в которой пребывают люди во всем мире»<sup>2</sup>. Действительно, наше представление о значимости какого-либо события или явления возникает благодаря его демонстрации средствами массовой коммуникации, в данном случае телевидением. Если на ранних этапах развития телевидение было лишь каналом передачи оперативной информации, затем – экраном трансляции кинофильмов, то сейчас телевизионное вещание представляет собой всеобъемлющее средство передачи практически неограниченного круга культурных ценностей прошлого и настоящего.

Как замечают В. Вильчек и В. Воронцов, «телевидение являет собой всеобщий и универсальный канал, а другие средства производства и распространения произведений культуры, каналы коммуникаций – как бы его

---

<sup>1</sup> См.: Моль А. Социодинамика культуры. – М., 1973.

<sup>2</sup> Дондурей Д.Б. О виртуальной реальности телевидения. Режим доступа: [[http://www.konkurs.palmira.ru/page.php/rus/pressdond/ 7.02.2005](http://www.konkurs.palmira.ru/page.php/rus/pressdond/7.02.2005)].

специализированные разновидности»<sup>1</sup>. Благодаря массовому телевизионному вещанию люди имеют возможность получать новые знания о своей стране, ее истории, современной жизни, о фактах нравственной культуры, произведениях различных видов и жанров искусства, достижениях науки и т. д.

Телевидение выражает и такую особенность культуры современного информационного общества как ее виртуальность, символичность. Под воздействием телевизионных СМИ реальность информационного общества погружается в виртуальные образы, в выдуманный мир, в котором внешние отображения находятся не просто на экране, через который передается опыт, но сами становятся опытом, а это, в свою очередь, приводит к рождению новой культуры – «культуры реальной виртуальности», как называет ее М. Кастельс. По мнению исследователя, эта современная электронно-коммуникационная система включает и охватывает все проявления культуры. Суть данного умозаключения проясняет глава «Культура реальной виртуальности» из книги «Информационная эпоха. Экономика, общество и культура». Здесь М. Кастельс ссылается на идеи французских структуралистов Ролана Барта и Жана Бодрийера, утверждавших, что «культуры создаются из коммуникационных процессов», а «все формы коммуникаций базируются на производстве и потреблении знаков». Действительность так достоверно имитируется на телевизионном экране, что люди начинают считать электронные имиджи более истинными и важными для себя, чем те, что видят в повседневном окружении. Из этих идей следует, что не существует разделения между реальностью и символическим отображением, то есть, во все времена в различных обществах люди жили в «символической среде». Следовательно, реальность, так как она переживается, всегда была виртуальной – она переживалась через символы, которые наделяют практику некоторым значением, отклоняющимся от их строгого семантического определения<sup>2</sup>.

---

<sup>1</sup> Вильчек В., Воронцов В. Телевидение и художественная культура. – М., 1977. – С. 34–35.

<sup>2</sup> Кастельс М. Информационная эпоха. Экономика, общество и культура. М., 2000. – С. 351.

Нынешняя «культура реальной виртуальности» отличается глобальными масштабами своего распространения и воздействия на все сферы и устои общественной жизни и человеческого бытия в целом. М. Кастельс объясняет это тем, что новая коммуникационная система радикально трансформирует пространство и время, фундаментальные измерения человеческой жизни. «Местности лишаются своего культурного, исторического, географического значения и реинтегрируются в функциональные сети или в образные коллажи, вызывая к жизни пространство потоков, заменяющее пространство мест. Время стирается в новой коммуникационной системе: прошлое, настоящее и будущее можно программировать так, чтобы они взаимодействовали друг с другом в одном и том же сообщении. Материальный фундамент новой культуры есть *пространство потоков и вневременное время*. Эта культура перекрывает и включает разнообразие передававшихся в истории систем отображения; это культура реальной виртуальности, где выдуманный мир есть выдумка в процессе своего создания»<sup>1</sup>. Такова в трактовке М. Кастельса специфика «информационального общества», в котором даже города возникают как процессы в «поточном пространстве» вокруг сетевых узлов связи, объединяя людей не столько общими типами производственной деятельности, сколько спутниковыми средствами коммуникационной техники. Исследователь полагает, что в новом обществе меняются принципы не только материальной, но и духовной жизни людей: преобразуется их психология, менталитет и все прежние философские представления о мире, времени и пространстве.

Проблему символической реальности, которая создается телевидением, затрагивают в своих работах и другие исследователи. По мнению Л. В. Матвеевой, поток коммуникативных сообщений как продукт коммуникативных телевизионных корпораций формирует информационную среду общения людей, имитируя постоянную связь индивидуального и коллективного сознания. Одним из эффектов этого информационного потока может быть

---

<sup>1</sup>Цит. по: Кастельс М. Информационная эпоха. Экономика, общество и культура. – М., 2000. – С. 353.

изменение восприятия человеком объективной реальности и, как результат – изменение его образа мира. Следовательно, мы можем говорить о том, что медийная коммуникация конструирует социальную реальность через создание определенных образов в символической реальности. Поскольку в процесс интерпретации воспринятого на телеэкране вовлекается не только его содержание, смысловая информация и коммуникативная интенция автора, но и все относящиеся к предмету сообщения представления и ассоциации, извлекаемые из памяти, выводимые логически или эмпирически, человеческий разум воспринимает эту текстовую реальность как часть жизненной среды<sup>1</sup>. Современный человек, вступая во взаимодействие с символической реальностью средств массовой информации, для формирования собственной картины мира использует предлагаемые телевидением готовые способы переработки информации и все меньше опирается при этом на личный опыт. Таким образом, субъективная картина мира человека во многом опирается на символическую реальность, создаваемую при помощи средств массовой информации<sup>2</sup>. Как отмечает О.С. Новикова: «Массовые коммуникации, особенно телевидение, существенно меняют систему социокультурного восприятия информации, позволяют мгновенно ориентировать адресатов информации в нужном направлении и, по существу, манипулируя их сознанием, влияют на оценки и мнения людей»<sup>3</sup>. Действительно, связь между телевидением и социокультурными доминантами очевидна: через телевизионные передачи, фильмы внедряются ценности и модели поведения, санкционируемые или несанкционируемые обществом, наблюдается взаимовлияние телевизионных СМИ и доминирующих ценностей социума и

---

<sup>1</sup> Адамьянц Т.З. Телекоммуникация в социальном проектировании информационной среды.: Автореф. дис. ... доктора социол. наук. М., 1998. – С. 11.

<sup>2</sup> См.: Матвеева Л.В. Гуманитарная составляющая информационной безопасности в СМИ // Информационная и психологическая безопасность в СМИ: В 2-х т. – М., 2002 – Т.1: Телевизионные и рекламные коммуникации. – С. 32.

<sup>3</sup> Новикова О.С. Коммуникативные процессы как функциональная и символическая культурная среда // Сопоставительное изучение языков и культур: лингводидактические аспекты межкультурной коммуникации: Материалы 45 научно-методической конференции «Университетская наука - региону». – Ставрополь, 2001. – С. 111.

т.д. Различные области жизнедеятельности людей – школа и система профессиональной подготовки, работа и сфера досуга – входят в сферу влияния телевидения, оно становится важнейшим агентом социализации и мощным фактором формирования системы ценностей.

Актуальными, в контексте изучения телевидения как средства выражения особенностей культуры современного информационного общества, являются проблемы «конформизма» и «индустрии грез». Под «конформизмом» в философии культуры подразумевается ориентация на чужие мнения, тенденция к массовизации, неспособность к трезвому анализу фактов, социальное приспособленчество, всевластие коллективных стереотипов, слепой диктат бессознательного над сознательной психической жизнью<sup>1</sup>. Г. Андерс, М. Хоркхаймер, Р. Бауэр и другие исследователи, анализируя современную практику массовой коммуникации, определяют ее как «индустрию грез». Телевидение расценивается ими как гигантский канал общества, который репродуцирует иллюзии, распространяет эталоны чувств и поступков, создает снопоподобную культуру, без которой немислима современная цивилизация. В концепциях вышеуказанных исследователей искусство рассматривается не как средство отражения действительности, а как резервуар тайных символов, иллюзорных знаков и образов<sup>2</sup>.

Может показаться, что повсеместное присутствие действующих на подсознание звуков и изображений критическим образом воздействует на социокультурную жизнь современного общества. Однако существуют исследования, указывающие на противоположные выводы. Например, В. Рассел Нейман заключает следующее: «Полученные за пять десятилетий систематических социальных исследований результаты показывают, что аудитория СМИ, включающая как молодых людей, так и другие возрастные категории, не является беспомощной, и СМИ отнюдь не всемогущи. Развивающаяся теория ограниченных и обусловленных следствий влияния

---

<sup>1</sup> См.: Гуревич П.С. Философия культуры. – М., 2001. – С. 321 – 322.

<sup>2</sup> Там же. – С. 319.

СМИ помогает осмыслить перспективы исторического цикла моральной паники вокруг новых СМИ»<sup>1</sup>. Воздействие информации зависит от того, насколько она соответствует социальным запросам аудитории и насколько информация, поступающая из средств массовой коммуникации, регулярна. Человек склонен отвергать информацию, не соответствующую тем ценностям, которые он себе приписывает. Живя в обществе и являясь членом определенной социальной группы, человек связывает себя с этой группой, и чем теснее он себя с ней связывает, тем менее вероятен успех влияния на те его ценности, которые соответствуют ценностям группы.

У. Эко в своем докладе «Оказывает ли аудитория дурное влияние на телевидение?» (1977г.), оценил перспективы эффекта воздействия средств массовой информации как незначительные. Он писал: «Существует, в зависимости от социокультурных обстоятельств, разнообразие кодов, или, скорее, правил компетентной интерпретации. Сообщение есть знаковая форма, которую можно наполнить разным содержанием... Возникает подозрение, что отправитель организует телевизиальный образ на базе своих собственных кодов, совпадающих с кодами господствующей идеологии, тогда как адресаты наполняют этот образ иными смыслами согласно их собственным культурным кодам». И в самом деле, психологические эксперименты показывают, что даже если телевидение передает 3600 изображений в минуту на канал, мозг сознательно реагирует лишь на один сенсорный стимул из миллиона переданных. То есть, сообщения, передаваемые средствами массовой информации, перерабатываются индивидами, помещенными в специфические социальные условия, и тем самым изменяется подразумеваемый эффект сообщения.

В целом можно заключить, что телевидение оказывает существенное влияние на жизнь общества. Телевизионные программы позволили приобщить к достижениям мировой культуры широкие слои населения, которые ранее

---

<sup>1</sup> Цит. по: Кастельс М. Информационная эпоха. Экономика, общество и культура. – М., 2000. – С. 320.

практически не имели доступа к художественным ценностям. Но в то же время, влияние телевидения на формирование культуры нельзя оценивать однозначно. С одной стороны, коммерциализация телевидения приводит к преобладанию на телеэкранах насилия, секса, рекламы. Экран телевизора снимает обязательное прежде опосредование между индивидом и средой, отдельным человеком и социокультурным миром. Доступ к культуре более не опосредуется в пространственном или временном отношениях. Не надо ждать события, готовиться к нему: «обладание» им обеспечено стоящей на полке аудио- или видеозаписью. Однако культурное событие, переживаемое не в интересубъективном пространстве (на стадионе, в концертном зале и т.д.), а на экране, теряет свою «событийность», жизненно-практическую значимость. Произведения человеческой деятельности оказываются для отдельного субъекта не более чем объектами пассивного созерцания. Культурная деятельность утрачивает свое коммуникативное измерение, становясь вторичным репродуцированием внешнего мира. Телевидение представляет художественные достижения прошлого как коллаж равноценных и одновременно существующих феноменов, в основном потерявших связь с географией и материальной историей и перенесенных в телестудии и в квартиры. Развитие массового телевидения привело к привязанности к поверхностному, к коллажу, а не к глубинному восприятию, к преобладанию цитирования над работой созидания, к крушению чувства времени и пространства.

Имея в виду вышеприведенные положения, необходимо отметить, что в настоящее время телевидение многими людьми воспринимается как глашатай безусловных истин. Для современного человека – вне зависимости от страны, где он живет, телевизионные средства массовой информации все больше становятся своего рода «большим братом», заставляющим думать, как он хочет, смотреть, что он предлагает, принимать выводы, которые он навязывает. Современные культурфилософы отмечают, что скорость электронной коммуникации сегодня настолько велика, что поток кадров обрушивается на

зрителей и слушателей каскадом, а это, в свою очередь, приводит к превращению людей «в патентованных наблюдателей жизни, а окружающий мир в иллюзорную действительность»<sup>1</sup>. Также в философии культуры выдвигаются тезисы о том, что «массовая культура вообще привела к деструкции личности, лишив человека подлинности чувств и переживаний»<sup>2</sup>.

Об отрицательном влиянии массовой коммуникации на прогресс, на культурно-личностное становление человека, на его духовный мир пишет М. Маклюэн в работе «Культура – наш бизнес». Здесь он отмечает, что средства массовой коммуникации формируют у человека стереотипное мировосприятие, погружают его в «царство молчания и бессознательности», обедняют его, возвращают его в лоно обыденного, потребительского сознания. Телевидение, работая одновременно для многомиллионной аудитории, стремится быть интересным всем, каждому человеку и поэтому нередко ориентируется на трансляцию несложных, легких форм, а в ряде случаев на произведения дурного вкуса, что наносит вред культуре. Нельзя отрицать, что телевидение усиливает тенденцию к нивелировке, стандартизации духовной жизни, адаптации классических произведений искусства, определенному снижению эстетических вкусов.

С другой стороны, появление многообразных развивающих и образовательных программ на телевидении (таких как «Новые чудеса света», «Православная энциклопедия», «Все путешествия команды Кусто», «Умницы и умники», «В поисках приключений», «Я – мама» и др.), документальных фильмов и художественно-публицистических передач, ориентированных на расширение кругозора, открывает совершенно новые горизонты знания, оказывает помощь в образовании, воспитании, обладает мощным потенциалом знакомства человека с другими культурами и жизненными стилями. Большое значение для роста и демократизации культуры имеет то обстоятельство, что жители различных, даже самых отдаленных районов имеют возможность

---

<sup>1</sup> Гуревич П.С. Философия культуры. – М., 2001. – С. 319.

<sup>2</sup> Там же. – С. 320.

встретиться на экране с политическими деятелями, выдающимися учеными, художниками, побывать на спектаклях прославленных театральных коллективов, во всемирно известных музеях и т.д. Телевизионные передачи, транслирующие различные культурные мероприятия: спектакли, концерты, кино- и телефильмы, а также информационные программы, в которых зрителю демонстрируют участников событий, ведущих, их стиль общения, степень грамотности и т.п., в какой-то мере приобщают человека к культуре, способствуют формированию творчески ориентированной, духовно богатой личности. Но, говоря о приобщении аудитории к культуре посредством телевидения, мы отмечаем некую «неполноценность» такого знакомства, однако признаем, что для огромного количества людей это едва ли не единственная возможность познакомиться с теми или иными произведениями искусства. Искусство же, как известно, помогает человеку осознать самого себя и свое место в мире, понять встающие перед ним проблемы смысла жизни и ее ценностей.

С нашей точки зрения, нужно объективно признать большую и значимую роль телевидения в культуре формирующегося информационного общества. Телевидение действительно популярная массовая энциклопедия культурной жизни, необычайно расширяющая интерес к художественно-эстетическим, политическим, научно-техническим знаниям. Благодаря таким особенностям исследуемого СМИ как многокамерная съемка, монтаж, свободная комбинация пространства и времени становится возможным «наглядно представить глубину звездных миров и внутренность строения электрона, красоту ландшафтов природы и процессы, происходящие в живой клетке, прекрасное человеческое тело и работу нервных окончаний человеческого мозга»<sup>1</sup>.

Телевидение оказывает влияние на формирование мировоззренческой культуры, которая связана с системой обобщенных взглядов человека на объективный мир и на свое место в нем, а также с обусловленными этими взглядами убеждениями, идеалами, принципами познания и деятельности.

---

<sup>1</sup>Сапунов Б.М. Телевидение и культура. – М., 1988. – С. 34.

Конечно, эта культура развивается прежде всего под воздействием самой жизни, фактов реальной действительности и отношений, складывающихся в обществе. Телевидение становится как бы частью социокультурной реальности, его передачи обладают такой степенью достоверности, что способны, так или иначе, повлиять на убеждения личности. При этом телевидение необычайно расширяет кругозор человека, вырабатывает отношения не только к явлениям обыденным, но и к глобальным, космическим, ежедневно формирует целостный взгляд на мир, ощущение своей принадлежности ко всему человеческому сообществу. Этот «глобальный образ мира» становится для человека не просто абстрактной философской категорией, а благодаря визуальной природе телевидения наполняется конкретно-чувственным содержанием, жизнью, проблемами и радостями людей различных континентов, рождает то, что мы называем мировоззренческими чувствами, мироощущением.

Следовательно, основной задачей организаций, производящих телепрограммы, на наш взгляд, становится максимальное увеличение положительного воздействия телевидения на культуру. Для этого необходимо совершенствование материальной базы телевидения, коренное улучшение программирования, повышение качества и разнообразия передач, чтобы они могли удовлетворять запросы и потребности различных аудиторий, слоев населения, развивать уникальные вкусы каждого человека. Также, для того чтобы телевидение приносило пользу, необходимо развивать информационную культуру в обществе. (См. Гл. I, §2.1). В данном случае мы имеем в виду формирование избирательности в просмотре телепрограмм. И, как справедливо, отмечал Б.М. Сапунов: «Самое худшее, что может быть для эстетического восприятия и вкуса, – позволять детям, а также разрешать и себе, взрослым, смотреть все подряд – от фильмов, литературно-художественных учебных программ до эстрады. Телевизионная культура требует четкости в определении программ и передач, которые мы хотим, которые нужно, какие и кому можно

смотреть»<sup>1</sup>. Следовательно, культурная роль телевидения определяется также тем, насколько его передачи воспринимаются зрителями, способствуют повышению культуры каждой личности.

Телевидение, являясь механизмом распространения массовой информации, имеет ряд принципиально важных особенностей, которые выделяют его среди других средств массовой информации и делают особенно важной его роль как средства выражения особенностей культуры современного общества и человека. Наиболее важными из этих особенностей являются следующие:

- телевидение является одним из самых распространенных в современном обществе средством массовой информации, оно охватывает и те слои населения, которые остаются за рамками влияния других средств массовой коммуникации;

- телевизионное изображение несет колоссальное количество информации, и по этому показателю в несколько раз превосходит все другие способы передачи информации, используемые в современном обществе. Поэтому телевидение является сегодня самым эффективным и самым широко распространенным средством воздействия на массовое сознание;

- телевизионное изображение легко воспринимается сознанием человека, не только потому, что зрение является его самым широкополосным каналом связи с окружающей действительностью, но и потому, что зрительные образы легко запоминаются, вызывая у людей различные ассоциации и достаточно сильные эмоции;

- телевидение стало основополагающим, структурирующим компонентом сферы досуга современного человека. Если в прошлом большую роль в социализации, в воспитании творческой активности и духовно-эстетических качеств человека играли учреждения культуры, то с конца XX века стали возрастать возможности удовлетворения культурных потребностей в домашних условиях. Это отражается в сокращении числа массовых библиотек и

---

<sup>1</sup> Сапунов Б.М. Телевидение и культура. – М., 1988. – С. 34.

клубных учреждений, в сокращении посещений кинотеатров, которые утратили свое былое социокультурное значение, за исключением нескольких крупных киноцентров, проводящих собственную политику в области кинопроката;

- телевидение само по себе является фактом культуры, но максимальная польза для общества будет достигнута при более существенном, чем в настоящее время, вкладе телевизионных программ в духовную жизнь, в повышение культуры людей, в адаптацию к изменившимся условиям жизни.

На основании вышесказанного можно сделать некоторые выводы, выявить основные тенденции и перспективы в отношении воздействия телевидения на культурное бытие, на духовную жизнь, на эстетический мир современного человека. Итак, телевидение в системе культуры выполняет следующие основные функции: информативную, связанную с распространением по телевизионным каналам культурной информации; культурно-просветительскую, заключающуюся в том, что телевидение все в большей степени проявляет себя как новое средство производства оригинальных ценностей культуры; познавательную-рекреативную, состоящую в том, что просмотр телевизионных программ, одной из целей которого является стремление повысить собственный уровень культуры, представляет собой одну из значительных категорий деятельности людей после работы и основное занятие, когда человек находится дома; смыслообразующую<sup>1</sup>, основывающуюся на том, что образ, возникающий ассоциативно под влиянием изображения, музыки и значения слов в закадровом тексте, потенциально способен порождать новые смыслы в общем телевизионном контексте.

Следовательно, телевидение, являясь одним из средств массовой коммуникации, с помощью которых мы можем приобщаться к культурным и художественным ценностям прошлого и настоящего, наблюдать актуальные проблемы сегодняшнего дня, представляет собой универсальную, полифункциональную систему. Наличие такого мощного канала передачи культуры, как телевидение позволяет коренным образом изменить многие

---

<sup>1</sup> Подробнее о смыслообразующей функции в § 2.2, С. 90-95.

процессы производства, хранения, распространения и освоения культуры. Более того, в условиях современных городов с их пространственными масштабами, многомиллионной численностью жителей, телевидение является наиболее действенной, эффективной и полноправной формой трансляции и потребления традиционной культуры, с одной стороны, и создания новых образцов художественных ценностей, с другой. Телевидению доступны все виды, формы и сферы культуры, а также ценности, которые оно не только распространяет, репродуцирует, но и развивает, углубляет, совершенствует. У телеканалов и телевизионных передач, ориентированных на культуру, на многополюсный мир цивилизации, появляется новая задача: показать значимость культурных ценностей для успешного становления новой реальности, способствовать выработке адекватной культуре перспективы самоопределения, формировать ценности и нормы, лежащие в основе социального преобразования общества.

Анализ, проведенный в первой главе диссертационного исследования, позволяет сделать следующие выводы:

I. Обобщая рассмотренные подходы к трактовке понятия «информационное общество», мы можем заключить, что в настоящее время под таким понимается, во-первых, общество нового типа, формирующееся в результате глобальной социальной революции, основой которой является бурное развитие и конвергенция информационных и коммуникационных технологий; во-вторых, общество, которое, с одной стороны, способствует взаимопроникновению культур, а с другой, открывает каждому сообществу и человеку новые возможности для самоидентификации; в-третьих, общество знания, в котором главным условием благополучия каждого человека и каждого государства становится знание, полученное благодаря беспрепятственному доступу к информации и умению с ней работать. Научное знание и информация, являясь важнейшим фактором формирования информационного общества, способствуют повышению экономической и

статусной ценности образования, созданию высокого уровня благосостояния в обществе, тем самым, позволяя гражданам широко применять информационно-коммуникационные технологии в повседневной жизни.

II. Анализируя подходы к раскрытию понятия «информационная культура», мы видим многообразие взглядов на суть данного явления, однако можем выделить несколько общих идей: информационная культура не является специализированной формой культуры, а рассматривается как один из аспектов общей культуры; информационная культура способствует совершенствованию культуры личности в целом, что связано с получением человеком соответствующих знаний, умений и навыков при работе с информацией; при анализе уровня развития информационной культуры человека, в первую очередь исследуются знания, которыми он обладает; информационная культура тесно связана с умением человека целенаправленно работать с информацией, обоснованно использовать технические средства, коммуникативные и информационно-телекоммуникационные технологии для ее получения, хранения, обработки и передачи. Таким образом, мы заключаем: сущность информационной культуры как социокультурного конструкта информационного общества заключается в том, что она представляет собой своеобразный аспект социокультурной жизни, включающий в себя понимание современным человеком сущности происходящих информационных преобразований и осознание своего места и своих задач в формирующемся информационно-культурном пространстве.

III. Темпы информатизации общества обуславливают актуальность проблемы формирования информационной культуры личности. Концепция информационной культуры личности основана на трактовке человека как создающего, воспринимающего и продуцирующего информацию, а сама информационная культура личности рассматривается как инструмент освоения и адаптации к условиям внешней среды и как способ гармонизации внутреннего мира субъекта в ходе освоения всего объема социально-значимой информации. Современное общество, в котором возникают все более

совершенные средства коммуникации, нуждается в повышении уровня информационной культуры, так как для наиболее эффективного использования преимуществ новых информационных технологий необходимо обладать соответствующим уровнем знаний о функционировании информации в обществе

IV. Телевидение возникло, развивалось и развивается как важнейшее средство массовой коммуникации. Являясь одним из наиболее совершенных на сегодняшний день средств отражения жизни общества, реальной действительности во всех ее проявлениях, телевидение в то же время представляет собой богатейший источник информации и удобный инструмент изучения общества. В современном мире телевидение становится не просто элементом среды существования человека, как телевизор или телевизионный центр, но и самой средой, в которой существует человек, с которой он постоянно и автоматически взаимодействует. Телевидение стало главным инструментом для распространения сообщений, воздействующих на сознание и подсознание людей. Под воздействием телевизионных СМИ реальность информационного общества погружается в виртуальные образы, в выдуманный мир, в котором внешние отображения находятся не просто на экране, через который передается опыт, но сами становятся опытом, а это, в свою очередь, приводит к возникновению символической реальности и новой культуры.

V. Основными культууроформирующими функциями телевидения являются следующие: во-первых, информативная, связанная с распространением по телевизионным каналам культурной информации; во-вторых, культурно-просветительская, заключающаяся в том, что телевидение все в большей степени проявляет себя как новое средство производства оригинальных ценностей культуры; в-третьих, познавательно-рекреативная, состоящая в том, что просмотр телевизионных программ представляет собой одну из значительных категорий деятельности людей после работы и основное занятие, когда человек находится дома; в-четвертых, смыслообразующая, характеризующаяся тем, что образы, воспроизводимых на экране объектов,

могут наполняться некоторыми дополнительными значениями, вследствие использования тропеических средств в общем телевизионном контексте.

VI. Телевидение необычайно расширяет интерес к политическим, научно-техническим, художественно-эстетическим знаниям. Однако влияние телевидения на формирование культуры нельзя оценивать однозначно. С одной стороны, телевидение, работая одновременно для многомиллионной аудитории, стремится быть интересным всем, каждому человеку и поэтому нередко ориентируется на трансляцию несложных, легких форм, а в ряде случаев на произведения дурного вкуса, что наносит вред культуре. С другой стороны, большое значение для роста и демократизации культуры имеет то обстоятельство, что жители различных, даже самых отдаленных районов имеют возможность встретиться на экране с политическими деятелями, выдающимися учеными, художниками, побывать на спектаклях популярных театральных коллективов, во всемирно известных музеях и т.д.

## **ГЛАВА II. РОЛЬ ТЕЛЕВИДЕНИЯ В ФОРМИРОВАНИИ КУЛЬТУРЫ ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЩЕСТВА**

### **1.2 Коммуникативно-информационные и эстетические свойства телевидения**

Телевидение, наряду с другими средствами массовой информации, призвано удовлетворять информационные потребности человека, общества, государства. Как средство связи с реальным миром, средство общения телевидение способствует выработке новой политики координации и взаимообмена культурными ценностями. Коммуникационный характер телевидения накладывает отпечаток на восприятие не только информационных, но и художественных произведений на телеэкране, которые становятся специфическими формами связи зрителя с действительным миром. Такое положение телевидения как посредника в осуществлении объединения населения, поддержания социальных связей остается неизменным, отвечающим характеру современной культуры и цивилизации.

Сегодня телевидение занимает одно из ведущих мест не только в системе средств массовой коммуникации, но и в системе искусств, превосходя все остальные виды искусства, прежде всего по охвату аудитории. Например, телевидение оставалось не только главным, но и единственным для значительной части российской аудитории средством удовлетворения информационных и культурных потребностей, приобретения знаний, организации досуга, когда в начале 1990-х гг. резко упали тиражи газет и центральные издания часто не доходили до провинции; когда литературно-художественные журналы растеряли своих подписчиков, а большинство кинотеатров пустовало; когда многие книгоиздатели в погоне за коммерческим успехом оказывали предпочтение бульварному чтиву в ущерб настоящей литературе.

Телевидение, перешагнув за порог XX века, вступило вместе с обществом в новое тысячелетие, приобретая черты киберпространства, но оставаясь самым современным и самым перспективным способом передачи информации. Эта особенность телевидения заключается, во-первых, в способности электромагнитных колебаний, несущих телевизионный сигнал, проникать в любую точку пространства в зоне действия передатчика. Однако с появлением спутникового телевидения последнее ограничение отпало, еще более усилив позиции телевидения.

Во-вторых, в экранности и персонификации телевизионной информации. Экранность телевидения заключается в передаче информации посредством движущегося изображения, сопровождаемого звуком. Именно это свойство телевидения обеспечивает непосредственно-чувственное восприятие телевизионных образов, а, следовательно, их доступность для самой широкой аудитории. Говоря о персонификации телевизионной информации, мы имеем в виду, что телевидение в большинстве случаев подразумевает личные контакты автора или ведущего и участников передачи с аудиторией. Персонификация телеинформации как сущностное отличие телевидения от других средств массовой информации уже давно утвердилась во всем мире как принцип вещания. Этим объясняется стремление крупнейших телекомпаний иметь таких постоянных ведущих и репортеров, личность которых привлекала бы симпатии и доверие зрителей.

В-третьих, в simultанности телевидения, то есть в его способности сообщить в звукозрительной форме о действии в момент его свершения. Симультанность присутствует в телевизионных передачах не постоянно, однако, имеет большое значение для психологии зрительского восприятия, как бы напоминая о достоверности действия, происходящего на экране. Симультанность, создающая эффект присутствия зрителя на месте событий, придает телевизионному сообщению особую достоверность, документальность, реалистичность, что обеспечивает исключительность в решении информационных задач телевидением как одной из разновидностей средств

массовой информации<sup>1</sup>. Именно от вышеперечисленных специфических свойств телевидения зависят, в свою очередь, многие функциональные, структурные, выразительные, коммуникативно-информационные, эстетические особенности и возможности телевидения, занявшего по мере развития и совершенствования своей технической базы особое место в системе средств массовой коммуникации.

В рамках данного диссертационного исследования мы подробнее остановимся на анализе коммуникативно-информационных и эстетических свойств телевидения. Как известно, коммуникация (от лат. *communicatio* – делаю общим, связываю, общаюсь) – это обмен информацией, ее смысловым значением между двумя и более субъектами. Следовательно, телевизионная коммуникация – это, во-первых, процесс передачи и обмена информацией на расстоянии между различными субъектами, посредством телевидения, во-вторых, «объективно-исторический процесс культуронаследия и передачи культурной информации внутри данного социума» (Ю.В. Борев)<sup>2</sup>.

По мнению ряда исследователей, в частности Л.Д. Рейман, телекоммуникации и информационные услуги в информационном обществе перешли в разряд услуг первой необходимости и претендуют войти в «потребительскую корзину», что говорит о большой социальной значимости этих услуг<sup>3</sup>. Телевидение, осуществляя коммуникативно-информационную деятельность, выполняет следующие функции:

- культуроформирующая функция – распространение сведений, влияющих на формирование культуры, эстетических и нравственных установок в обществе;
- социальная функция – обеспечение связи между людьми;

---

<sup>1</sup> См.: Телевизионная журналистика: Учебник. 3-е издание, переработанное и дополненное. – М., 2002. – С. 30.

<sup>2</sup> Цит. по: Коновалова О.В. Тенденции развития региональной системы коммуникаций (на материалах телевидения Юга России). – Ростов-на-Дону, 2003. – С.82.

<sup>3</sup> Рейман Л.Д. Информационное общество и роль телекоммуникаций в его становлении // Вопросы философии. – 2001. – № 3. – С. 4.

- экономическая функция – предоставление информации хозяйствующим субъектам для принятия управленческих решений;
- политическая функция – распространение информации государственных органов управления, политических партий и движений, средств массовой информации, то есть обеспечение свободы слова;
- государственная функция – обеспечение органов власти необходимыми данными для управления страной, в том числе обеспечение национальной безопасности;
- технологическая функция – обслуживание технического прогресса в области информатизации общества.

Телевидение является аудиовизуальным средством массовой информации, которое, синтезируя звук и изображение, обеспечивает более широкие коммуникационные возможности общества. Непосредственно коммуникативные свойства телевидения проявляются в том, что при просмотре телевизионных передач осуществляется акт опосредованного общения. Классическую схему коммуникационного акта предложил Р. Якобсон. Согласно этой схеме коммуникативный акт подразумевает: 1. Передающего информацию (адресанта); 2. Принимающего информацию (адресата); 3. Канал связи между ними, в качестве которого могут выступать все структуры, обеспечивающие коммуникацию – от телефонного провода до естественного языка, системы обычаев, норм искусства или суммы культурных памятников; 4. Сообщение (текст)<sup>1</sup>.

Современный исследователь телевидения В.Л. Цвик считает, что коммуникативный акт состоит из следующих трех компонентов: 1. Источник информации; 2. Средство и способ передачи информации; 3. Потребитель информации (аудитория)<sup>2</sup>. В данном диссертационном исследовании мы выделяем в качестве основных элементов коммуникативного акта следующие:

---

<sup>1</sup> См.: Лотман Ю. М. Семиотика кино и проблемы киноэстетики. – Таллин, 1973. – С. 187.

<sup>2</sup> Цвик В.Л. Телевизионная журналистика: История, теория, практика. – М., 2004. – С.6.

1. Источник информации; 2. Средство передачи информации; 3. Сообщение; 4. Аудитория. Источником информации в данном случае являются журналисты ТВ, а также, выступающие с телеэкрана политические и государственные деятели, специалисты и другие люди, обладающие специфическими знаниями в какой-либо конкретной области. Средством передачи информации является телевизионный приемник. В качестве сообщения мы рассматриваем телевизионные программы, фильмы, передачи и другую телевизионную продукцию. Аудиторией соответственно выступают разделенные пространством или временем (или одновременно тем и другим) зрители.

При исследовании информационной функции телевидения, необходимо еще раз обратиться к самому понятию «информация». В когнитивных науках с этим термином связывают представление о концептуализированном в языковой форме знании, передаваемом другому человеку. Имеются в виду все данные, поступающие к человеку извне по разным чувственно-перцептуальным и сенсорно-моторным каналам, а также данные, переработанные центральной нервной системой человека, им реинтерпретированные и представленные в его сознании в виде ментальных репрезентаций<sup>1</sup>. Информация дает человеку знание, которое в теории коммуникации рассматривается как снятие неопределенности через систематизацию сведений, репрезентирующих «образ мира», или тот социокультурный контекст, который, будучи виртуальным (в нашем случае – конструируемым на телеэкране), осознается человеком как актуальный, действительный. Мы, говоря об информационной функции телевидения, ограничимся следующим толкованием понятия «информация». Под ним в данном параграфе диссертационного исследования понимаются регулярно распространяемые сведения из культурной, социальной, экономической, политической сферы. Получение такого рода сообщений стало в современном обществе нормой жизни. Отсюда следует, что информационные программы, состоящие из репортажей о произошедшем в последние часы в

---

<sup>1</sup> Адамьянц Т.З. Телекоммуникация в социальном проектировании информационной среды.: Автореф. дис. ... доктора социол. наук. М., 1998. – С. 11.

мире или в том регионе, на который вещает данная станция, являются опорными точками сетки вещания любой телекомпании, а все остальные передачи располагаются в интервалах между выпусками новостей. Для удовлетворения потребности людей получать оперативную информацию в концентрированном виде применяются все новые формы ее подачи – «заголовки новостей» перед основным выпуском и после него, сверхкраткие выпуски между другими передачами. В выпусках новостей принято сообщать о наиболее существенных фактах из сферы политики, а также о событиях, резко отклоняющихся от обычного, нормального течения жизни. Затем идут новости из области медицины, культуры, науки; особое место занимают новости спорта. Некоторые студии организуют выпуски биржевых новостей, а также новостей моды (модной одежды, модного стиля в оформлении жилищ) и др.

Как отмечает В.В. Егоров, закономерности информационного процесса в современном обществе во многом обусловлены влиянием телевидения и реализуются в следующих тенденциях: развивается дифференцированный подход в создании телепрограмм, адресных передач, рассчитанных на определенные социальные группы населения; повышается оперативность и актуальность всего информационного процесса в обществе. При этом следует иметь в виду, что «оперативность» и «актуальность» понятия близкие, но не однозначные. Оперативность – это признак новизны информации, актуальность – созвучие сообщения животрепещущим проблемам сегодняшнего дня<sup>1</sup>.

Коммуникативно-информационная природа телевидения предполагает семиотическое рассмотрение исследуемого средства массовой коммуникации как знаковой системы, несущей информацию. По своей обращенности к человеческим чувствам, по сенсорному воздействию знаки разделяются на аудио (обращенные к слуху), визуальные (обращенные к зрению) и аудиовизуальные. Телевизионная информация доносится до зрителя в двух плоскостях: вербальной (словесной) и невербальной (зрительной). Поэтому, для телевидения характерна такая речевая сфера, в которой только слово не может

---

<sup>1</sup> Егоров В.В. Телевидение: теория и практика. – Москва, 1992. – С. 15.

дать полной, исчерпывающей информации, когда без знания определенной констатирующей ситуации сообщение может быть либо неполным, либо непонятным.

Итак, телевизионная речь представляет собой массово-коммуникативную разновидность речи, а ее основной принцип – конструктивность, определяется тройной зависимостью (изображение – звук – речь) при передаче информации по телевидению. Каждый элемент данной триады имеет свою телевизионную характеристику, но их иерархия устанавливается в каждом конкретном случае только в результате комплексного анализа телевизионного произведения. Каждый ряд (изобразительный, звуковой, словесный) несет разную информацию, каждый ряд полифункционален. Так, экран может дать описание места событий, участников событий, передать документальную картинку самих событий. Например, в телепередаче «Большая вода» (автор – Н. Кондаурова, режиссер – М. Корсунов, Ставропольская студия телевидения).

*Изобразительный ряд:* река; на обвалившемся берегу выкорчеванное дерево; дома; большие камни; бурный поток воды.

*Словесный ряд:* предсказать замыслы яростной стихии невозможно. Поэтому жители Кочубеевского района уже заранее ожидают от прихода большой воды самого худшего.

*Звуковой ряд:* шум воды.

В анализируемом эпизоде, рассказывается о выходе из берегов рек Кубань и Большой Зеленчук, здесь мы видим очевидцев событий, можем воочию убедиться в последствиях стихии – все это зафиксировала видеокамера. А комментатор не просто сообщает нам нужные факты, но и призывает к их осмыслению. Как раз в этом заключается сила телевидения: с одной стороны, она – в достоверности описываемых событий, с другой стороны – в их осмыслении.

Каждое изображение на экране является знаком, то есть имеет значение, несет информацию. Однако это значение может иметь двойной характер. С одной стороны, образы на экране воспроизводят какие-то предметы реального мира. Между этими предметами и образами, воспроизводимыми на экране,

устанавливаются смысловые соотношения. С другой стороны, образы на экране могут наполняться некоторыми дополнительными значениями. Изображение обозначает некий предмет помимо себя и с его помощью устанавливается соответствие между материальной стороной знака и смысловыми образами, понятиями и представлениями, оставленными прежним опытом в мыслительной и чувственно-эмоциональной сфере человеческой психики<sup>1</sup>. Например, в фильме-портрете «Святитель», рассказывающем о жизни и деятельности митрополита Ставропольского и Владикавказского Гедеоны (автор – Н. Кондаурова, режиссер – А. Близнюк, Ставропольская студия телевидения) используется прием речевого раскрытия изобразительной темы, закрепленной в фотокадрах и кадрах кинохроники. В фильме закадровый текст звучит на фоне иконографических материалов, которые широко использовались создателями передачи для восстановления минувших, но значимых в жизни героя событий, и помогает раскрыть авторский замысел. Все вышеизложенное позволяет нам говорить о смыслообразующей роли телевидения в современной культуре.

С помощью кадра можно также сигнализировать степень актуальности текста: чем важнее текстовая часть, тем ближе камера, крупнее изображение. Например, в телефильме «Горела степь» (автор – Е. Шкалдык, режиссер – М. Корсунов, Ставропольская студия телевидения).

*Изобразительный ряд:* автор в кадре указывает на кучу мусора. Наезд камеры на мусор.

*Словесный ряд:* подобных следов отдыха граждан здесь на Стрижаменте более чем достаточно.

Возможность задерживать внимание на каких-либо элементах укрупнением плана или длительностью изображения на экране, а также повторным их изображением, придает телевизионным образам предметов, явлений, частей человеческого тела метафорическое значение.

---

<sup>1</sup> См.: Волкова Е.В. Произведение искусства – предмет эстетического анализа. – М., 1976. – С. 211.

Телевидение, синтезируя зрительные и слуховые ощущения, имеет высокий удельный вес звукового ряда в структуре своих передач. Видеоряд не в состоянии компенсировать отсутствие слова или неречевых звуковых средств – музыки, шумов, так как телеизображение имеет свои ограничения, предел возможностей в передаче информации, особенно воплощающей в себе абстрактные, отвлеченные понятия, которые нельзя донести до аудитории только с помощью визуальных средств. Так, музыкальными средствами возможно передать обобщенную семантическую информацию вторично, через эмоции. Звуковая деталь наряду с изобразительной помогает более глубокому раскрытию содержания, может значительно усилить эмоциональное восприятие и вызвать определенную эстетическую реакцию. Как отмечает В.Л. Цвик, «использование той или иной мелодии в каждом случае должно быть осмысленным и оправданным. Здесь все играет свою роль: и громкость, и характер музыки, ее аранжировка, использование и звучание струнных, духовых и прочих инструментов, их солирование или оркестровое исполнение»<sup>1</sup>. Например, в телефильме «Святитель» русская духовная и классическая музыка помогла расставить акценты там, где это было необходимо. Она создала определенную атмосферу, настроение и поддержала сюжетную линию и жанр фильма.

Важным средством выразительности, от правильного использования которого зависит ощущение достоверности происходящего на экране, его эмоциональное воздействие на зрителя, являются шумы. Живые шумы, услышанные автором при знакомстве с материалом, обогащают документальную ткань произведения, помогают найти яркое образное решение идеи. Но естественные звуки должны быть не иллюстративной деталью, без которой можно обойтись, а органическим компонентом сюжета. Часто, к сожалению, автор заботится лишь о том, чтобы просто где-то что-то шумело: гудели машины, приборы и так далее.

---

<sup>1</sup> Цвик В.Л. Телевизионная журналистика: История, теория, практика. – М., 2004. – С.190.

Наибольшая сумма информации потенциально заключена в словесном ряде. Слово, произносимое с экрана, имеет особый характер: так как телевидение не располагает к слушанию речей-высказываний, на первый план здесь выходят интонационные и экспрессивные моменты речи, прямая обращенность к зрителю, подтверждающая документальность снятых кадров. Например, в телевизионной передаче «Святая обитель» (автор – Н. Кондаурова, режиссер – Г. Цепкова, Ставропольская студия телевидения).

*Изобразительный ряд:* монах идет по тропинке (уходит).

*Словесный ряд:* возможно, когда-то по этой заросшей мхом тропинке, уходили иноки-святогорцы, с которыми связана история расцветающей обители.

*Звуковой ряд:* церковная музыка.

Слово, слившись с изображением, дает единый зрительно-звуковой образ. Так создается «многоголосый склад» телепередачи, в которой, как в полифонической музыке, все голоса самостоятельны, а контрапунктом является соединение в одновременном звучании двух или более мелодически самостоятельных голосов. В изобразительной журналистике особенно важны авторское значение произносимого с экрана слова, его наполненность мыслями, концепцией. Причем мысли, концепции могут и не звучать прямо, открыто, они могут быть поняты в контексте всей информации. Например, через весь фильм «Святитель» проходит мотив трогательной любви и преклонения героя перед матерью. Следовательно, посредством анализа телевизионных передач, мы заключаем, что телевидение использует как зрительные, так и звуковые механизмы воздействия на аудиторию, что влияет на процесс восприятия и интерпретации зрительного образа и аудитивного текста.

Из вышесказанного следует, что, во-первых, телевидение является семиотической системой, поскольку, играя смыслообразующую роль в культуре современного общества, оно дает полноценное визуально-смысловое отражение действительности объединением в произведении (передаче, фильме) конкретно-наглядного, метафорически-наглядного и смыслово-речевого

элементов. Во-вторых, аудиовизуальный язык экрана синтезирует в себе все существующие формы передачи информации, стимулирует развитие синтетического восприятия и мышления, отражающего реальный мир во всем его многообразии. Благодаря наличию изображения, слова и звука в процессе телепередачи актуализируются несколько модусов чувств, что усиливает суггестивность экранного контекста.

Телевидение как традиционная коммуникативно-информационная система, технически усложняясь, модифицируется и существует в современной культуре уже не просто как способ передачи информации, но как художественная система, имеющая самостоятельное эстетическое значение. Говоря об эстетических особенностях телевидения, мы будем иметь в виду его эмоциональность, ориентированность на человеческие чувства, доставление человеку удовольствия, духовного наслаждения, специфику художественного воспроизведения реальности.

Развитие телевидения в его эстетической функции происходит за счет постепенного художественного освоения технических возможностей аудиовизуальной специфики исследуемого средства массовой информации. Центральным звеном этого освоения является развитие повествовательных структур (взаимоотношений рассказа и показа), соответствующих эстетическим потребностям аудитории и формирующих жанрово-стилистическую определенность аудиовизуальных текстов и их способность образовывать общезначимые смыслы. Как известно, телевидение возникло как технический феномен, как способ доставки на дом репродукций произведений других искусств или средство передачи информации о реальной действительности. Тем не менее, эстетические свойства обнаружались уже на начальном этапе существования телевидения, когда основную часть вещания составлял показ старых кинофильмов и театральных спектаклей. Основные эстетические особенности телевидения заключаются в том, что зрелище (движущееся изображение, сопровождаемое звуком) разворачивается на экране, повествование строится посредством монтажа кадров, который может вестись

непосредственно в момент передачи. Эффект сиюминутности, эффект присутствия, то есть способность телевидения отражать жизнь в «формах самой жизни», репродуцировать события реальной жизни свидетельствуют о собственных эстетических свойствах телевидения. Передача «сиюминутного происшествия», непосредственный репортаж с места события, как бы включает зрителя в тот поток истории, который течет именно сейчас, создает у реципиентов «иллюзию участия» в событиях, происходящих на экране. Отсюда обостренное ощущение достоверности разворачивающегося на телеэкране события, чувство собственной причастности к нему, повышенной отзывчивости на него. Как отмечают авторы книги «Средства массовой коммуникации и современная художественная культура», «...стоит увидеть на голубом экране дикторов, читающих новости, футбольное поле с суетящимися игроками, урок английского языка, ребят, докладывающих написанные к случаю стихи, и буквально втягиваешься в это бесхитрое зрелище, хочется “просто понаблюдать за течением жизни”»<sup>1</sup>. Первыми собственно телевизионными передачами, в которых использовался эффект сиюминутности, эффект прямого общения телезрителей с участниками передачи были программы «КВН», «Алло, мы ищем таланты!», «Голубой огонек». А также клубные телепередачи, в которых сформировался особый тип «ведущего-посредника» – «Кинопанорама», «Клуб кинопутешествий», «В мире животных», «Очевидное – невероятное».

Однако в современном обществе передачи, выходящие в прямом эфире не являются основой программы: более половины объема вещания во всем мире составляют предварительно зафиксированные передачи. Тем не менее, если общественная ценность сообщения о событии достаточно велика, то факт записи не меняет отношения к телеэкрану (хотя зрителю заведомо известно, что он видит событие не в момент его свершения, а позже). Например, трансляции по телевидению концертов, оперных и драматических спектаклей, выдающихся

---

<sup>1</sup> Средства массовой коммуникации и современная художественная культура / ВНИИ искусствознания Министерства культуры СССР; Н.М. Зоркая (отв. редактор). – М., 1983. – С. 178.

событий художественной жизни позволяют человеку получать не только информацию, но и полноценное эстетическое наслаждение, не будучи участником события и непосредственным зрителем. Если говорить о художественных фильмах, транслируемых по телевидению, то зритель здесь, становясь очевидцем и как бы соучастником события, понимая ирреальность происходящего, эмоционально относится к нему, как к подлинному событию. То есть, содержание телевизионного произведения вызывает у зрителя те же эмоции, что и сама жизнь, но одновременно он помнит, что это вымысел. Художественное воздействие телевизионных передач может вызвать у зрителя нравственно-эстетическое переживание и философско-мировоззренческие раздумья, которые порождают активность, направленную на жизненные ситуации.

Значимым эстетическим свойством телевидения является документализм. В телепередачах язык подлинных документов и хроникальных свидетельств обретает образную силу искусства и эстетические свойства творческого, индивидуального, авторского размышления о мире. Живая история находит образное запечатление в строгой, неопровержимой речи документов. Любые свидетельства времени могут стать предметом художественного исследования и широкого обобщения, послужить цели жизнеописания, создания психологического портрета. Телевизионная передача может воспроизводить реальные характеры, чувства людей, выплеснувшиеся наружу при необычных обстоятельствах, быть необыкновенно эмоционально насыщена (примером такой передачи выступает программа «Жди меня»).

Одним из характерных эстетических свойств телевидения является синэстетизация. Как считал С. Эйзенштейн, органический синтез зрительно-звуковых элементов при создании полифонического экранного образа базируется на синэстетике, то есть «на способности сводить воедино все разнообразные ощущения, приносимые из разных областей разными органами чувств»<sup>1</sup>. Наиболее полно синэстетизация отдельных областей звуковой и

---

<sup>1</sup> Эйзенштейн С.М. Избранные произведения: в 6-ти томах. – М., 1964. – Т.3. – С.336.

зрительной выразительности достигается в зрительно-звуковой полифонии экранного контекста. Например, если зритель видит на телевизионном экране нарядно одетых, улыбающихся людей, слышит смех, то у него может возникнуть ощущение праздника. Зрительно-слуховые особенности телевидения главным образом основываются на синестезии, которая, как и синэстетика подразумевает комплексное воздействие телевизионного образа на зрителя. Под синестезией принято понимать явление восприятия, сопутствующее, вторичное представление, когда при раздражении какого-либо органа чувств наряду со специфическими для него ощущениями возникают и ощущения, соответствующие другому органу чувств<sup>1</sup>. Соучастие чувств происходит не в замкнутой системе сознания, а в процессе непосредственного восприятия произведения, по каналам каждого органа чувств, подвергнувшегося визуальному или слуховому воздействию. Явление синестезии дает повод к размышлению над неоднозначностью предмета, таким составом его смыслов, которые вступают во взаимодействие друг с другом, в игру воображения, что оживляет эстетическую идею, творческие способности.

Эстетические особенности телевидения обуславливаются также характерной для современного общества «эстетизацией повседневной жизни», которая рассматривается в постмодерне как процесс превращения предметов, явлений общественной жизни и отдельных людей в художественные объекты и соответственно в эстетические проекты. Как отмечает Н.В. Шеляпин, «эстетика современного телевидения представляет собой эстетику телевидения как явления современной жизни и собственно ту эстетику, которая отражает специальное искусство, создаваемое телевидением в наши дни»<sup>2</sup>.

К эстетическим свойствам телевидения мы также относим, во-первых, мозаичность изображения, представляющую весь мир в качестве несвязанных однозначной логической связью сообщений (когда, например, за короткий

---

<sup>1</sup> См.: Синестезия // Философский энциклопедический словарь. М., 1997. – С. 414; Синестезия // Большой энциклопедический словарь: в 2-х т. М., 1991. – Т. 2.–С. 351.

<sup>2</sup> Шеляпин Н.В. Основные тенденции формирования эстетических установок современного телевидения // Сборник научных трудов «Актуальные проблемы теории коммуникации». СПб.: Изд-во СПбГПУ, 2004. – С. 241.

отрезок времени появляется разномасштабная и разноплановая информация из различных областей жизни), и, во-вторых, резонанс, или взаимоусиление поступающих в сознание телезрителя сообщений, который преодолевает их мозаичную раздробленность, объединяя в устанавливаемое работой сознания смысловое единство. Показательным примером в данном случае выступают различные информационные программы: «Вести», «Новости», «Сегодня» и др.

Эстетические свойства телевидения проявляются также в том, что на телевизионном экране широко представлены самостоятельные виды искусства. К числу искусств, непосредственно представленных на телеэкране, относится графика. Телевизионная графика, во многом отличаясь от станковой и книжной, тем не менее, имеет в основе те же принципы изображения, те же функции, выполняя в программе роль иллюстрации, телезаставки, рисованного фона. До недавних пор в оформлении титров широко использовались работы художника-графика (на современном этапе в основном используется компьютерная графика). Телевидение репродуцирует непосредственно кинематографические, театральные (трансляции из театров) и театральнокинематографические (спектакли, снятые на пленку) формы. Большое место на экране занимает литература в самых разнообразных проявлениях: литературный театр, экранизации литературных произведений и т. п. Широкое распространение на телевидении получили эстрадные (трансляции с фестивалей песни, специальные телеэстрадные зрелища, например, «Большая премьера» Первый канал) и музыкальные (трансляции симфонических концертов, музыкальных конкурсов) формы.

Сущность репродуцирования как особой формы художественного творчества в области телевидения сводится к тому, что телевидение на основе собственной эстетики осваивает художественные ценности, эстетика которых сложилась на иной технической и коммуникативно-культурной основе. Поэтому при телерепродуцировании произведений различных видов искусства зритель сталкивается с наложением друг на друга двух не совпадающих по тем или иным параметрам эстетико-культурных рядов. Оказавшись в поле действия

общеэстетических принципов телевидения, структура произведения искусства претерпевает определенную трансформацию. Успех телевидения в репродуцировании художественных ценностей зависит от того, насколько полно и органично эстетические принципы репродуцируемого произведения ассимилированы эстетикой телевидения. Сама репродуктивная направленность телевидения постепенно обретает эстетико-художественные свойства и формирует собственный художественный способ освоения мира. Осознание собственных эстетических принципов телеискусства и основ его поэтики связано с теоретическим осмыслением того факта, что движущиеся изображения и их соединение, монтирование временных отрезков способны выполнять не просто прикладную, передаточную роль по отношению к воспроизводимой реальности, но роль активную, формообразующую.

Эстетические особенности телевидения проявляются также в том, что телевидение, унаследовав богатый арсенал выразительных средств киноискусства (монтаж, стереозвук, цвет и др.), является не только средством массовой коммуникации, но и видом творчества. Каждый вид творчества имеет свой специфический художественный язык – совокупность технических приемов и изобразительно-выразительных средств, с помощью которых автор воплощает свой замысел<sup>1</sup>. Так основными изобразительно-выразительными средствами телеэкрана являются монтаж, свет, цвет, звук, текст на экране, титры и спецэффекты, изменение скорости изображения и т.д. Монтаж – одно из сильнейших художественно-выразительных средств экрана. Он представляет собой отбор отснятых фрагментов в соответствии со сценарием и режиссерским замыслом, склейку отдельных фрагментов в единое целое. Благодаря монтажу можно добиться более свободного сочетания слова и изображения, использовать тропеические средства в телевизионном контексте, такие как явление метафоризации, метонимический показ части вместо целого и др. Как подчеркивалось многими теоретиками кино и семиотики, начиная с Р.

---

<sup>1</sup> См.: Телевизионная журналистика: Учебник. 3-е издание, переработанное и дополненное. – М., 2002. – С. 119.

Якобсона, метонимический прием показа части вместо целого – это основной способ, используемый для превращения предметов в знаки. Например, в фильме «Герой своего времени», рассказывающем о жизни Германа Лопатина (автор – Н. Рындина, режиссер – А. Близнюк, Ставропольская студия телевидения).

*Изобразительный ряд:* крупный план: колеса едущей по дороге кареты.

*Словесный ряд:* и вот, гордый успехами сына, отец везет Германа в Петербург.

*Звуковой ряд:* цокот копыт.

Здесь используется синекдоха: мы видим колеса (часть), а представляем карету (целое), в которой едут отец и сын Лопатины. Однако восприятие этого образа углубляется: на метонимический ряд наслаиваются метафорические ассоциации: колесо – движение – жизнь – судьба. Приведенный пример еще раз доказывает, что для телевидения характерно переосмысление факта, данного в изображении.

Метафора – это перенесение свойств одного предмета (или явления) на другой на основании признака, общего для обоих сопоставляемых членов. В стилистике и поэтике метафора, являясь одним из видов тропов, представляет собой употребление слова в образном смысле, при котором происходит сдвиг в семантике слова от его прямого значения к переносному. Телевизионная же метафора возникает на стыке конструктивных элементов: в результате употребления слова в сочетании с экранным контекстом. Образ, возникающий ассоциативно под влиянием изображения, музыки и значения слов в закадровом тексте, потенциально способен порождать новые смыслы в общем телевизионном контексте. Например, в передаче «Птичий рай» (автор – Н. Кондаурова, режиссер – М. Корсунов, Ставропольская краевая студия телевидения) словесный ряд включает в себе метафору.

*Изобразительный ряд:* белые лебеди.

*Словесный ряд:* белоснежные ладьи.

Но иногда и изображение может заключать в себе переносное значение.

*Изобразительный ряд:* вращающаяся ржавая стрела-указатель.

*Словесный ряд:* егерь Виктор Толмачев выглядит одиноким рыцарем в ржавых доспехах.

Видео- и звуковой ряд сообщают слову-метафоре дополнительную семантическую характеристику, в результате приводя речевой ряд к образному переосмыслению. В телевидении практически любое слово может стать образным, если его дополнительную семантическую и экспрессивную характеристику создают окружающие слова и параллельный изобразительный ряд.

Одно из важнейших средств ведения драматургически напряженного повествования – параллельный монтаж. Показывая как бы врезанные один в другой кадры, снятые в разных местах и в разное время, можно добиться отчетливого ощущения одновременности двух различных действий и тем самым выявить их взаимозависимость, взаимосвязь. Говоря о специфике телевидения, мы обращали особое внимание на способность телевидения к одновременности действия и просмотра, заложенную в его физической природе. Это свойство телевидения определяет фактор подлинного времени и пространства на телеэкране. Поэтому из всех видов параллельного монтажа телевидению свойствен прежде всего перекрестный монтаж, то есть параллельный показ действий, происходящих одновременно в действительности, в реальном времени.

Эффективным приемом донесения до зрителя основной идеи телевизионного произведения является использование ассоциаций, когда нечто осязаемое – произнесенное слово, картинка, жест – обладает способностью вызывать представление о чем-то другом. Так, в телефильме «Герой своего времени» было применено такое художественно-выразительное средство экрана, как ассоциативный монтаж, когда при восприятии каких-либо двух разных явлений в сознании возникает связь между ними. В названном фильме, всегда, когда автор говорит о приезде героя или его отъезде, бегстве, мы видим на экране соответственно прилетающую или улетающую птицу. Таким

образом, у зрителя возникает ассоциация – он видит птицу и отождествляет ее с образом Германа Лопатина.

Созданию художественного, смыслового эффекта телевизионной передачи помогает использование различного рода спецэффектов. Это наплыв, затемнение, вытеснение (или «шторка»), электронные спецэффекты, двойная экспозиция, скольжение (или «смазка»), расфокусировка и т.д. Например, в фильме «Святитель» использован спецэффект «листание страниц книги», где каждая страница символизирует новый этап жизни Владыки Гедеона.

Особое значение в современных условиях, характеризующихся визуализацией культуры, приобретает дизайн зрительных способов передачи информации. Названная тенденция обусловила активное использование таких выразительных возможностей телевидения, как цвет и свет. Свет является одним из главных средств создания изображения. Восприятие глазом более или менее освещенных фрагментов предмета создает в нашем воображении словно бы копию этого предмета. Но, говоря о свете как об изобразительно-выразительном средстве телевидения, мы имеем в виду не просто достаточную освещенность картины, когда ее можно разглядеть в деталях, а художественное освещение, «рисующее» портрет человека, образ предмета, определенную площадку студийного павильона.

Цвет позволяет делать телевизионный кадр монохромным (черно-белым), полихромным (использующим полный спектр всех цветов) и тонированным (окрашенным в один тон какого-либо цвета). Эстетическая природа цвета в достаточной мере освоена кинематографистами. Так, в черно-белой картине «Иван Грозный» С. Эйзенштейна появляются цветные сцены, например, «Пир опричников». В художественном фильме режиссера С. Ростюцкого «А зори здесь тихие» сцены войны (основное содержание картины) монохромны, а воспоминания героинь о довоенном времени цветные и яркие<sup>1</sup>. Что касается телевизионных программ, то и здесь мы видим использование приема

---

<sup>1</sup> Цвик В.Л. Телевизионная журналистика: История, теория, практика. – М., 2004. – С.190 – 191.

колоризации. Например, в фильме «Святитель» для создания на экране художественно-убедительной картины жизни творческая группа прибегла к приему включения в фильм постановочных съемок, повествующих о детстве героя, в которых мы можем наблюдать изменение цветности. В телевизионных музыкальных клипах и рекламных роликах можно встретить сочетание цветных, черно-белых и тонированных кадров.

Как видим, телевидение представляет большой простор для индивидуально-авторского использования художественно-выразительных и тропеических средств экранного и лингвистического контекста. Конвенциональность перечисленных изобразительно-выразительных средств телеэкрана позволяет передавать зрителям, а последним адекватно воспринимать эстетическую информацию. Эстетическая информация, согласно М. Бензе, во-первых, «выходит за пределы» задачи простой передачи сообщения, во-вторых, обладает «кодом», оригинальностью<sup>1</sup>. Данные положения мы относим и к информации, передаваемой по телевидению. Действительно, телевизионная информация, не просто передает данные, но несет богатое эмоционально-интонационное содержание и ставит перед собой ценностные задачи. Эстетическая информация не столько отражает реальное положение вещей, сколько вызывает у аудитории определенные душевные состояния, реакции и эмоции, она нацелена не на понимание, а на внушение устойчивых символов посредством различных технических эффектов. Информация, переданная таким образом, становится более устойчивой для аудитории, чем факты и доводы, излагаемые в форме семантической информации. Объектом эстетической информации являются те ценности людей, на которых базируются их убеждения, но при этом эстетическая информация должна быть созвучна эмоционально-психологическим переживаниям реципиента. Поэтому, при создании телевизионного произведения необходимо учитывать состав аудитории в национальном,

---

<sup>1</sup> См.: Боров Ю.Б. Эстетика. – 4-е изд., доп. – М., 1988. – С. 164.

конфессиональном отношении, а также интересы различных социальных и возрастных групп.

Необходимо помнить, что телевидение тесно связано с социокультурной жизнью, находящейся за пределами искусства, поэтому произведения искусства, созданные на телевидении или отобранные для него, должны быть актуальными, созвучными социальным ожиданиям аудитории. Как отмечалось выше, первоначально телевидение транслировало произведения других искусств. Впоследствии оно обнаружило специфическую функцию – способность не только транслировать, но и создавать свои оригинальные произведения. Таким образом, сочетая в себе, с одной стороны, визуальную наглядность фотографии, аудиовизуальную природу кино, действенность театрального зрелища, цвет и композицию изобразительных искусств, а с другой стороны, почти безграничные возможности передачи информации, унаследованные от периодической печати и радио, телевидение сегодня предстает как, историко-культурный, эстетико-художественный и социальный феномен, синтезирующий в себе практически все, что существует в области коммуникаций и художественного творчества.

Как вид массовой коммуникации телевидение выполняет такие же социально-культурные функции, что и другие средства массовой коммуникации: информационную, культурно-просветительскую, интегративную, социально-педагогическую, организаторскую, образовательную, рекреативную. То есть, подобно периодической печати и радиовещанию, телевидение является средством передачи актуальной информации, оно информирует, обучает, развлекает, другими словами, многогранно вторгается в духовный мир человека, формирует его мировоззрение, психологию, вкусы.

Являясь разновидностью эстетической деятельности, телевидение реализовывает художественно-творческую (создание произведений искусства), рецепционно-эстетическую (восприятие красоты реального пейзажа), духовно-культурную (выработка идеалов личного вкуса, вынесение вкусовых суждений,

оценок)<sup>1</sup> составляющие этой деятельности. Таким образом, говоря о телевидении, следует иметь в виду его онтологическую двойственность: оно и средство массовой коммуникации, и вид искусства. Следовательно, мы можем заключить, что коммуникативно-информационные свойства основываются на характеристике телевидения как средства массовой коммуникации, а эстетические свойства – на характеристике его как вида искусства<sup>2</sup>. По мнению Б.М. Галеева, телевидение, являясь средством трансляции в пространстве аудиовизуальной информации, бифункционально – оно есть средство массовой информации, средство тиражирования произведений других искусств, и в то же время обладает собственным эстетическим потенциалом, своей художественной спецификой. Другими словами, телевидение интегрировало художественное вещание и публицистику, репродуктивные формы и собственное оригинальное творчество, трансляцию произведений других видов искусства и самые разнообразные формы информации. Отметим здесь, что информативные возможности телевидения заключаются не только в передаче информации, но и в том, что информация, передаваемая художественным языком телевидения шире и качественно выше, понятнее и метафоричнее, гибче, иносказательнее, парадоксальнее, эмоционально, эстетически богаче, чем информация, передаваемая естественным, разговорным языком.

## **2.2 Современные телекоммуникационные технологии и формирование информационной культуры в России**

Современные телекоммуникационные технологии являются средством формирования информационной культуры, которая выступает фактором

---

<sup>1</sup> См.: Боров Ю.Б. Эстетика. – 4-е изд., доп. – М.: Политиздат, 1988.

<sup>2</sup> В рассматриваемом контексте интересна точка зрения В.И. Михалковича, который в работе «О сущности телевидения» пишет: «ТВ не есть искусство, хотя содержит в себе “художественную подсистему”, поставляющую зрителю “порядок культуры”; в равной мере ТВ не есть средство информации, хотя содержит в себе “публицистическую подсистему”, которая сталкивает зрителя с “наличным бытием”. ... ТВ – не столько искусство, не столько средство информации, сколько зрелище мира, каковое разворачивается перед человеком у приемника ради превращения Реального и Символического в Воображаемое».

становления информационного общества. Более того, уровень развития информационно-телекоммуникационных систем, одним из основных элементов которых является телевидение, является важнейшей характеристикой информационного потенциала того или иного государства. Именно эта характеристика определяет сегодня не только реальные возможности эффективного использования внутренних информационных ресурсов страны, но также и степень ее вхождения в мировое информационное пространство, то есть возможность использования мировых информационных ресурсов. В современном мире производство благ, осуществление власти и создание культурных кодов стало зависимым от технологических возможностей общества. Информационная технология стала необходимым инструментом в развитии электронных сетей, которые представляют собой динамическую, саморасширяющуюся форму организации человеческой активности.

В мировой науке активное обсуждение теоретических вопросов развития информационного общества началось в конце 1970-х – начале 1980-х годов, когда возникла так называемая теория информационного общества. В России же вплоть до конца 1990-х годов проблематика информационного общества не была популярной ни в политическом, ни в экономическом, ни в социологическом дискурсах. Более того, концепция построения информационного общества в нашей стране была объявлена антинаучной и в период конца 70-х начала 80-х годов XX века не только не разрабатывалась, но и категорически пресекалась. Такая «идеологическая близорукость» отечественной философии, по мнению К.К. Колина, «обернулась для России 5 – 7 годами потерянного времени в период начального развития процесса глобальной информатизации общества и научного осмысления закономерностей и возможных последствий этого развития»<sup>1</sup>. В России на современном этапе появилась необходимость не только осознания глобальных трансформаций, происходящих в связи с распространением информационно-коммуникационных технологий в российской социально-культурной,

---

<sup>1</sup> Колин К.К. Социальная информатика. – М., 2003. – С. 203.

экономической и политической среде, но и принятия срочных мер, направленных на включение России в глобальное информационное общество.

В этом параграфе мы попытаемся определить российский путь построения информационного общества и выявить роль современных телекоммуникационных технологий, прежде всего телевидения, в процессе формирования данного типа общества в России.

Как показывает опыт зарубежных стран, переход к информационному обществу – это процесс, требующий больших материальных затрат на формирование и развитие информационной среды, развитие индустрии информационных услуг и предоставление их каждому члену общества. Для нашей страны, согласно Концепции формирования информационного общества в России<sup>1</sup>, возможны два варианта перехода к информационному обществу. Первый – это повторение того пути, который уже пройден или проходит другими странами, в основном, европейскими. Он требует значительных капиталовложений, достаточно короткий по времени (не более 7–10 лет). Скорость движения по такому варианту будет обеспечиваться выделенными средствами. Кроме того, этот путь будет требовать существенного изменения российского менталитета и переориентации общественного сознания на приоритеты и направления развития, свойственные американскому или европейскому образу жизни. Второй вариант представляет собой нахождение пути, ориентированного на российский менталитет, социально-культурные особенности и социально-экономическую ситуацию в стране. Этот путь нетрадиционный, непробированный. Однако и он требует хотя бы минимальных темпов экономического роста, политической стабильности в обществе и политической воли исполнительной и законодательной власти, поставившей перед обществом задачу перехода к информационному обществу как задачу высокого приоритета.

---

<sup>1</sup>Концепция формирования информационного общества в России разработана в 1999 году по инициативе Государственного комитета Российской Федерации по связи и информатизации и Комитета Государственной Думы по информационной политике и связи.

Для реализации первого пути требуется получить основные объемы инвестиций из зарубежных источников или от отечественных коммерческих структур и населения. Эти варианты на сегодняшний день не реальны, так как в обозримом будущем ни одна из зарубежных стран таких средств не даст, потому что уверенности в их возврате у кредиторов нет. Получить средства от собственных коммерческих структур и населения в ближайшие годы не представляется возможным – для этого необходимы существенно более высокий уровень развития этих структур, видимое оживление рыночных преобразований и повышение качества жизни населения. Следовательно, приемлем только второй путь, пройдя который Россия будет выступать как носитель специфической модели цивилизационного развития. Как отмечают исследователи Д.С. Черешкин и Г.Л. Смолян: «Наш путь должен быть ориентирован на чисто российские критерии и характеристики качества жизни, социально-культурные особенности и минимальные возможности капиталовложений со стороны государства»<sup>1</sup>. Таким образом, основой российского пути к информационному обществу мы, соглашаясь с точкой зрения Д.С. Черешкина и Г.Л. Смоляна, можем назвать следующие факторы:

- информатизация всей системы общего и специального образования – от детского сада до высшей школы и последующих форм подготовки и переподготовки специалистов;
- повышение роли квалификации, профессионализма и способностей к творчеству как важнейших характеристик человеческого потенциала;
- формирование и развитие индустрии информационных и коммуникационных услуг, в том числе домашней компьютеризации, ориентированной на массового потребителя;
- обеспечение сферы информационных услуг духовным содержанием, отвечающим российским культурно-историческим традициям. В этой области должны решаться следующие задачи: разработка дешевых средств

---

<sup>1</sup> Черешкин Д.С., Смолян Г.Л. Россия начинает движение к информационному обществу // Информационное общество. – 2000. – №1. – С. 23-24.

компьютеризации массовых библиотек, музеев, архивов и других учреждений культуры, разработка и широкое внедрение средств электронной полиграфии в практику книгоиздания и массовой печати; создание общедоступных баз и банков данных в области гуманитарных и социальных наук; создание широкой сети культурно-информационных и информационно-развлекательных центров в регионах, в больших и малых городах, в том числе и в странах ближнего зарубежья; создание и развитие мощного русскоязычного сектора в Интернете, технологическая поддержка сайтов культурно-информационных центров.

Обеспечение сферы информационных услуг духовным содержанием, отвечающим российским культурно-историческим традициям, является политической задачей, решение которой должно обеспечить передачу новому поколению всего многообразия российской культуры, воспитания этого поколения в атмосфере национальных духовных ценностей и идеалов, максимально уменьшить негативное воздействие на молодых людей англоязычной информационной экспансии. Все это создаст предпосылки для преодоления политического и духовного влияния зарубежных стран, прежде всего США, распространяемого через современные коммуникационные сети и системы.

Таким образом, мы можем отметить, что основные особенности выбираемого Россией пути к информационному обществу – это историческая преемственность, национальная идентичность, восстановление нравственного сознания, образование единого духовного пространства страны. Движение по этому пути, особенно на первых этапах, требует широкой общественной поддержки, глубокого осознания целей перехода к информационному обществу, культурных, социальных, политических и экономических преимуществ, которые предоставляет населению жизнь в информационном мире.

Для формирования информационного общества в России необходимо развивать информационную культуру, являющуюся одним из основных факторов перехода к новому этапу цивилизационного развития, нужно

скоординировать усилия многих специалистов-гуманитариев по формированию облика гражданина информационного мира, модели его жизнедеятельности. Немаловажным обстоятельством служит отражение взглядов на значение информационного общества в повседневной жизни людей во всех печатных и электронных средствах массовой информации.

Итак, направления перехода к новой фазе цивилизационного развития должны быть ориентированы на формирование таких ценностных стереотипов поведения населения, которые отвечают, с одной стороны, культурно-историческим традициям народов России, а с другой – высоким требованиям общественного развития в XXI веке. Движение по такому пути позволит создать новые виды деятельности, сформировать новые типы социальных отношений, усилить интеллектуальный, творческий потенциал человека, приобщить его к мировым культурным ценностям; приведет к превращению информации и знаний в подлинный ресурс духовного и социально-экономического развития. Становление информационного общества в России будет означать укрепление институтов гражданского общества, реальное обеспечение права граждан на свободное получение, распространение и использование информации, расширение возможностей саморазвития личности.

Говоря о формировании информационной культуры и информационного общества в России, отметим роль телекоммуникационных технологий в этом процессе. Согласно К.К. Колину, телекоммуникационные технологии представляют собой «способы рациональной организации работы телекоммуникационных систем»<sup>1</sup>, то есть организацию передачи данных, речевой информации, видеоизображений и т.п. В России наибольшее развитие получили такие телекоммуникационные технологии, как «Технология X.25», «Технология TSP/IP», «Технология ISDN», «Технология Frame Relay», «Технология ATM», «Технология SMDS». Названные телекоммуникационные

---

<sup>1</sup> Колин К.К. Социальная информатика: Учебное пособие для вузов. – М.: Академический проект; М.: Фонд «Мир», 2003. – С. 146.

технологии обеспечивают возможность предоставления пользователям таких информационных услуг как телетекст, видеотекст, телеконференции, передача телевизионных изображений и пр.

В настоящее время прогресс телекоммуникаций несет новые возможности, является фактором, влияющим на социальное развитие общества. Следует отметить, что ни одна другая область техники не повлияла на способ мышления, систему восприятия современного человека таким существенным образом, как непрерывно развивающаяся аудиовизуальная техника и возникшие на ее базе средства массовой коммуникации. Средства массовой коммуникации включают все виды средств массовой информации, функционирующие в глобализированном культурном пространстве, в информационном поле, созданном при помощи новых технологий и объединяющем в себе социокультурные значения его разнородных компонентов. Возрастающая роль технологий, в особенности телекоммуникационных, приводит к появлению ряда концепций, которые ставят развитие общества в зависимость от прогресса телекоммуникаций. Так, уже первые теоретики информационного общества: Д. Белл, Т. Стоуньер, Й. Масуда подчеркивали влияние технологий на развитие современного общества. (Подробнее об этом §1.1). Начало XXI века также было отмечено интересом многих исследователей (например, Я.Н. Засурского, Е.Л. Вартановой, Н.В. Ткачевой) к концепции информационного общества, которая связывает воедино происходящие, казалось бы, независимо друг от друга процессы развития общества и культуры и информационно-коммуникационных технологий и СМИ. Так, Е.Л. Вартанова отмечает, что «в России сетевое общество имеет относительно хорошие перспективы. В стране существуют современные системы спутниковой связи, накоплен огромный интеллектуальный потенциал ученых, инженеров, программистов, имеется необходимое телекоммуникационное оборудование. Использование населением средств массовой информации и коммуникации стало мерилом завтрашнего информационного общества: существует прямая зависимость между

состоянием национальной медиаиндустрии, прежде всего аудиовизуальной и доступностью для населения цифровых технологий»<sup>1</sup>.

В современном российском обществе, несмотря на разнообразие имеющихся здесь средств массовой коммуникации, телевидение остается самой распространенной и популярной системой телекоммуникаций. Действительно, люди чаще смотрят телевизор, чем слушают радио, читают газеты или пользуются сетью Интернет. Более того, обеспечение всего населения доступом к телевидению, которое в данном контексте рассматривается как начальная стадия создания универсального доступа к Интернет, как первый этап процесса интернетизации, является одним из основных факторов, влияющих на формирование информационной культуры российского общества. В условиях современного технического прогресса телевидение закладывает основы технологической инфраструктуры и создает необходимую сумму навыков нужных пользователям Интернет.

Современное телевидение включает в себя следующие разновидности: антенное; спутниковое (мировидение); кабельное; кассетное (видеотечное); лазеровидение (видеодиски); титровое телевидение (видеотекст, видеотекст). Единственной средой и формой существования антенного телевидения является телевизионная программа, характеризующаяся, прежде всего необратимым временным фактором. Для спутникового и кабельного телевидения характерна система повторов отдельных передач и целых программных блоков, что ослабляет фактор необратимости времени трансляции. Более того, неограниченное по времени вещание (круглосуточное) рождает новые формы организации телепрограммы. Глобальный характер спутникового вещания требует информации соответствующего характера: ее уровень, значимость, глубина осмысления и яркость формы должны совпадать с масштабами потенциальной аудитории. Чаще всего тот или иной канал спутникового телевидения специализируется на одном из видов вещания: CNN – телевизионный канал круглосуточных новостей со всего мира, MTV –

---

<sup>1</sup> Национальные модели информационного общества. – М., 2004. – С. 54.

телеканал современной музыки, действующий по принципу «non-stop». Первое спутниковое телевидение на русском языке – «НТВ плюс» – начало свое вещание в ноябре 1996 г. Первоначально оно включало в себя четыре, потом пять основных каналов, а также (за отдельную плату) ночной канал.

К телевизионным новинкам, основанным на современных телекоммуникационных технологиях и оптимизирующим процесс становления информационной культуры в России, следует отнести видеотекст, видеотекст, репрографию и другие системы персонального информирования потребителей. Все перечисленные технические новшества относятся к так называемому титровому телевидению. Видеотекст – принятое во многих странах мира обозначение для интерактивных служб – система передачи информации по проводам телефонной сети. Видеотекст представляет собой способ передачи текстовой и графической информации через эфир, по каналам телевидения, параллельно с обычными вещательными программами. Этот способ также называют «телетекстом». Получение печатной копии с телевизионного изображения называется репрографией.

Все большее распространение в мире получает так называемое компьютеровидение, которое Я. Н. Засурский, М. И. Алексеева, Л. Д. Болотова определили следующим образом: «Своеобразный кентавр с телеэкраном вместо головы и ЭВМ вместо туловища»<sup>1</sup>. По мнению ученых, «симбиоз телеэкрана с ЭВМ последнего поколения позволяет синтезировать трехмерные изображения, создающие невиданные ранее возможности для «бизнес-график» – машинного проектирования, особенно промышленного дизайна»<sup>2</sup>. Эту новую функцию телеэкрана специалисты называют инфографией. Одним из наиболее перспективных разделов компьютеровидения являются видеоигры, которые влияют на внутренний мир нынешнего подрастающего поколения не менее сильно, чем школьное образование и телевизионные учебно-просветительские программы. Благодаря компьютеровидению возможно создание специальных

---

<sup>1</sup> Система средств массовой информации России. – М., 2003. – С. 195.

<sup>2</sup> Система средств массовой информации России. – М., 2003. – С. 196.

программ, которые «научат управлять автомобилем и самолетом, атомной электростанцией и транснациональной компанией, почувствовать себя в кресле президента или главнокомандующего»<sup>1</sup>.

Зарубежными исследователями разработана интерактивная система «Telepick», которая, возможно, в ближайшее время получит распространение и в нашей стране. Благодаря этой системе, подключаемой к телевизору и телефонной линии, телезритель получит, например, возможность участвовать в разгадке слов во время телеигры «Поле чудес». Используя клавиатуру приемной системы, получить приз за победу, вступить в прямой контакт с участниками игры. К примеру, во время передачи о кулинарном искусстве достаточно будет нажать клавишу автоматического запроса, и через несколько секунд станет возможно получение на принтере записи того или иного рецепта.

Новейшие телевизионные технологии являются важным фактором психологического здоровья человека информационного общества. Благодаря использованию новых интерактивных систем, возможным станет «дозирование» объемов сцен насилия и непристойностей на экране телеприемника, то есть, телезритель сможет легко контролировать содержание любой программы. Специальная система способна отобрать шокирующий материал по четырем категориям: секс, нудизм, насилие, ненормативная лексика. Телезрителю предоставляется возможность убрать нежелательные фрагменты в рамках этих четырех категорий.

Как видим, одним из основополагающих факторов формирования информационной культуры и информационного общества России является развитие и модернизация технико-технологической базы: информационно-коммуникационной инфраструктуры и телекоммуникационных ресурсов, прежде всего телевидения, обеспечивающего реализацию процессов создания, хранения, распространения и использования информации, а также доступа к ней широких слоев населения. Проанализировав ситуацию в современной России, мы можем отметить, что прогресс в области телекоммуникационных

---

<sup>1</sup> Система средств массовой информации России. – М., 2003. – С. 196.

технологий привел к изменениям в процессах сбора, распространения, хранения информации, что оказало существенное влияние на различные аспекты культурной, политической, общественной жизни.

Говоря о совершенствовании телевидения, представляется необходимым отметить разработку цифрового телевизионного стандарта, а также процесс интеграции телекоммуникационных и телевизионных систем, что является одним из перспективных направлений дальнейшего развития информационной среды общества. Создание систем цифрового телевидения высокой точности является исключительно важным направлением глобальной информатизации общества, которое, безусловно, будет иметь серьезные экономические и социальные последствия. По мнению К.К. Колина, в недалеком будущем домашний телевизор станет «центральным элементом домашних информационных систем. Помимо своих основных функций по приему телевизионных программ он возьмет на себя также и функции управления системой охраны помещения и бытовой техникой»<sup>1</sup>.

Ценность новых цифровых технологий заключается также в том, что они позволяют значительно уплотнить каналы вещания, высвободить большое количество частот, которые можно использовать как для целей телерадиовещания, так и для целей других отраслей. Выгода зрителей от перехода на цифровое вещание заключается в многопрограммности вещания и улучшении качества изображения. Некоторые исследователи считают, что «потребители цифрового телерадиовещания не зависят от вкусов составителей программ и вещающих компаний, поскольку зритель теперь сам выбирает содержание программ»<sup>2</sup>. Одной из наиболее важных черт цифровой технологии передачи данных является их способность увеличивать имеющуюся дистрибутивность. Это означает, что в будущем станет возможно предложить зрителю одновременно целый ряд услуг, таких как по-разному

---

<sup>1</sup> Колин К.К. Фундаментальные основы информатики: Социальная информатика. – М., 2000; С. 198.

<sup>2</sup> Вессберг А. Общественное телерадиовещание. Режим доступа: [<http://www.polpred.com/free/unesco/5.htm> 20.09.2005].

спрофилированные общие каналы, тематические каналы, «каналы-ниши» и т.д. Таким образом, мы отмечаем, что ключевыми аспектами информационного общества являются свобода выбора зрителя и новое содержание мультимедийных средств.

Как было отмечено выше, функции современного телевидения не ограничиваются возможностями вещания. На сегодняшний день все более полифункциональным становится непосредственно телеэкран. Общеизвестным является его функционирование в качестве телевизора, видеотелефона и дисплея компьютера.

Как видим, развитие телекоммуникационных технологий тесно связано с процессом перехода России (как и любого другого государства) к информационному обществу. Во-первых, это проявляется в усовершенствовании уровня собственно телекоммуникаций, то есть способов обмена информацией между телевещателем и аудиторией. Во-вторых – в порождении целой группы процессов информационного характера, то есть не только расширении и разнообразии области информационных ресурсов, но и введении новых. В-третьих – в изменении с помощью новых изобразительных средств способов производства телепрограмм, в обогащении их жанров и создании новых синтетических форм, что, в конечном счете, существенно трансформирует эстетические особенности телевидения, как в сфере информации, так и в сфере искусства.

Опираясь на мнение М.М. Назарова о том, что «современная российская действительность с убедительностью демонстрирует возможности массовой коммуникации как средства формирования «моделей» социальной реальности, как важнейшего источника нормативных образцов, циркулирующих в обществе»<sup>1</sup>, мы можем заключить следующее: непосредственно через телевидение до большинства граждан страны доводится мысль о необходимости движения к информационному обществу, обосновывается

---

<sup>1</sup> Назаров М.М. Средства массовой коммуникации и российское общество на пороге XXI века // Социально-гуманитарное знание. – 1999. – № 5. – С. 11.

культурная и социальная направленность перехода. Современное телевидение представляет собой качественно новую целостную социальную структуру, распространяющую информацию в момент ее создания микро- и макрогруппам аудитории. Именно телевидение, в силу своей распространенности на всей территории Российской Федерации, оказывает наибольшее воздействие на развитие культуры общества, уклад жизни людей и стереотипы их поведения, является основным средством передачи информации в современном российском обществе.

Принципиальным моментом, позволяющим характеризовать современное телевидение как фактор формирования информационной культуры в России, является сохранение доступности электронных средств информации для жителей практически всех регионов страны, а также наличие обратной связи, которая позволяет расширить зону гражданского участия населения в жизни государства, вовлекает телезрителей в процесс телекоммуникации, а, следовательно, переводит личное отношение к сообщению в публичное, усиливая его общественный резонанс. В данном случае, речь идет о двустороннем процессе: влияние телевидения на общество и общества на телевидение. Суть этого процесса заключается в том, что две системы связаны таким образом, что «при изменении параметров одной изменяются параметры другой»<sup>1</sup>, то есть совершенствование телевидения приведет к оптимизации процессов распространения информации, беспрепятственному доступу всех граждан к любой информации и обмену ей, что является одной из основных характеристик информационного общества.

Следующим аспектом, позволяющим нам говорить о телевидении как факторе формирования информационной культуры в России, является реализация технологий интерактивного телевидения, присущая современным телепередачам (например, «Тем временем», «К барьеру», «Время местное», «Времечко»). Интерактивные мультимедиа представляют собой одно из

---

<sup>1</sup> Коновалова О.В. Тенденции развития региональной системы коммуникаций (на материалах телевидения Юга России). – Ростов-на-Дону, 2003. – С.19.

наиболее перспективных направлений в развитии телевидения. Традиционные средства массовой информации, за исключением телевидения (в редких случаях радио), не позволяют осуществлять двустороннюю связь в реальном времени. Сегодня же все большая часть аудитории ожидает от СМИ интерактивности. Успех так называемых «бесед» (chat services) в Интернет свидетельствует о том, что данный вид коммуникации удовлетворяет истинную потребность современного общества в участии в диалоге и обмене информацией. Если говорить о тележурналистской деятельности, в процессе которой интерпретируются и анализируются события региона, страны и мира, интерактивность способствует интеграции телезрителей и предоставляет им возможность более активного участия в этих событиях. Как отмечает О.В. Коновалова: «Складывающаяся система телекоммуникаций представляет собой качественно новое образование, выполняющее роль особого социального института с важнейшей и актуальнейшей на данном отрезке времени главной функцией – интеграционной, обеспечивающей установление согласия и взаимодействия между многочисленными элементами федерального сообщества»<sup>1</sup>. Таким образом, мы можем констатировать, что новые формы общения, характерные для информационного общества, уже присущи многим телевизионным передачам и в ближайшее время станут неотъемлемой частью всего российского телевизионного эфира.

Подытоживая, мы можем утверждать, что развитие телевидения в России находится на подъеме и в ближайшие годы, как отмечает В.В. Егоров, «способно сделать рывок вперед как в количественном, так и в качественном отношении»<sup>2</sup>.

Однако, несмотря на положительные характеристики телевидения как фактора формирования информационной культуры и информационного общества в России, необходимо назвать и некоторые «социальные опасности», которые несет с собой развитие ТВ. Например, создание многопрограммного,

---

<sup>1</sup> Коновалова О.В. Тенденции развития региональной системы коммуникаций (на материалах телевидения Юга России). – Ростов-на-Дону, 2003. – С. 27.

<sup>2</sup> Егоров В.В.. Телевидение и власть. – М., 1997. – С. 204.

многоканального телевидения с круглосуточным вещанием создает опасность для социальной жизни и психологии будущих поколений. Здесь мы имеем в виду тот факт, что в современных российских условиях, когда упали тиражи центральных газет и журналов, а телевидение и в центре, и в регионах становится вездесущим, все большее количество людей получают сведения о внешнем мире только из телеисточников. Эта тенденция свидетельствует о некотором противоречии, с одной стороны, аудитория владеет всей необходимой информацией, а с другой – часто не имея возможности получить сообщения из других средств массовой коммуникации не в состоянии объективно оценить полученные сведения.

С вышеуказанной негативной телетенденцией связана еще одна. В настоящее время многие телевизионные журналисты стали видеть свою задачу в том, чтобы критиковать культурные, социально-политические, экономические и прочие процессы, происходящие в стране. Более того, сообщения о неблагоприятном положении дел или просто представление его как неблагоприятного выдается в эфир даже, если журналист не убедился, что приводимые им факты соответствуют действительности. Такой подход к освещению событий имеет два важных последствия. Во-первых, он способствует формированию негативного взгляда на мир, когда зрителю кажется, что все имеющиеся проблемы только растут, а не уменьшаются. Во-вторых, усиливаются сомнения в способности власти справиться с этими проблемами.

Вместе с тем, как уже отмечалось, в телевидении вообще и в тележурналистике в частности, имеются позитивные моменты, которые привлекают зрителей, существуют передачи, вызывающие большое доверие. Это относится и к содержанию передач, и к их характеру, стилю, форме.

Итак, в течение последних лет многие страны мира последовательно продвигаются по пути построения информационного общества, в настоящее время в этот процесс вовлечена и Россия. В нашей стране активно модернизируются имеющиеся технологии, а также создаются и внедряются

новые, используются уникальные информационные ресурсы, формируется культура, порожаемая эпохой информации. В настоящее время в России уже осознаны предпосылки и реальные пути формирования и развития информационного общества. Нашим государством предпринимаются шаги по вхождению в мир технологически и экономически развитых стран на правах полноценного участника цивилизационного развития с сохранением культурных традиций, национальной самобытности и политической независимости, с развитым гражданским обществом и правовым государством. Можно ожидать, что основные черты и признаки информационного общества будут сформированы в России при стабильных культурных, социально-политических, технико-технологических условиях и экономических преобразованиях в первой четверти XXI столетия.

Как было отмечено в параграфе, одним из важнейших факторов формирования информационной культуры в России, является телевидение, прежде всего, потому, что в нашей стране данное средство массовой информации является самым доступным для всех категорий граждан. Следовательно, благодаря телевидению в России создаются равные условия для всех членов общества в получении основных информационных услуг, реализуется право каждого человека на получение актуальной информации, то есть формируются предпосылки информационной цивилизации.

### **3.2 Место регионального телевидения в современной культуре**

Характерным штрихом происходящих сегодня культурных процессов является децентрализация и регионализация социально-культурной жизни. За последние годы влияние регионов на культурную, общеполитическую, информационную ситуацию в стране усилилось и стало очевиднее и определеннее. Наряду с этим активизировалась жизнь и в самих регионах, что нашло свое выражение, прежде всего в возрастании роли местных средств

массовой информации, и особенно региональных каналов телевизионного вещания.

В работах по истории, теории и практике журналистики термины «местная», «провинциальная», «периферийная», «региональная» используются как синонимы применительно к губернской, областной и региональной (межгубернской и межобластной) журналистике. Понятие «регион» трактуется и как административно-территориальное образование, а «региональные средства массовой информации», как выходящие и распространяемые в пределах административной территории. Под термином «регион» подразумевается также определенная географическая территория (не обязательно административная), население которой тесно связано культурной, этнографической, конфессиональной, экономической и другой общностью, например, Урал, Сибирь, Дальний Восток, Поволжье, Дон, Северный Кавказ и др.<sup>1</sup>

Проблема столица – провинция, центр – регион стояла достаточно остро на протяжении всей истории России, но именно сегодня ее изучение представляется нам наиболее актуальным. Сосредоточение в столичных городах многих культурных ценностей приводило к оторванности от них жителей провинции, что неизменно сказывалось на уровне просвещения населения регионов. И лишь появление аудиовизуальных средств массовой коммуникации, прежде всего телевидения позволило в некоторой степени преодолеть эту оторванность. Региональные телевизионные станции информируют обо всем, что достойно внимания и имеет смысл для зрителя в том или ином регионе. Причем, как отмечает В.Л. Цвик, «если в 1991 году, накануне развала СССР, в системе Гостелерадио было четыре программы Центрального телевидения и 130 местных студий (из них 78 в автономных республиках, краях и областях РСФСР), то в 2000 году только в Российской Федерации 9 каналов, принимаемых более 50% населения (из них четыре

---

<sup>1</sup> См.: Овсепян Р.П. История новейшей отечественной журналистики. – М., 1999. – С. 183.

федеральных – «Первый», «Россия», НТВ и «Культура»), столько же национальных телесетей (ТНТ, СТС, REN-TV, ТВЦ), спутниковые системы «НТВ+», «Космос-ТВ», предлагающие пакеты из 40 и более каналов, около 1000 региональных телекомпаний (600 из них негосударственные). В большинстве административных районов России есть своя местная государственная телевизионная станция, которая вещает от 1 до 4 часов в день либо на собственной частоте, либо на канале «Россия»<sup>1</sup>. Если по техническим условиям местные новости должны идти по тому же каналу, что и общенациональная программа, в ней специально отводится время для таких включений.

На современном этапе развития общества региональное телевидение оказалось перед необходимостью фундаментальных преобразований. С одной стороны, средства массовой информации отражают изменения в культурной, социальной, политической, экономической сферах местной жизни, с другой – непосредственно влияют на содержание, направление и интенсивность этих изменений. Формирующаяся система региональной телекоммуникации призвана стать фактором, консолидирующим общество на базе новых ценностей. Как отмечает О.В. Коновалова: «Региональное телевидение – явление постоянно развивающееся, создатели программ находятся в поиске оптимальных путей информационного обмена в сложной динамичной системе федерального телевидения с разнородным этническим, религиозным, социокультурным составом аудитории»<sup>2</sup>.

Что касается непосредственно Ставропольского края, то в настоящее время мы можем наблюдать в данном регионе развитое информационное пространство, о чем свидетельствует как количество имеющихся электронных СМИ (по данным на 2004 год в крае было зарегистрировано 72

---

<sup>1</sup> Цвик В.Л. Телевизионная журналистика: История, теория, практика. – М., 2004. – С. 109.

<sup>2</sup> Коновалова О.В. Тенденции развития региональной системы коммуникаций (на материалах телевидения Юга России). – Ростов-на-Дону, 2003. – С. 5.

телерадиоредакции)<sup>1</sup>, так и качество распространяемой ими информации. Рассмотрим подробнее место и роль программ регионального телевидения в системе культуры современной России на примере передач Ставропольской краевой студии телевидения.

Телевещание в крае ведет свою историю с 1959 года. Первая телевизионная студия была построена в Пятигорске – определяющим фактором в выборе места стало географическое положение города, а точнее – гора Машук, на вершине которой и расположилась телевышка, за счет чего зона вещания охватила значительную территорию. Все это время в Ставрополе существовал корреспондентский пункт, затем появилась своя телевизионная редакция, но ездить каждую неделю из Ставрополя в Пятигорск, чтобы выдать программу, было очень неудобно, и возникла идея создания телевизионной студии в краевом центре.

Ставропольская краевая студия телевидения вышла в эфир 3 января 1988 года с передачей «Дебют». Это была праздничная программа, с поздравлениями в адрес телестудии. С 1 декабря 1993 года Ставропольская государственная телерадиовещательная компания (СГТРК) начала вещание на краевом канале «Ставропольский меридиан» (ранее он был известен под логотипом «14-24»). Сегодня передачи Ставропольской краевой студии телевидения выходят в эфир на двух каналах: «Россия» и «Культура» (с 1 января 2002 года).

В зону вещания Ставропольского телевидения входит весь Ставропольский край, Карачаево-Черкесская Республика, значительная часть Краснодарского края, часть Кабардино-Балкарии, Ростовской области и Калмыкии; аудитория составляет более четырех миллионов человек. В активе журналистов и всех сотрудников компании не только одна из самых объемных в регионах России зон вещания, но и уникальный опыт выпуска программ в режиме телемоста (Ставрополь – Пятигорск), множество побед в самых разных Всероссийских конкурсах.

---

<sup>1</sup> Корнеева М.Д. О роли местных СМИ в информационном пространстве края // Ставропольская журналистика: история и современность: Материалы конференции. – Ставрополь, 2004. – С. 12.

Изначальным приоритетом Ставропольская краевая студия определила информационное вещание. Именно информационными были первые регулярные передачи «Ставрополье: время и люди», «В объективе Ставрополь», «Ставрополь и ставропольцы», «Городские новости», «Информ-релиз». Постепенно ставропольский эфир расширили познавательные, художественно-публицистические и развлекательные программы: «И дым Отечества», «Ночной эфир», «Сельская лечебница», «Берегиня», «Форум», «Телемемуары».

С 1993 года Ставропольская студия телевидения совместно с пятигорскими коллегами активно включилась в проведение телемарафонов в защиту малоимущих, инвалидов, материнства и детства. Это такие телемарафоны, как «Спешите делать добро», «Одоловшие судьбу», «Если в дом постучалась беда», «Чужого горя не бывает». Проведение подобных акций способствует повышению духовности, нравственности, милосердия у жителей края.

Международные турниры по художественной гимнастике и конному спорту на призы СГТРК являются рейтинговыми и включены в федеральную сетку соревнований.

С течением времени, на краевом телевизионном канале появлялись новые программы, например, молодежные – «Своя компания» и «Вояж». «Своя компания» была первой собственно молодежной программой Ставропольской краевой студии телевидения. Каждый выпуск этой передачи посвящался самым разным проблемам молодых людей в возрасте от 10 до 25 лет, а приглашенные специалисты: психологи, врачи, косметологи, тренеры, давали советы, как их решать. Программа «Вояж» долгие годы оставалась одной из самых рейтинговых и популярных молодежных передач Ставропольской краевой студии телевидения. Перед творческим коллективом этого проекта стояла задача приобщить провинциального зрителя к современной музыкальной культуре, посредством показа концертов, приезжающих в Ставрополь звезд российской эстрады. В эфире «Вояжа» выступали такие артисты как Ирина

Аллегрова, Вилли Токарев, Сергей Минаев, Виктор Салтыков, Михаил Шуфутинский, группа «Браво», Сергей Крылов, и многие другие. В 1994 году с приходом нового ведущего (Александр Третьяков) изменилась концепция и качество передачи, она стала называться «Вояж. Энциклопедия популярной музыки». Вместе с тем программа не отказалась от идеи записи концертов звезд российской и зарубежной поп-музыки. «Вояж» представил своим зрителям телевизионные версии концертов групп «E-Type», «Boney-M», «Gorky Park» и многих других. Еженедельно авторы программы «Вояж» отбирали самые оригинальные видеоклипы и самые интересные новости из мира зарубежной и российской музыки для показа своей аудитории.

На Ставропольской краевой студии телевидения создавались передачи «О земном» (в основу данной программы были положены рассказы о земных проблемах и радостях, достижениях и трудностях, о человеке и его судьбе); «Семейные радости» (в этой программе делались попытки повернуть зрителя лицом к проблемам семейных отношений, рассказывалось о семейных радостях, о том, что многие беды можно преодолеть, укрепив взаимоотношения между близкими людьми); «Будьте здоровы» (информационно-аналитическая программа о медицине Ставрополья, проблемах здравоохранения, мерах профилактики и здоровом образе жизни, о привлечении новейших медицинских технологий на службу охраны здоровья человека); «Салон» (эта передача знакомила зрителей с людьми искусства: от артистов краевых театров до сельских тружеников культуры, открывала пласты краевой культуры, малоизвестные широкому кругу зрителей. Авторы передачи сотрудничали с коллективами краевых музеев, вновь открывали современному зрителю богатую историю нашего края и рассказывали о выдающихся людях Ставропольского края, об известных людях искусства, находящихся в крае на гастролях); «Кто есть кто» (здесь в прямом эфире выступали известные политики, чиновники, общественные деятели, журналисты, актеры, режиссеры, композиторы, обсуждая различные темы, интересующие телезрителей); уникальный проект региональных новостей «День края» в форме телемоста

между Ставрополем и Пятигорском (именно такая форма подачи материала позволяла делать информационные выпуски полнее, помогала журналистам рассказывать о тех или иных событиях в краевом центре, на Кавказских Минеральных Водах и в целом на Ставрополье) и т.д. В настоящее время концепция перечисленных программ устарела, но на их базе были созданы новые.

Если говорить о телевизионных передачах, которые сегодня создаются на Ставропольской краевой студии телевидения, то прежде всего следует назвать информационные программы «Местное время. Вести. Ставропольский край» и «Вести+». Анализ вышеобозначенных программ позволяет говорить о том, что здесь представлены регулярные сообщения о текущих событиях из жизни края. Набор новостей универсален – от политики до погоды, включая все, что имеет прикладное, ориентирующее значение для любого зрителя. Здесь вниманию телезрителей предоставляются отчеты с заседаний правительства и Государственной Думы Ставропольского края, материалы о местном самоуправлении; репортажи из музеев, театров, с выставок, конкурсов, фестивалей и концертов, рассказы об интересных и выдающихся людях нашего края; сюжеты на злободневные темы: лекарственное и транспортное обеспечение граждан, пользующихся льготами, природопользование и управление землями в крае, новейшие методы лечения алкоголизма и наркомании, обеспечение правопорядка в регионе, санитарное состояние городов Ставропольского края и т.д. К 60-летию со дня Победы в Великой Отечественной войне в программе «Местное время. Вести. Ставропольский край» была создана рубрика «Как живешь, ветеран?», в которой ветераны делятся воспоминаниями и рассказывают о своей сегодняшней жизни. Программа «Вести+» дает итоговую информационную картину дня. Таким образом, новостные программы Ставропольской краевой студии телевидения удовлетворяют важнейшую потребность современного человека – быть в курсе происходящих событий.

Ставропольская студия телевидения производит и выдает в эфир еще целый блок информационных программ. Например, программа «Вести. Авто», которая представляет собой специализированную информационную программу, то есть набор новостей одного профиля (в данном случае автомобилизм). Названная передача призвана отвечать на вопросы о состоянии дорог, о законодательстве, уходе за автомобилем и на другие, интересующие водителей вопросы, а также формировать и повышать уровень культуры современного водителя. Вниманию зрителей также предоставляются репортажи с различных выставок автомобилей, проходящих не только в нашем крае, но и за его пределами. В 2005 году программа «Вести. Авто» заняла первое место во Всероссийском журналистском конкурсе Гильдии автомобильных журналистов «Дорога для жизни» в номинации «За рулем».

Формирование спортивной культуры в крае возложено на спортивно-информационный проект Ставропольской краевой студии телевидения «Местное время. Вести. Время спорта». Авторы программы информируют зрителей о достижениях ставропольских спортсменов и тренеров, регулярно освещая новости спорта. В передаче даются подробные репортажи со спортивных соревнований, анализ побед и поражений, проводятся интервью с тренерами и спортсменами и т.п.

Важным принципом новой системы телекоммуникации является межрегиональный взаимообмен телепрограммами – это своего рода знакомство с опытом, традициями тех, кто находится рядом. Например, передача «Местное время. Северный Кавказ» выходит в эфир из Ростова-на-Дону, она представляет собой тележурнал, в котором собраны новости со всего Южного федерального округа. Журналисты Ставропольской краевой студии телевидения в этой передаче представляют вниманию зрителей материалы о жизни ставропольцев, специальные репортажи о ветеранах, интересных людях, важных культурных событиях нашего края и т.д. Далее назовем программу «Прикумье», здесь освещается жизнь восточных районов Ставропольского края прежде всего Нефтекумьска и Буденновска.

С 2004 года в эфир выходит программа «Местное время. Вести. Дежурная часть», которая представляет собой еженедельное комментирование событий на криминальные темы. В программе «Что нам стоит» дается полезная информация о том, как построить дом, отремонтировать квартиру, какие строительные и отделочные материалы лучше для этого использовать.

Ежемесячно Ставропольская краевая студия телевидения предоставляет слово губернатору Александру Леонидовичу Черногорову. В передаче «От первого лица» губернатор рассказывает о работе правительства Ставропольского края, о достижениях ставропольцев в различных сферах деятельности и т.п. На краевом телевидении существует также передача «Смотрите, кто пришел». Это общественно-политическая программа, в которой перед телезрителями выступают депутаты, представители местной власти, а также другие приглашенные журналистами гости из прокуратуры, службы занятости, учебных заведений, Союза молодежи Ставрополья...

Программа «Время местное» затрагивает проблемы из различных областей жизни края: культурной, социальной, политической, экономической и т.д. Здесь для каждой конкретной передачи выбирается тема дня (например, «СМИ в современном мире: единство и противостояние», «Мода в крае», «Пожарная служба края. Профилактика пожара»), и на эту тему создаются сюжеты, в студию приглашаются гости, компетентные в данном вопросе. «Время местное» выходит в реальном времени в режиме телемоста «Ставрополь – Пятигорск», что позволяет дать более полную картину событий края, осветить жизнь не только краевого центра, но и Кавказских Минеральных Вод, других близлежащих районов. Контактный телефон, установленный в студии, позволяет всем желающим телезрителям включиться в ход передачи, высказать свое мнение по той или иной проблеме, принять участие в интерактивных опросах и конкурсах – все это способствует возникновению эффекта присутствия у аудитории.

Ставропольская краевая студия телевидения осуществляет телетрансляцию информационно-познавательной программы «Университет»,

которая создается студентами Ставропольского государственного университета. Как отмечает редактор программы Ю. Терещенко: «Передача «Университет» нацелена на повышение престижа высшего классического образования. Ее сюжеты объединены университетской тематикой: научная и общественная деятельность, студенческие будни и праздники, спортивная жизнь, актуальные вопросы и проблемы образования, воспитания, профессиональной адаптации и здоровья студентов»<sup>1</sup>. В передаче «Университет» пропагандируются новые образовательные технологии, знания, здоровый образ жизни, моральные и нравственные ценности, бережное отношение к русскому языку, уважение к культурным традициям и пр.

Далее необходимо отметить, что творческие объединения Ставропольской краевой студии телевидения подготавливают к эфиру не только информационные, информационно-аналитические и другие «сиюминутные» программы, но и на неизменно высоком художественном уровне создают видовые, документальные, научно-популярные фильмы, телеспектакли (например, литературно-драматический спектакль «Любви высокие победы»), авторские передачи и т.п. Например, «Человеческий фактор» Ш. Мухорамовой – это социальная программа о проблемах здравоохранения, психологического комфорта человека, нравственных и духовных началах жизни. Данная передача идет в прямом эфире, в студию приглашаются гости, которые вместе с ведущей говорят о социальных проблемах, льготах, медицине, образовании, детях-инвалидах, патриотическом воспитании молодежи и пр. К разговору могут присоединиться телезрители (по телефону) и выразить свое мнение по той или иной проблеме, а также задать интересующие их вопросы специалистам, находящимся в студии.

Далее следует отметить программу С. Набиевой «Деревенский пейзаж», которая представляет собой цикловую передачу, рассказывающую (в жанре телевизионного журнала) о жизни села. Материалы в программе

---

<sup>1</sup> Терещенко Ю.С. Появление и трансформация студенческой телепрограммы СГУ // Ставропольская журналистика: история и современность: Материалы конференции. – Ставрополь, 2004. – С. 34.

распределяются по рубрикам, например, «Пересуды» (здесь дается точка зрения крестьян на все, что происходит в социокультурной, экономической и политической жизни края, страны, их прогнозы и предложения по конкретным позициям), «О хлебе насущном» (рассказывается о жизни земледельцев, животноводов, других работников села). На основе анализа названной программы, мы можем заключить, что главная задача автора, в данном случае, отразить все аспекты жизни в селе, рассказать о том, как живут простые крестьяне, какие проблемы их волнуют. Подбор тем обусловлен интересами людей, живущих и работающих на земле. Программа сочетает в себе оригинальный рассказ о, казалось бы, обычной жизни селян и проблемную аналитику. Главными экспертами в передаче выступают рядовые труженики, простые крестьяне. В программе также дается попытка вернуть людям знания о православных традициях россиян. Судя по письмам, приходящим в редакцию программы «Деревенский пейзаж», последняя имеет высокий рейтинг не только среди жителей села, но и среди горожан, многие из которых также являются выходцами из сел. Программа «Деревенский пейзаж» на Всероссийских профессиональных конкурсах в Белгороде и Старом Осколе два раза была признана лучшей в России проблемно-аналитической программой, рассказывающей о жизни села. На Белгородском фестивале телепрограмм «Российское село: преобразования, проблемы, перспективы» заняла первое место в номинации «Лучшая проблемно-аналитическая программа».

Отличительной чертой краевого телевидения можно назвать наличие в его сетке вещания детской программы «Нежный возраст». Данная передача адресована зрителям дошкольного, младшего школьного, подросткового и юношеского возраста. Здесь телезрителям предлагают материалы, созданные в увлекательной форме и направленные на всестороннее воспитание и образование, социализацию подрастающего поколения. Также в программе проводят различные конкурсы, адаптированные к возрасту зрителей, встречи детей с интересными людьми, инсценировки сказок, показывают мультипликационные фильмы и т.д.

Интересным проектом краевой студии телевидения является авторская программа А. Сляднева «О, времена! О, музы...». Эта передача нацелена на освещение мировой культуры вообще и музыкальной культуры в частности. Автор программы рассказывает о деятельности различных художников, композиторов, фотографов, о некоммерческой культуре. Из данной программы телезрители могут узнать много интересных фактов о малоизвестных направлениях искусства, о джазовой музыке и пр.

В преддверии 60-летия Победы в Великой отечественной войне, журналистами Ставропольской краевой студии телевидения подготовлено много передач, посвященных данному событию, например, «Любимые песни участников Великой отечественной войны», «Между боями», многосерийный документальный фильм «Война священная» и др.

На основе анализа передач Ставропольской краевой студии телевидения, было выявлено, что, несмотря на характерную для сегодняшнего телевидения ситуацию, а именно: слабую представленность проблем, касающихся мировой и даже отечественной культуры, смещение акцентов в сторону развлекательности и зрелищности в ущерб культурно-просветительским и познавательным возможностям телевизионного вещания, на Ставропольском телевидении существуют культурно-просветительские и художественные программы, глубоко и интересно освещающие культурную жизнь своего региона, страны и мира.

Многие работы ставропольских тележурналистов удостоены призов престижных международных, российских и региональных творческих конкурсов, транслировались в эфир по федеральным телеканалам. Десятки творческих работников компании награждены орденами и медалями, почетными знаками, удостоены званий «Заслуженный работник культуры Российской Федерации», «Заслуженный работник Ставропольской государственной телерадиокомпании» и др. Со Ставропольской студии телевидения начали свой журналистский путь специальный корреспондент

канала «Россия» Илья Канавин, корреспондент Первого канала Роман Перевезенцев, оператор НТВ – Максим Ушанов и др.

Наличие собственного краевого телевизионного канала с общим объемом вещания приблизительно 16 часов в сутки позволяет оперативно информировать зрителей о важных и интересных событиях, вести прямые репортажи, организовывать телемосты, проводить крупные акции и т.п. Благодаря общедоступной тематике, программы краевого телевидения могут собирать довольно широкую аудиторию. Такие передачи, как «Человеческий фактор», «О, времена! О, музы...», «Время местное» оказывают положительное влияние на культурную жизнь города, например, посещаемость различных выставок, концертов и спектаклей возрастала, если о них шла речь в передаче, усиливают интерес к местным талантам, деятелям культуры и искусства и т.д.

Анализ передач Ставропольской краевой студии телевидения позволяет заключить, что последние, по сравнению с московскими программами, выигрывают большей теплотой, близостью к своим зрителям, наличием «положительных» сюжетов. Общероссийские новости вынуждены больше времени уделять «отклоняющимся» от нормы событиям (взрывы, похищения, убийства, забастовки, голодовки и пр.), ставропольские же новости находят место для репортажей с фестивалей национальных культур, с юбилей достойного человека и т.д. В местных новостях нет катастрофизма, более пропорционально представлены позитивные и негативные материалы.

На краевом телевизионном канале получает развитие краеведческое направление: создаются передачи о жизни россиян, традициях, нравах, истории городов и усадеб. Здесь рассматриваются общие проблемы в местном преломлении, обсуждаются вполне конкретные проблемы: где построить зоопарк или пустить новую линию троллейбуса, как благоустроить улицу или улучшить работу милиции и т. п. Традиционны телевизионные отчеты местных властей перед избирателями с «обратной связью» в виде телефонных звонков в студию. Ставропольский край, как и любой другой регион, обладает специфическими особенностями, многие из которых обусловлены

многонациональным и многоконфессиональным колоритом региона. Это является фактором создания на ставропольском телевидении программ, знакомящих зрителей с традициями, нравами, обычаями, повседневной жизнью населения разных уголков края. Следствием таких передач является более точное воздействие регионального телевидения на аудиторию, формирование толерантного сознания в современном обществе.

Проанализировав программы Ставропольской краевой студии телевидения, мы можем сделать следующий вывод: именно региональное телевидение может наиболее полно удовлетворить конкретные жизненные интересы человека, связанные с реальной средой его существования и образом жизни. Используя факты и явления из жизни своей страны, региональное телевидение делает информацию более убедительной, доходчивой, чем вещание из центра. Местное телевидение более точно и полно учитывает особенности конкретной политической, демографической, конфессиональной и иной ситуации в крае, соотношение городского и сельского населения, распространение различных религиозных верований, образование молодежи и т. п.

Таким образом, мы можем заключить, что наибольший интерес для Ставропольского телевидения как регионального средства массовой информации представляют проблемы местного значения, большая часть из которых вообще не присутствует в рейтинге тем центральных телеканалов. В программах прежде всего затрагиваются темы, касающиеся вопросов, связанных с жизнью в Ставропольском крае, с его конкретными проблемами и действиями местных властей по их разрешению. Ведущие позиции в новостном рейтинге Ставропольской краевой студии телевидения занимают такие важные для зрителей темы, как обеспечение безопасности в крае, аграрные вопросы, патриотическое воспитание молодежи, освещение культурной жизни края и др. В своих телепередачах компания широко и объективно освещает жизнь Ставрополя, соседних регионов, всего Северного Кавказа, России. Особое внимание уделяется информационным и аналитическим программам,

передачам на темы сохранения и укрепления мира и согласия на Северном Кавказе, гармонизации межнациональных отношений, возрождения духовности, нравственности. Популярны у телезрителей познавательно-развлекательные, музыкальные, спортивные программы. Конечно, программы местного телевидения не могут конкурировать с центральными в оперативности, широте и масштабности освещения российских и зарубежных событий, но, тем не менее, региональное телевидение незаменимо как источник местной информации, и именно в этом его особое преимущество перед центральным телевидением. Местное телевидение ближе всего стоит к своему зрителю и способно осветить события и проблемы в жизни каждого города и населенного пункта, относящиеся к его аудитории. Как показывает анализ программ краевого телевизионного канала, региональные компании опираются в вещательной политике на приоритеты местных традиций, стремятся учитывать интересы всех слоев населения на своей территории, способствовать утверждению культурных, исторических традиций, пробудить интерес к национальным обычаям, образу жизни предков.

Как видим, региональная журналистика, являясь подсистемой российских средств массовой информации, располагает своей сферой распространения, определенным сочетанием административно-территориального, демографического и национального факторов, возможностью непосредственного включения в социальные процессы, происходящие в данной территориальной общности. В отличие от общенациональной, федеральной или так называемой центральной прессы, региональная журналистика обслуживает информационные потребности той аудитории, которая ограничивается пределами данной части страны (в данном случае Ставропольским краем), а не всей ее территории.

Как утверждали Э. Багиров и И. Кацев, авторы теперь уже классической работы «Телевидение, XX век»: «Как бы подробно и всесторонне ни отражала центральная программа жизнь страны, она никогда не сможет охватить всего, да и не должна, ибо многое представляет интерес лишь для части аудитории.

Поэтому местные программы служат как бы дополнением центральной, раздвигая панораму жизни за счет более подробного отражения событий и проблем данной местности»<sup>1</sup>. Следовательно, мы можем отметить, что какого бы прогресса ни достигла телевизионная коммуникация, каким бы вездесущим и всепроникающим ни стал телесигнал, общество всегда будет нуждаться в информации разных уровней: глобальной, представляющей всеобщий интерес, и локальной, адресованной отдельным группам аудитории. И поскольку одним из основных признаков аудиторной дифференциации является ее территориальная принадлежность, постольку всегда будет существовать потребность не только в центральных, но и в местных телепрограммах.

Анализ, проведенный во второй главе диссертационного исследования, позволяет сделать следующие выводы:

I. Коммуникативно-информационные свойства телевидения определяются тем, что посредством данного средства массовой информации происходит регулярный процесс передачи и обмена сведениями из культурной, социальной, экономической, политической сферы на расстоянии между различными субъектами. Основные эстетические свойства телевидения заключаются в том, что зрелище (движущееся изображение, сопровождаемое звуком) может разворачиваться на экране непосредственно в момент совершения действия, следствием чего является возникновение эффекта сиюминутности, эффекта присутствия у аудитории. Значимыми эстетическими свойствами телевидения являются: документализм, синэстетизация, представленность на телевизионном экране самостоятельных видов искусства (графика, кинематографические, театральные и театрано-кинематографические формы, литература, эстрадные и музыкальные формы) и т.д. Художественное воздействие телевизионных передач может вызвать у зрителя нравственно-эстетическое переживание и философско-

---

<sup>1</sup> Багиров Э., Кацев И. Телевидение, XX век. – М, 1968. – С. 44-45.

мировоззренческие раздумья, которые порождают активность, направленную на жизненные ситуации. Телевидение, сочетая в себе, с одной стороны, коммуникативно-информационные свойства средств массовой информации, а с другой стороны, являясь одной из разновидностей эстетической деятельности, имеет двойственную природу: оно и средство массовой коммуникации, и вид искусства.

II. Телевидение является семиотической системой, поскольку дает полноценное визуально-смысловое отражение действительности объединением в произведении (передаче, фильме) конкретно-наглядного, метафорически-наглядного и смыслово-речевого элементов. Аудиовизуальный язык экрана синтезирует в себе все существующие формы передачи информации, стимулирует развитие синтетического восприятия и мышления, отражающего реальный мир во всем его многообразии. Благодаря наличию изображения, слова и звука в процессе телепередачи актуализируются несколько модусов чувств, что усиливает суггестивность экранного контекста.

III. Современные телекоммуникационные технологии представляет собой один из основных факторов формирования информационной культуры, которая выступает предпосылкой становления информационного общества. В России телевидение – основной источник информации, поскольку в нашей стране еще не в полной мере развиты современные информационно-коммуникационные технологии, например, Интернет, мультимедийные системы, компьютеровидение. Телевидение, являясь самым доступным средством массовой информации практически для всех категорий российских граждан, способствует созданию условий для реализации права каждого человека на получение различного рода информации, что в свою очередь является одной из основополагающих характеристик формирующейся информационной цивилизации.

IV. Проанализировав телевизионные передачи Ставропольской краевой студии телевидения, мы заключаем, что несмотря на характерную для сегодняшнего телевидения слабую представленность проблем, касающихся

мировой и даже отечественной культуры, смещение акцентов в сторону развлекательности и зрелищности в ущерб культурно-просветительским и познавательным возможностям телевизионного вещания, на краевом телевидении существуют культурно-просветительские и художественные программы, глубоко и интересно освещающие культурную жизнь своего региона, страны и мира. Особое внимание уделяется информационным и аналитическим программам, передачам на темы сохранения и укрепления мира и согласия на Северном Кавказе, гармонизации межнациональных отношений, возрождения духовности, нравственности. Региональное телевидение более точно и полно учитывает особенности конкретной политической, демографической, национальной, конфессиональной ситуации в крае, соотношение городского и сельского населения, особенности образования молодежи и т. п.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В заключении работы необходимо отметить, что в данном диссертационном исследовании проведен анализ теоретико-познавательных и методологических способов исследования современной культуры, получивших распространение в философии культуры, философской антропологии, современной журналистике. В процессе анализа, проведенного в ходе диссертационной работы, исследованы культууроформирующие, коммуникативно-информационные и эстетические свойства современного телевидения, включая российское и региональное.

В ходе исследования проанализированы основные теоретические подходы к трактовке понятия «информационное общество», выявлено его культурфилософское содержание и определены основополагающие характеристики. Так, было отмечено, что до настоящего времени, говоря о новом обществе, новых технологиях, ученые во всем мире используют различные дефиниции. Размышляя о новом веке, одни исследователи говорят об «информациональном обществе» (М. Кастельс), другие – о «постиндустриальном обществе» (Д. Белл) и т.д. В современной американской концепции понятие «информационное общество» практически не используется, а применяется в основном термин «информационная супермагистраль», «информационное общество» здесь основывается исключительно на технологиях и экономике. В Европе же понятие «информационное общество» используется в документах Совета Европы и затрагивает более широкие сферы. Однако, как бы ни называли ученые новое общество, все они подчеркивают, что речь идет о новой ступени цивилизационного развития, где информационные технологии изменяют жизнь общества.

Вышесказанное позволяет выявить общие признаки и обозначить основные положения существующих концепций развития глобального информационного общества. Итак, в настоящее время под «информационным обществом» понимается, во-первых, общество нового типа, формирующееся в

результате глобальной социальной революции, основой которой является бурное развитие и конвергенция информационных и коммуникационных технологий; во-вторых, общество, которое, с одной стороны, способствует взаимопроникновению культур, а с другой, открывает каждому сообществу и человеку новые возможности для самоидентификации; в-третьих, общество знания, в котором главным условием благополучия каждого человека и каждого государства становится знание, полученное благодаря беспрепятственному доступу к информации и умению с ней работать. Из всего вышесказанного следует, что научное знание и информация, являясь важнейшим фактором формирования информационного общества, способствуют повышению экономической и статусной ценности образования, созданию высокого уровня благосостояния в обществе, тем самым, позволяя гражданам широко применять информационно-коммуникационные технологии в повседневной жизни.

Анализ различных подходов к раскрытию понятия «информационная культура», позволяет уточнить содержание данного явления. Во-первых, информационная культура не является специализированной формой культуры, а рассматривается как один из аспектов культуры; во-вторых, информационная культура – термин, употребляемый для обозначения достигнутого уровня организации информационных процессов, степени удовлетворения людей в информационном общении, уровне эффективности создания, сбора, хранения, переработки, передачи и использования информации, обеспечивающей целостное видение мира, прогнозирование принимаемых решений; в-третьих, информационная культура способствует совершенствованию культуры личности в целом, что связано с получением человеком соответствующих знаний, умений и навыков при работе с информацией; информационная культура личности рассматривается как инструмент освоения и адаптации к условиям внешней среды и как способ гармонизации внутреннего мира субъекта в ходе освоения всего объема социально-значимой информации; в-четвертых, информационная культура тесно связана с умением человека

целенаправленно работать с информацией, обоснованно использовать технические средства, коммуникативные и информационно-телекоммуникационные технологии для ее получения, хранения, обработки и передачи; при анализе уровня развития информационной культуры человека, в первую очередь исследуются знания, которыми он обладает.

Проведенное исследование позволяет заключить, что сущность информационной культуры как социокультурного конструкта информационного общества заключается в том, что она представляет собой своеобразный аспект социокультурной жизни, включающий в себя понимание современным человеком сущности происходящих информационных преобразований и осознание своего места и своих задач в формирующемся информационно-культурном пространстве. В информационном обществе для наиболее эффективного использования преимуществ новых информационных технологий необходимо обладать соответствующим уровнем знаний о функционировании информации в современном обществе.

Особую значимость для современной философии в целом и философии культуры в частности представляет выявление культуроформирующих свойств телевидения в культуре информационного общества. Проведенное исследование показало, что в системе культуры телевидение выполняет следующие функции: во-первых, информативную, связанную с распространением по телевизионным каналам культурной информации; во-вторых, культурно-просветительскую, заключающуюся в том, что телевидение все в большей степени проявляет себя как новое средство производства оригинальных ценностей культуры; в-третьих, познавательную-рекреативную, состоящую в том, что просмотр телевизионных программ может привести к повышению уровня культуры отдельной личности; в-четвертых, смыслообразующую, основывающуюся на конструктивном принципе, а именно, на том, что образ, возникающий ассоциативно под влиянием изображения, музыки и значения слов в закадровом тексте, потенциально способен порождать новые смыслы в общем телевизионном контексте.

В исследовании отмечается, что телевидение является популярной массовой энциклопедией культурной жизни, необычайно расширяющей интерес к художественно-эстетическим знаниям, но, тем не менее, влияние телевидения на формирование культуры нельзя оценивать однозначно. С одной стороны, телевидение, работая одновременно для многомиллионной аудитории, стремится быть интересным всем, каждому человеку и поэтому нередко ориентируется на трансляцию несложных, легких форм, а в ряде случаев на произведения дурного вкуса, что наносит вред культуре. С другой стороны, большое значение для роста и демократизации культуры имеет то обстоятельство, что жители различных, даже самых отдаленных районов имеют возможность встретиться на экране с политическими деятелями, выдающимися учеными, художниками, побывать на спектаклях прославленных театральных коллективов, во всемирно известных музеях и т.д. Таким образом, мы можем заключить, что телевидение не только формирует культуру, но и приспособляется к запросам общества, эксплицирует те нормы, стереотипы, которые формирует современная культура. Другими словами, телевидение является своеобразным индикатором уровня культуры, доминирующего в том или ином обществе.

Проведенное исследование позволило выявить особенности коммуникативно-информационных и эстетических свойств телевидения в культуре современного информационного общества. Посредством анализа коммуникативно-информационных и эстетических свойств телевидения, были подтверждены существующие тезисы о двойственной природе телевидения: оно и средство массовой коммуникации, и вид искусства. Коммуникативно-информационные свойства телевидения определяются тем, что данное средство массовой информации обеспечивает регулярный процесс передачи и обмена сведениями из социальной, культурной, экономической и политической сферы на расстоянии между различными субъектами. Основные эстетические особенности телевидения заключаются в том, что зрелище (движущееся изображение, сопровождаемое звуком) может разворачиваться на экране

непосредственно в момент совершения действия, следствием чего является возникновение эффекта сиюминутности, эффекта присутствия у аудитории. Художественное воздействие телевизионных передач может вызвать у зрителя нравственно-эстетическое переживание и философско-мировоззренческие раздумья, которые порождают активность, направленную на жизненные ситуации.

В диссертации исследованы особенности формирования информационной культуры и информационного общества в России, обоснована роль телекоммуникационных технологий, в первую очередь телевидения, в данном процессе. Изучение специальной литературы и обобщение накопленного материала позволило сделать вывод о том, что для России возможны два варианта перехода к информационному обществу. Первый представляет собой повторение пути, который пройден или проходит другими странами, в основном, европейскими. Этот вариант требует значительных капиталовложений и существенного изменения российского менталитета. Второй вариант заключается в поиске пути, ориентированного на российский менталитет, социально-культурные особенности и социально-экономическую ситуацию в стране. В диссертации разделяется взгляд на то, что для России наиболее приемлемым является второй путь, ориентированный на российские критерии и характеристики качества жизни, на минимальные возможности капиталовложений со стороны государства.

В работе отмечается, что формирование информационной культуры тесно связано с функционированием средств массовой информации, к которым относятся периодическая печать, радиовещание, телевидение, Интернет. Далее утверждается, что для современной России, где еще не в полной мере развиты информационно-коммуникационные технологии, именно телевидение является главным источником информации. Телевидение является самым доступным средством массовой информации практически для всех категорий российских граждан и именно благодаря телевидению реализуется право каждого человека на получение актуальной информации. Обеспеченность всего населения

доступом к телевидению, которое в исследовании рассматривается как первый этап процесса интернетизации, является одним из основных факторов, влияющих на формирование информационного общества.

В диссертационном исследовании, на примере передач Ставропольской краевой студии телевидения, показаны особенности регионального телевидения в современной культуре. Проведенный анализ позволяет говорить о том, что, несмотря на характерную для сегодняшнего телевидения слабую представленность проблем, касающихся мировой и даже отечественной культуры, смещение акцентов в сторону развлекательности и зрелищности в ущерб культурно-просветительским и познавательным возможностям телевизионного вещания, на краевом телевидении имеют место художественные и культурно-просветительские программы, глубоко и интересно освещающие культурную жизнь своего региона, страны и мира. Особое внимание в программах краевого телевидения уделяется темам сохранения и укрепления мира и согласия на Северном Кавказе, гармонизации межнациональных отношений, возрождения духовности, нравственности. Из вышесказанного мы можем сделать вывод, что региональное телевидение более целенаправленно воздействуют на аудиторию, учитывает особенности конкретной социокультурной, национальной, конфессиональной, политической, демографической ситуации в крае, особенности образования молодежи, способствуют повышению уровня культуры в современном обществе и т. п.

Подводя итог, следует отметить, что проблема исследования телевидения в культуре формирующегося информационного общества до настоящего времени недостаточно разработана и представленные в диссертации положения, касающиеся формирования информационного общества, прежде всего в России; рассмотрения телевидения как способа выражения особенностей культуры информационного общества; выявления культууроформирующих функций телевизионных СМИ; изучения места регионального телевидения в современной культуре не отражают всех

особенностей и закономерностей, так как в рамках одной работы сложно всесторонне проанализировать исследуемое явление.

Таким образом, можно выделить перспективные, по мнению диссертанта, направления для дальнейших исследований в области телевидения и культуры информационного общества, такие как: дальнейшая разработка и выявление культурфилософского потенциала телевизионных средств массовой коммуникации в целом и культууроформирующих функций телевидения в частности; изучение эстетических особенностей телевидения и способов формирования эстетических установок у аудитории посредством телевидения; исследование телевизионных способов выражения особенностей культуры информационного общества; выявление культууроформирующей роли регионального телевидения.

## БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Абдеев Р.Ф. Философия информационной цивилизации. – М., 1994. – 336 с.
2. Адамьянц Т.З. Телекоммуникация в социальном проектировании информационной среды.: Автореф. дис. ... доктора социол. наук. М., 1998. – 40 с.
3. Айгнина Т.Е. Комплексный подход к воспитанию информационной культуры старших школьников. – Бишкек, 1993. – 68 с.
4. Алексеева, И.Ю. Россия информационная на рубеже веков: о книге «Развитие информационного общества в России» // Информационное общество. – 2002. – №2. – С. 66-68.
5. Андреев А.А. Культурология. Личность и культура. – Минск: Дизайн ПРО, 1998. – 389 с.
6. Андреев В.Н. Информация и моделирование в управлении производством. – Л.: ЛФЭИ, 1985. – 84 с.
7. Андреев С.С. Информационная культура: уровень содержательности духовных ценностей // Социально-политический журнал. – 1998. – № 3. – С. 58-71.
8. Андреева И.А. Плюсы и минусы трансформации информационной среды для развития российского общества // Информационные ресурсы России. – 2003. – № 1. – С. 7-14.
9. Андроникова М.И. Слово или изображение // Вестник Московского университета. – Серия 11. Журналистика. – 1969. – № 3 – С. 62-70.
10. Анисимов С.Ф. Духовные ценности: производство и потребление. – М.: Мысль, 1988. – 253 с.
11. Анисимов С.Ф. Проблемы информатизации в субъектах Российской Федерации // Проблемы информатизации. – 1999.–№ 4. – С. 20-26.

12. Антонова С.Г. Информационная культура личности: вопросы формирования // Высшее образование в России. – 1994. – № 11. – С. 82-88.
13. Антонова С.Г. Информационное мировоззрение // Проблемы информационной культуры. – М., 1996. – Вып. 3. – С. 25-32.
14. Арнхейм Р. Искусство и визуальное восприятие. – М.: Прогресс, 1974. – 392 с.
15. Атаян А.М. Информационная культура личности в условиях информатизации общества. – Бюллетень Владикавказского института управления. – Вып. № 1(7). – 2001. Режим доступа: [<http://www.viu-online.ru/science/publ/bulletin7/page9.html> 3.02.2005].
16. Багиров Э., Кацев И. Телевидение, XX век.–М, 1968. – 148 с.
17. Багиров, Э.Г. Место телевидения в средствах массовой информации и пропаганды. – М.: Изд-во МГУ, 1987. – 224 с.
18. Багиров, Э.Г. Очерки теории телевидения. – М.: Искусство, 1978. – 152 с.
19. Барт Р. Избранные работы: Семиотика. Поэтика. – М.: Издательская группа «Прогресс», «Универс», 1994. – 616 с.
20. Бауэр А., Эйнгорн В. Философия и прогностика. – М., 1971. – 167 с.
21. Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество. – М.: АCADEMIA, 1999. – 452 с.
22. Беньямин В. Производство искусства в эпоху его технической воспроизводимости. – М., 1996. – 258 с.
23. Берг А.И. Кибернетика и общественные науки. – М., 1964. – 267 с.
24. Березин В.П. Сущность и реальность массовой коммуникации. – М., 2002. – 207 с.
25. Беспалько В.П., Татур Ю.Г. Системно-методическое обеспечение учебно-воспитательного процесса подготовки специалистов. – М.: Высшая школа, 1989. – 168 с.
26. Беспалько В.П. Образование и обучение с участием компьютеров (педагогика 3-го тысячелетия). – М.: МПСИ, 2002. – 352 с.

27. Бир Ст. Кибернетика и управление производством / Пер. с англ. В.Я. Алтаева. Под ред. А.Б. Челюсткина. – М.: Физматгиз, 1963. – 275 с.
28. Блюменау Д.И. Информация и информационный сервис / АН СССР. – Л.: Наука. Ленинградское отд-ие, 1989. – 188 с.
29. Большой экономический словарь / М.Ю. Агафонова, А.Н. Азрилиян, С.И. Дегтярев и др.; Общ. ред. А.Н. Азрилияна – М.: Фонд правовой культуры, 1994. – 525 с.
30. Большой энциклопедический словарь: В 2-х т. / Гл. ред. А.М. Прохоров. – Сов. энциклопедия, 1991. – Т.2. – 768 с.
31. Бондаренко В.М. Информационное общество для всех – информационное общество для каждого человека в отдельности // Информационное общество. – 2001.–№ 1. С. 34 – 36.
32. Борев Ю.Б. Эстетика. – 4-е изд., доп. – М.: Политиздат, 1988. – 496 с.
33. Борецкий Р.А. В бермудском треугольнике ТВ. – М.: Икар, 1999. – 202 с.
34. Борецкий Р.А. Осторожно, телевидение! – М.: Икар, 2002. – 260с.
35. Борецкий Р.А. Телевидение в социально-историческом контексте // Вестник МУ. – Серия 10. – Журналистика. – 2003. – № 3. – С. 9-19.
36. Борецкий Р.А. Телевидение на перепутье. – М.: ПИАНО. Институт истории и социальных проблем телевидения, 1998. – 186 с.
37. Брановский Ю.С. Компьютеризация процесса обучения в педагогическом вузе и средней школе. – Ставрополь: СГПИ, 1990. – 128 с.
38. Брановский Ю.С. Университет в формировании информационного пространства // Вестник Ставропольского университета. – 2001. – вып. 27. – С. 117-127.
39. Бузгалин А.В. «Постиндустриальное общество» – тупиковая ветвь социального развития? // Вопросы философии. – 2002. – № 5. – С. 26 – 43.
40. Вартанова Е. Л. Новые проблемы и новые приоритеты цифровой эпохи // Информационное общество. 2001. № 3. – С. 14-28.

41. Вартанова Е.Л. Финская модель на рубеже столетий: информационное общество и СМИ Финляндии в европейской перспективе. – М.: МГУ, 1999. – 164 с.
42. Вачнадзе Г.Н. Всемирное телевидение: Новые средства массовой коммуникации – их аудитория, техника, бизнес, политика. – Тбилиси: Ганатлеба, 1989. – 670 с.
43. Ващекин Н.П. Философские аспекты информатизации общества // Философские науки. – 1998.–№ 7. – С. 13-22.
44. Велихов Е.П. Общество знания // Мир связи и информации CONNECT. – М., 1996. – сентябрь, октябрь.
45. Вершинская О.Н. Позитивный процесс в условиях кризиса // Информационное общество. – 2000. – № 10. – С. 18-29.
46. Вессберг А. Общественное телерадиовещание. Режим доступа: [<http://www.polpred.com/free/unesco/5.htm> 20.09.2005].
47. Вильчек В., Воронцов В. Телевидение и художественная культура. – М, 1977. – 128 с.
48. Вильямс Р. Телевидение: технологии и культура. – Лондон, 1976. – 152 с.
49. Виноградов В.А., Скворцов Л.В. Создание информационной культуры для Европы. Доклад на VI конференции ЕКССИД, 23-25 марта 1991 г. Кантербери, Великобритания // Теория и практика обществ.-научн. информатики. – 1991 – № 2 – с. 5-29.
50. Водопьянова Н.А. Информационная культура как фактор взаимодействия общественного и индивидуального. Дис. ... канд. филос. наук. Ставрополь, 2001. – 143 с.
51. Волкова Е.В. Произведение искусства – предмет эстетического анализа. – М.: Изд-во МУ, 1976. – 288 с.
52. Вороненкова Г.Ф. Путь длиною в пять столетий: от рукописного листка до информационного общества. Национальное своеобразие СМИ Германии (Исторические предпосылки, особенности становления и

- эволюция, типологические характеристики, структура, состояние на рубеже тысячелетий). – М.: Языки русской культуры, 1999. – 640 с.
53. Воронина Т.П. Информационное общество: сущность, черты, проблемы. – М., 1995. – 111 с.
54. Выступления на Всероссийской конференции «Будущее России – создание информационного общества XXI века» // Информационное общество. – 2001.–№ 2. – 26-47.
55. Галеев Б.М. Человек, искусство, техника. (Проблема синестезии в искусстве). – Казань, 1987. – 234 с.
56. Глобальное сообщество: новая система координат (подходы к проблеме). – СПб.: Алетейя, 2000. – 320 с.
57. Горбачевский Б.С. Оружие мысли (Очерки о развитии средств информации). – М.: Советская Россия, 1971. – 192 с.
58. Грабельников А.А. Массовая информация в России: от первой газеты до информационного общества: Монография. – М.: Изд-во РУДН, 2001.– 330 с.
59. Гуревич П.С. Философия культуры: Учебник для высшей школы. – М.: Изд. дом. NOTA BENE, 2001. – 352 с.
60. Делягин М. Информационная революция, глобализация и кризис мировой экономики // Проблемы теории и практики управления. – 2001. – № 1. – С. 47-53.
61. Домбругов Р.М. О видеосвязи. – Киев: Техника, 1990. – 141 с.
62. Дондурей Д.Б. О виртуальной реальности телевидения. Режим доступа: [<http://www.konkurs.palmira.ru/page.php/rus/pressdond/> 7.02.2005].
63. Дракер П. Посткапиталистическое общество. – СПб., 1999. – 306 с.
64. Дугин Е.Я. Местное телевидение: типология, факторы и условия формирования программ. – М., 1982. – 146 с.
65. Егоров В.В. Телевидение и зритель. – М.: Мысль, 1977. – 196 с.
66. Егоров В.В. Телевидение между прошлым и будущим. – М.: Воскресенье, 1999. – 416 с.

67. Егоров В.В. Телевидение: Теория и практика. – М., 1992. – 190 с.
68. Ершова Т.В. Информационное общество и развитие России // Информационное общество. – 2001.–№ 2. – С. 42-44.
69. Ершова Т.В. Экономический рост без перспективы // Независимая газета. – 2002. – 27 сент.
70. Завадский С.А., Новикова Л.И. Искусство и цивилизация: искусство на пути к компьютерной цивилизации. – М., 1986. – 208 с.
71. Законодательство Российской Федерации о средствах массовой информации / Научный комментарий доктора юридических наук М.А. Федотова. – М.: Фирма Гардарика, 1996. – 296 с.
72. Зарубежная и российская журналистика: трансформация картины мира и ее содержания. – Барнаул: Изд-во Алтайского государственного технического университета им. И.И. Ползунова. – 2003. – 466 с.
73. Засурский Я. Н. Средства массовой информации в информационном обществе // Информационное общество. – 1999. – № 6. – С. 5-20.
74. Засурский Я.Н. Информационное общество и СМИ // Вестник РФФИ. – М., 1999, № 3 (17). – С. 11-26.
75. Засурский Я.Н. Информационное общество и средства массовой информации // Информационное общество. – 1999. – № 1. – С. 17-30.
76. Засурский Я.Н. Информационное общество сегодня и завтра // Информационное общество. – 2001. – №3. – С. 57-58.
77. Засурский Я.Н. Информационное общество, Интернет и новые СМИ // Информационное общество. – 2001. – №2. – С. 24-27.
78. Зверева Н.В. Школа регионального тележурналиста: Учебное пособие для студентов вузов. – М.: Аспект-Пресс, 2004 – 320 с.
79. Землянова Л.М. Зарубежная коммуникативистика в преддверии информационного общества: Толковый словарь терминов и концепций. – М.: МГУ, 1999. – 300 с.

80. Землянова Л.М. Медиатизация культуры и компаративизм в современной коммуникативистике // Вестник МУ. – Серия 10. Журналистика. – 2002. – № 5. – С. 83-97.
81. Землянова Л.М. Новые медиа в полемической оценке коммуникативистов накануне Всемирного саммита по информационному обществу // Вестник МУ. – Серия 10. Журналистика. – 2003. – № 5. – С. 44-57.
82. Землянова Л.М. Сетевое общество, информационализм и виртуальная культура // Вестник МУ. – Серия 10. Журналистика. – 1999. – № 2. – С. 58-69.
83. Зиновьева К. Информационная культура личности. – Краснодар, 1997. – 136 с.
84. Ильин Р. Изобразительные ресурсы экрана. – М.: Искусство, 1973. – 316 с.
85. Иноземцев В.Л. Социология Даниела Белла и контуры современной постиндустриальной цивилизации // Вопросы философии. – 2002. – № 5. – С. 3-12.
86. Интернет в России: стратегические данные и социальный состав пользователей/ Департамент правительственной информации Аппарата Правительства РФ. Режим доступа: [<http://www.e-government.ru/pub/stat/985431649.html> 12.09.2004].
87. Информационная культура личности: прошлое, настоящее, будущее: Материалы Международной научной конференции. Краснодар – Новороссийск (11-16 сентября) – 1996. – 186 с.
88. Информационная и психологическая безопасность в СМИ: В 2-х т / Под ред. А. И. Донцова, Я. Н. Засурского, Л. В. Матвеевой, А. И. Подольского. – М.: Аспект Пресс, 2002. – Т.1: Телевизионные и рекламные коммуникации – 335с.
89. Информационные ресурсы России. – М.: Росинформресурс, 1996. – 84 с.
90. Искусство в контексте информационной культуры. – М.: Смысл, 1997. – 98 с.

91. Казачков М. Политическая сила телевидения: реальность мифа? (Обзор семинара) // Полис. – 1994.–№ 6. – С. 155-178.
92. Кара-Мурза С. Манипуляция сознанием. – М.: Алгоритм, 2000. – 832 с.
93. Карпович В. Философия и СМИ: размышления после 19 Всемирного философского конгресса. [М., август 1993] // Диалог. – 1993. – № 10 – 12. – С. 52-54.
94. Карцев П.П. Телевидение в нашей жизни. – М., 1998. – 184 с.
95. Кастельс М. Информационная эпоха. Экономика, общество и культура / Пер. с англ.– М.: ГУ ВШЭ, 2000. – 606 с.
96. Кирия И.В. Французские философы об информационном обществе // Вестник Московского университета. – Серия 10. – Журналистика.–№ 4. – 2002. – июль – август. – С. 87-102.
97. Кисунько В. Телевидение и (или) культура // Искусство кино. – 1998. – № 8. – С. 96-103.
98. Кобина Ю.Е. Антропологизация духовных ценностей в современной культуре. Дис. ... канд. филос. наук. Ставрополь, 2004. – 156 с.
99. Козловски П. Культура постмодерна: Общественно-культурные последствия технического развития / Пер. с нем. – М.: Республика, 1997. – 240 с. – (Философия на пороге нового тысячелетия).
100. Колин К.К. Информационные технологии – катализатор процесса развития современного общества // Информационные технологии. – М., 1995, № 10. – С. 5-14.
101. Колин К.К. Социальная информатика: Учебное пособие для вузов. – М.: Академический проект; М.: Фонд «Мир», 2003. – 432 с.
102. Колин К.К. Фундаментальные основы информатики: Социальная информатика: Учебное пособие для вузов – М.; Екатеринбург: Акад. проект Деловая книга, 2000. – 349 с.
103. Кондрашов В.А., Чичина Е.А. Этика. Эстетика. – Ростов-на-Дону: издательство «Феникс», 1998. – 512 с.

104. Коновалова О.В. Тенденции развития региональной системы коммуникаций (на материалах телевидения Юга России). – Ростов-на-Дону, 2003. – 240 с.
105. Концепция формирования информационного общества в России. Режим доступа: [<http://www.provider.net.ru/law.other.01.php> 10.01.2005].
106. Копылова Р. Д. Тенденции и перспективы развития аутовизуальной коммуникации // Массовая коммуникация в социалистическом обществе: Сб. ст./ АН СССР, Ин-т соц.-экон. проблем и др./ Под ред. А.В. Дмитриева. – Л.: Наука. Ленинградское отд-ие, 1979. – 243 с.
107. Кохановский В.П., Золотухина Е.В., Лешкевич Т.Г., Фатхи Т.Б. Философия для аспирантов: Учебное пособие. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2002. – 448 с.
108. Кривцун О.А. Эстетика: Учебник для вузов. – М.: Аспект Пресс, 1998. – 430 с.
109. Кривошеев М.И. Интерактивное телевидение. – М.: Радио и связь, 2000 – 341.
110. Кристальный Б.В. Законодательное обеспечение формирования информационного общества в России // Информационное общество. – 2000.–№ 1. – С. 25 – 27.
111. Крылова Н.Б. Эстетический потенциал культуры. – М., 1990.
112. Культурология. XX век: Энциклопедия. – М., 2003 – Т. 1., А-Л. – 526 с.
113. Курносков И.Н. Информационное общество: планы и программы зарубежных стран. – М., 1997. – 96 с.
114. Лихоман В.П. Антропологическое измерение информационного общества: Автореф. дис. ... канд. филос. наук. Ставрополь: СевКавГТУ, 2001. – 27 с.
115. Лопатников Л.И. Популярный экономико-математический словарь. – 2-е изд. испр., доп.– М.: Знание. – 1979. – 191 с.
116. Лотман Ю.М. Культура и взрыв. – М., 1992. – 456 с.

117. Лотман Ю.М. Семиотика кино и проблемы киноэстетики. – Таллин: ЭЭСТИ РААМАТ, 1973. – 534 с.
118. Маевский Е. Интерактивное кино?: Опыт эстетической прогностики // Иностранная литература. – 1995. – № 4. – С. 230 – 239.
119. Макаров М.М. Массовая коммуникация в современном мире. – М., 2000. – 132 с.
120. Макарова Н.В. Информатика: Учебник. – 3-е изд., перераб. – М.: Финансы и статистика, 1999. – 768 с.
121. Макклюэн М. Телевидение. Робкий гигант // ТВ вчера, сегодня, завтра. М., 1987. – С. 7-18.
122. Маркузе Г. Одномерный человек, исследование идеологии развитого индустриального общества. – М.: REFL – BOOK, 1994. – 368 с.
123. Массовые виды искусства и современная художественная культура / Богомолов Ю.А., Бореев В.Ю., Вартанов А.С. и др. Отв. ред. А. С. Вартанов / ВНИИ искусствознания – М.: Искусство, 1986. – 271 с.
124. Мезенцев Д.Ф. Информационная политика Российской Федерации в условиях формирования информационного общества // Информационное общество. – 2002. – №5 – 6. – С. 17-20.
125. Мелюхин И.С. Информационное общество: истоки, проблемы, тенденции развития. – М.: Изд-во МГУ, 1999. – 208 с. – (21 век: информация и общество).
126. Мелюхин И.С. Концепция «Информационного общества» и кризис // Информационное общество, 1998. – вып. 6. – С. 20-22.
127. Методические проблемы изучения телевидения и радиовещания. – М., 1981. – 291с.
128. Мигунов А. Понятие эстетического в современной науке об искусстве // Искусство. – 1990. – № 4. – С. 32-35.
129. Минкина В. Информационная культура и способность к рефлексии // Высшее образование в России.–1995.–№ 4. – С. 14-26.

130. Михалкович В.И. Изобразительный язык средств массовой коммуникации / Отв. Ред. А.С. Варганов, АН СССР; ВНИИ искусствознания Мин-ва культуры СССР. – М.: Наука, 1986. – 222 с.
131. Михалкович В.И. О сущности телевидения. – М., 1999. – 64 с.
132. Моисеев Н.Н. Информационное общество как этап новейшей истории // Свободная мысль. – 1996. – № 1. – С. 76-82.
133. Моль А. Социодинамика культуры / Пер. с фр., вступ. ст., ред. и примеч. Б.В. Бирюкова. – М.: Прогресс, 1973. – 406 с.
134. Муратов С.А. Телевидение в поисках телевидения. – М.: Изд-во МГУ. 2001. – 176с.
135. Муратов С.А. Телевизионное общение в кадре и за кадром. – М.: Аспект Пресс, 2003. – 159 с.
136. Назаров М.М. Средства массовой коммуникации и российское общество на пороге XXI века // Социально-гуманитарное знание. – 1999. – № 5. – С. 11-22.
137. Национальные модели информационного общества / Отв. ред. и сост. Е.Л. Варганова, науч. ред. Н.В. Ткачева. – М.: ИКАР, 2004. – 412 с.
138. Нечипоренко В.П. Информационная инфраструктура научно-технического развития России: проблемы и решения // Информационное общество. – 2000.–№ 1. – С. 18-22.
139. Новаковский С.В., Котельников А.В. Новые системы телевидения: цифровые методы обработки видеосигналов. – М.: Радио и связь, 1992. – 88 с.
140. Новая постиндустриальная волна на Западе: Антология / Под ред. В.Л. Иноземцева. – М.: Academia, 1999. – 640 с.
141. Новая технократическая волна на Западе / Под ред. П.С.Гуревича. – М.: Прогресс, 1986. – 452 с.
142. Новая философская энциклопедия в 4-х т. / Ин-т философии РАН, Национальный общенаучный фонд; Научно-ред. совет: предс. В.С.

- Степин, зам. предс. А.А. Гусейнов, Г.Ю. Семигин, уч. секр. А.П. Огурцов. – М.: Мысль, 2001. – Т.2. – 634 [2] с.
143. Новейший философский словарь: 2-е изд., перераб. и доп. – Минск: Интерпрессервис; Книжный Дом. – 2001. – 1280с. – (Мир энциклопедий).
144. Новикова О.С. Коммуникативные процессы как функциональная и символическая культурная среда // Сопоставительное изучение языков и культур: лингводидактические аспекты межкультурной коммуникации: Материалы 45 научно-методической конференции «Университетская наука - региону». – Ставрополь, 2001. – С. 110-114.
145. Овсепян Р.П. История новейшей отечественной журналистики (февр. 1917 – 90-е гг): Уч. пос. / Под ред. Я.Н. Засурского. – 2-е изд. доп. – М.: МГУ, 1999. – 302 с.
146. Оганов А.А. Эстетическое в системе духовных ценностей // Вестник МУ. – Серия 7. Философия. – 2002. – № 6. – С. 23-34.
147. От книги до Интернета. Журналистика и литература на рубеже нового тысячелетия / Отв. ред. Я.Н. Засурский, Е.Л. Вартанова. – М., 2000. – 300 с.
148. Панкратов, В.А. История зарубежной журналистики (Курс лекций). – Ставрополь, 2003. – 512 с.
149. Парадигмы XXI века: Информационное общество. Информационное мировоззрение. Информационная культура. Материалы международной научной конференции. – Краснодар 16 – 18 сентября 2002. – Краснодар, 2002. – 478 с.
150. Перевалов В.В. Культуроформирующие функции: состав, структура и место в системе функций журналистики // Вестник МУ. – Серия 10. Журналистика. – 1999. – № 5. – С. 3-21.
151. Петровская Е. От абстрактного к запретному: Тернистый путь киносемiotics в России: [По материалам книги Ю.М. Лотмана «Семиотика кино и проблемы киноэстетики» и В.В. Иванова «Эстетика

- Эйзенштейна»] // Независимая газета. – 1999. – 17 июня. – С. 11. – (Ex libris «НГ», № 23).
152. Почепцов Г. Г. Коммуникативные технологии XX века. – Москва – Киев: Рефлбук, 2000. – 128 с.
153. Прайс М. Телевидение, телекоммуникации и переходный период: право, общество и национальная идентичность. – М., 2000. – 121 с.
154. Проблемы информационной культуры: Сб. статей. – Вып. 3: Информационное мировоззрение и информационная культура / Науч. ред. Ю.С. Зубов, В.А. Фокеев. – М.: Московский государственный университет культуры, 1996. – 199 с.
155. Проблемы информационной культуры: Сб. статей / Под ред. Ю.С. Зубова, И.М. Андреевой. – М.: Московский государственный университет культуры, 1994. – 218 с.
156. Прохоров Е.П. Введение в теорию журналистики: Учеб. Пособие. – М.: Изд-во МГУ, 1995. – 294 с.
157. Развитие информационного общества в России: Сб. ст., док. и материалов: В 2-х т. / Под ред. Н.В. Борисова, Ю.Е. Хохлова. – СПб.: Изд-во Санкт-Петербургского университета, 2001. – Т.1, 240 с.; Т.2 – 228 с.
158. Разлогов К.Э. Экран как мясорубка культурного дискурса // Вопросы философии. – 2002. – № 8. – С. 23-41.
159. Ракитов А.И. Философия компьютерной революции. – М.: Политиздат, 1991. – 286 с.
160. Рейман Л.Д. Информационное общество и роль телекоммуникаций в его становлении // Вопросы философии. – 2001. – № 3. – С. 3-10.
161. Ромм М.И. Беседы о кинорежиссуре. – М.: Бюро пропаганды советского киноискусства, 1975. – 366 с.
162. Рудь И.Д., Цуккерман И.И. Художественное изображение в телевидении. – М., 1987 – 127 с.

163. Саппак В.С. Телевидение и мы: Четыре беседы / Предисловие Л.П. Кравченко; Послесловие Н.М. Зоркой. – 3-е издание. – М.: Искусство, 1988. – 167 с.
164. Сапунов Б.М. Телевидение и культура. – М.: Знание, 1988. – 48 с.
165. Светлана С.В. Телевизионная речь: Функции и структура. – М.: Изд-во МУ, 1976. – 218 с.
166. Семенов И. Интернет и российское общество. – М.: Gendalf, 2002. – 214 с.
167. Семиотика и искусствоведение. Современные зарубежные исследования: Сб. переводов. – М.: Мир, 1972. – 224 с.
168. Семиотика / Сост., вступительная статья, общая редакция Ю.С. Степанова. – М.: Радуга, 1983. – 560 с.
169. Система средств массовой информации России: Учебное пособие для вузов / Я. Н. Засурский, М. И. Алексеева, Л. Д. Болотова и др.; Под ред. Я. Н. Засурского. – М.: Аспект Пресс, 2003. – 259 с.
170. Скиден У. Глобальный вызов Бангеманна: о международной программе Европейской комиссии по интеграции городов в информационное общество // Информационное общество, 1999. – № 4. – С. 11-12.
171. Смелзер Н. Социология / Перевод с англ. – М.: Феникс, 1994. – 688 с.
172. Смольянинов И.Ф. Природа художественного образа. – М.: Знание, 1982. – 64 с.
173. Смолян Г.Л., Черешкин Д.С., Вершинская О.Н., Костюк В.Н., Герасимов Б.М. Путь России к информационному обществу (экономические и социально-культурные предпосылки) // Межотраслевая информационная служба. – 1997. – вып. 3 (100). – С. 16-30.
174. Современная западная философия. Словарь. – М.: Политиздат, 1991. – 414 с.
175. Современные СМИ: истоки, концепция, поэтика: Тезисы межрегиональной научно-практической конференции. – Воронеж, 1994. – 234 с.

176. Современный Лаокоон. Эстетические проблемы синестезии. – М.: Изд-во МГУ, 1992. – 128 с.
177. Современный человек: цели, ценности, идеалы. – М., 1998. – 96 с.
178. Соколов А.Г. Монтаж. Телевидение, кино, видео. – М.: 625, 2001. – 512 с.
179. Сорок мнений о телевидении: Зарубежные деятели культуры о телевидении / Сост. Н.А. Голядкин. – М., 1978. – 165 с.
180. Сорокина В.Н. Введение в культурологию. Курс лекций / Под ред. Ю.Н. Солонина, Е.Г. Соколова. – СПб., 2003. – 206 с.
181. Спиркин А.Г. Основы философии. – М.: Политиздат, 1988. – 591 с.
182. Средства массовой коммуникации и современная художественная культура: Ч.1: Становление средств массовой коммуникации в художественной культуре первой половины XX века \ ВНИИ искусствознания Министерства культуры СССР; Н.М. Зоркая (отв. редактор). – М.: Искусство, 1983. – 311 с.
183. «Ставрополь-ТР». Эффективность деятельности. Перспективы развития. (Итоги комплексного социологического исследования под руководством Е.А. Корнилова). – Ростов-на-Дону, 1993. – 126 с.
184. Ставропольская журналистика: история и современность: Материалы конференции / Под ред. А.а. Серебрякова, О.И. Лепилкиной, Е.Н. Ежовой. – Ставрополь: ГУП СК, Ставропольская краевая типография, 2004. – 176с.
185. Сухина В.Ф. Человек в мире информатики. М.: Радио и связь, 1992. – 111 с.
186. Тарковский А. О кинообразе // Искусство кино. – 1979. – № 3. – С. 6-12.
187. Телевизионная журналистика: Учебник. 3-е издание, переработанное и дополненное / Редколлегия: Г.В. Кузнецов, В.Л. Цвик, А.Я. Юровский. – М.: Изд-во МГУ, Изд-во «Высшая школа», 2002. – 304 с.
188. Телекоммуникации и информатизация общества. – М.: ИНИОН, 1990. – 159 с.

189. Тоффлер Э. Смещение власти: знание, богатство и принуждение на пороге XXI века. – М.: Изд-во АН СССР, 1991. – 432 с.
190. Тоффлер Э. Третья волна. – М.: ООО «Фирма», Издательство АСТ», 1999. – 784 с.
191. Урсул А.Д. Информатизация общества. – М.:1990. – 284 с.
192. Успенский, Б.А. Семиотика искусства. – М.: Школа. Языки русской культуры, 1995. – 360 с.
193. Утилова Н.И. Монтаж как средство художественной выразительности. – М., 1998. – 236 с.
194. Ученова В.В. Беседы о журналистике. – 2-е изд-е, испр. и доп. – М.: Молодая гвардия, 1985. – 205 с.
195. Ученова В.В. У истоков публицистики. – М., 1989. – 225 с.
196. Уэбстер Ф. Теории информационного общества. – М.: Аспект-Пресс, 2004. – 399 с.
197. Филимонов С.Л. Символ и его роль в коммуникации // Философия и общество. – 2000. – № 4. – С. 154-158.
198. Философия: Учебник / Под. Ред. В.Д. Губина, Т.Ю. Сидориной. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Гардарики, 2003. – 828 с.
199. Философский словарь / Под ред. И.Т. Фролова. – 5-е изд. – М.: Политиздат, 1987. – 590 с.
200. Философский энциклопедический словарь. – М.: ИНФА, 1997. – 576 с.
201. Фирсов Б.М. Пути развития средств массовой коммуникации. – Л., 1977. – 285 с.
202. Хангельдиева И.Г. Синтез искусств как средство выразительности // Философские науки. – 1991. – № 7. – С. 45-55.
203. Хорошильцева Н.А. Гендерная метафора в современной культуре. Дис...канд. филос. наук. Ставрополь, 2003. – 161 с.
204. Хоруженко К.М. Культурология. Энциклопедический словарь. – Ростов – на – Дону: Издательство «Феникс», 1997. – 640 с.

205. Царрек И.Ф. Духовные ценности современной цивилизации // Актуальные проблемы современной цивилизации. – Хабаровск, 1996. – С. 142-155.
206. Цвик В. Л. Телевизионная журналистика: История, теория, практика: Учебное пособие / В. Л. Цвик. – М.: Аспект Пресс, 2004. – 382 с.
207. Цвик В. Телевидение: системные характеристики. – М., 1999. – 286 с.
208. Цвик В.Л. Особенности реформирования отечественной системы телевидения в условиях информационного рынка // Вестник МУ. – Серия 10. Журналистика. – 1998. – № 3. – С. 23-36.
209. Черешкин Д.С. Создание электронной торговли в России // Информационные ресурсы в России – 2003.–№ 4. – С. 19-20.
210. Черешкин Д.С., Смолян Г.Л. Россия начинает движение к информационному обществу // Информационное общество, 2000, №1. – С. 23-25.
211. Черешкин Д.С. О стратегии перехода России к информационному обществу // Проблемы информатизации. – 1999.–№ 3. – С. 3-10.
212. Черешкин Д.С., Смолян Г.Л. Сетевая информационная революция // Информационные ресурсы России. – 1997.– № 4.–С. 15-18.
213. Чернов А.А. Основные историко-теоретические этапы развития концепций глобального информационного общества // Сборник материалов круглого стола и лекций кафедры массовой коммуникации и связей с общественностью Дипломатической академии Министерства иностранных дел Российской Федерации «Информация. Дипломатия. Психология». – М.: Известия, 2002. – 616с.
214. Черняков Б.И. Язык изобразительной публицистики: вербально-визуальные тропы и стилистические фигуры // Изучение истории и практики печати России в условиях демократизации общества: Тезисы научно-практической конференции. – Воронеж, 1992. – С. 146-148.
215. Шапинская Е.Н. Телевидение в контексте современной культуры. Вопросы теории: Философско-эстетический анализ масс-медиа // Философские науки. – 2000. – № 3. – С. 54-83.

216. Шаповал Ю.Г. Изобразительная журналистика. – Львов: Изд-во при Львовском госуниверситете, 1988. – 228 с.
217. Шаповалов В.А. Социокультурные аспекты информатизации образования. – Ставрополь, 1996. – 117 с.
218. Шеляпин Н.В. Основные тенденции формирования эстетических установок современного телевидения // Сборник научных трудов «Актуальные проблемы теории коммуникации». СПб. – Изд-во СПбГПУ, 2004. – С. 241-252.
219. Шерковин Ю.А. Природа и функции массовых коммуникаций // Вестник МУ. – Серия 11. Журналистика. – 1967. – № 6. – С. 59-70.
220. Шкондин М. В. Система средств массовой информации (Основы организации и характер структурной трансформации в условиях реформирования общества). – М., 2000. – 204 с.
221. Шкондин М. В. Средства массовой информации: системные характеристики. – М., 1995. – 152 с.
222. Эйзенштейн С.М. Избранные произведения. В 6-ти томах. – М.: Искусство, 1964. – Т.3. – 478 с.
223. Эйзенштейн С.М. Монтаж. – М., 2000. – 558 с.
224. Эко У. От Интернета к Гуттенбергу // Новое литературное обозрение. – 1998. – № 32 (4). – С. 5–14.
225. Эстетика: Словарь / Абрамов А.И. и др. Под общей ред. А.А. Беляева. – М.: Политиздат, 1989. – 445 с.
226. Этциони А. Масштабная повестка дня. Перестраивая Америку до XXI века. – М., 1986. – 118 с.
227. Юровский А.Я. Об искусстве телевидения. – М., 1965. – 158 с.
228. Юровский А.Я. Телевидение – поиски и решения. – М.: Искусство, 1983. – 215 с.
229. Юровский А.Я. Человек и море // Телевидение и радиовещание. – 1971. – № 4. – С. 20-26.
230. Юровский А.Я., Борецкий Р.А. Основы телевизионной журналистики. – М.: Изд-во МГУ, 1966. – 314 с.

231. Яковлев Е.Г. Эстетика: Учебное пособие для вузов. – М.: Гардарика, 1999. – 463 с.
232. Adorno T., Horkheimer M. The Culture Industry: Enlightenment as Mass Deception / Dialectic of Enlightenment. Режим доступа: [<http://www.marxists.org/reference/subject/philosophy/works/ge/adorno.htm> 15.10.2005].
233. Castells M. The Information Age: Economy, Society and Culture: The Rise of the Network Society. Malden (Ma.) – Oxford: Blackwell Publ., 1996. – 598 p.
234. Fiske J. Television culture. – London and New York, 1991. – 427 p.
235. Information Society: Challenges for Europe. Strasbourg: Council of Europe. 1997. – 167 p.
236. Rantanen T. The Global and the National Media and Communications in Post-Communist Russia. – Lanham: Rowman & Littlefield, 2002. – 258 p.
237. Wellington J. Education for Employment. The Place in Information Technology. – London, 1989. – 298 p.