

УДК 241.12

Кречко Н.,*студентка спеціальності «документознавство та інформаційна діяльність»,
Національний університет «Острозька академія»*

ВЛИВ ТЕЛЕБАЧЕННЯ НА ДУХОВНІСТЬ МОЛОДІ

У статті окреслено систему творення духовної структури молодих людей; виокремлено у ній телебачення – важливий суспільний інститут інформування, розважання і виховання молоді. На основі функціонування телеканалів України проаналізовано вплив телебачення на розвиток духовності молоді; висвітлено тематику телевізійних передач, які впливають на національно-духовне становлення особистості молодої людини.

Ключові слова: *духовність, духовні цінності, молодь, виховання, телебачення, моральність, релігійність, професіоналізм, національна свідомість, патріотизм, психолого-педагогічні методи впливу.*

Очерчено систему создания духовной структуры молодых людей; выделено в ней телевидение – важный общественный институт информирования, развлечения и воспитания молодежи. На основе функционирования телеканалов Украины проанализировано влияние телевидения на развитие духовности молодежи; освещено тематику телевизионных передач, которые влияют на национально-духовное становление личности молодого человека.

Ключевые слова: *духовность, духовные ценности, молодежь, воспитание, телевидение, нравственность, религиозность, профессионализм, национальное сознание, патриотизм, психолого-педагогические методы воздействия.*

The system of forming spiritual structure of young people is outlined; TV is singled out in it as an important social institute of informing, entertaining and upbringing youth. On the basis of Ukrainian TV-channels functioning the impact of TV on the development of youth spirituality is analyzed; topic range of TV programmes which influence national and spiritual formation of a young personality is illuminated.

Keywords: *spirituality, spiritual values, youth, education, television, moral, religious, professional, national consciousness, patriotism, psychological and pedagogical methods of influence.*

Духовне виховання – це процес формування гармонії душі зі світом, утвердження духовних цінностей істини, добра, краси, національної гідності, віри, надії, любові під впливом зовнішніх чинників, до яких належить і телебачення. Складний психолого-педагогічний,

політико-ідеологічний процес духовного виховання вимагає врахування: а) нових наукових досліджень про людину; б) бурхливого розвитку електронних засобів масової інформації. Ці чинники трансформують традиційну систему духовного виховання молоді. Нині соціальна роль людини, її громадянська позиція визначається не стільки сумою знань, освіченістю, скільки високою духовністю, що є головним мотиваційним підґрунтям суспільної діяльності, від якої залежить її особиста доля, доля сім'ї, доля Вітчизни [2, 126].

Доцільним буде виокремлення трьох структурних чинників духовності, які потрібно враховувати телевізійним працівникам під час підготовки передач: 1) духовність як соціальне явище включає в себе духовну свідомість, духовну діяльність і духовні відносини; 2) духовність має специфічні засоби, за допомогою яких вона регулює інтереси, а отже, поведінку людини; 3) духовність регулює інтереси людей в усіх без винятку сферах життєдіяльності людини [1, 144].

Щодо тематики програм, то молодих людей передусім цікавить: пошук роботи; здобуття освіти; квартирне питання; рівень заробітної плати та стипендії; здоров'я. Студенти вважають, що культура, освіта, здоров'я, відпочинок добре висвітлюються місцевими ЗМІ. Натомість гендерному й квартирному питанням, екології, рівню зарплати й стипендії, створенню родини та пошуку роботи приділяється недостатньо уваги. На першому місці серед телевізійних передач для молоді – розважальні програми, новини – на другому місці, а наукові й освітні програми посідають третю позицію [3].

Для того щоб побачити якими програмами перенасичене сучасне телебачення було проведено дослідження 3-ох каналів: УТ-1, Новий канал та СТБ. Метою дослідження є виявити кількість телепрограм релігійного, національно-патріотичного змісту та програм, в яких порушуються моральні цінності, та кількість годин, яка присвячується цим програмам. З проведеного дослідження видно, що такі канали як Новий та СТБ не характеризуються великою кількістю телепередач релігійного, національно-патріотичного та морального змісту. Релігійні програми тут майже відсутні, є лише невеликий відсоток національно-патріотичних та моральних програм. Щодо каналу УТ-1, то цей канал значно більш наповнений моральністю, національністю, патріотичністю та релігійністю. Він постає на першому місці серед цих каналів. На каналах СТБ та Новому значно більший відсоток розважальних програм, які допомагають людині відійти від буденності, відпочити, а також велике місце займають інформаційні телепередачі. Щодо передач, які виховують людину патріотичну, моральну, духовну,

то відсоток цих програм мінімальний. Це є великим мінусом сучасного телебачення, яке не турбується про духовний розвиток особистості. Саме за допомогою телевізійних програм потрібної тематики можна виховати духовно багату людину, яка турбується про свою Батьківщину і своїх рідних. На каналі УТ-1 поширені програми на таку тематику: релігійна – “Світ православ’я”, “Спадщина А. Шептицького” та інші; національно-патріотична – “Доброго ранку, Україно”, “Вихідні по-українськи”; морального змісту – “Рецепти здоров’я”, “Наркоманія виліковувана”, “Особливий погляд”. На каналах СТБ та новому набагато менша кількість таких програм. Зокрема, якщо говорити про Новий канал, то тут поширена така релігійна програма як “Церква Хреста”, національно-патріотична програма “Невідома Україна”, яскравим прикладом програми, в якій порушені моральні цінності є “Запитай у лікаря”. СТБ характеризується такими програмами: релігійні програми “У пошуках істини” та “Клуб суперкниги” та програма на моральну тематику “Історії неймовірного кохання”. Національно-патріотичні програми на СТБ відсутні. Ці канали мало приділяють уваги даним проблемам. Якщо говорити про кількість годин, які займають програми даної тематики, то матимемо такі дані: Новий канал – 3 год 10 хв; СТБ – 1 год 20 хв; УТ-1 – 5 год 10 хв. Загалом увесь обсяг релігійного телемовлення в безпосередній формі (телепроповідь, трансляція богослужінь, пастирські бесіди, релігійні дискусії, бесіди з церковними діячами, релігійні мультсеріали та ін.) становив 20 годин упродовж місяця. Зрозуміло, що порівняно з музичними програмами, новинами, фільмами й різними шоу це небагато: точніше, близько 1,8% від загального ефірного часу. Але обсяг релігійного, умовно кажучи, мовлення виглядає ширшим за рахунок інформаційних повідомлень про події церковного життя, телетрансляцій зі святкових богослужінь, історико-краєзнавчих та літературно-художніх програм. Головний обсяг релігійного телемовлення припадає на денні години, майже половина – на вихідні дні. Цікаво, що понад 50% такого мовлення припадає на УТ-1. Наприклад, “Всеперемагаючий голос віруючого”, який транслюється 5 разів на тиждень, починається після художнього фільму й закінчується відразу перед “Шкільним екраном”. Розміщення такої програми, за деякими підрахунками, може обійтися десь у 25–30 тисяч доларів США на тиждень. До 1-ої години на тиждень отримують проповідники на СТБ та Новому.

Розподіл ефірного часу за конфесійною ознакою свідчить зовсім не про симпатії населення до певної релігії, а про місіонерську активність тієї чи іншої спільноти в Україні та чи не передовсім про її

фінансові можливості. Отже, 61% усього релігійного телемовлення в Україні припадає на протестантів переважно західного походження; 11,5% – на православні церкви України й Росії, 10% – на релігійні громади етнічних меншин, головним чином мусульман та іудеїв; інші 17,5% – це передачі, позначені загальнохристиянською спрямованістю, хоча автори чи замовники їх і мають конкретне конфесійне обличчя [5, с. 46]. Сьогодні в Україні, на відміну від США і країн Західної Європи, практично відсутні вітчизняні студії, які спеціалізуються на створенні релігійних програм достатнього художнього рівня. Студії такого напрямку, які працюють у Донецьку, Рівному та Харкові (студія “Путь”, телеканал “Симон”), недостатньо технічно обладнані й потребують фінансової допомоги. Їх діяльність обмежується здебільшого перекладами західної продукції українською чи російською мовами. Більшість вітчизняних релігійних програм робляться особами, які часом просто не розуміють специфіки теми. А спрощена, примітивізована релігійність може мати не менш важкі наслідки, як тоталітарна бездуховність.

Характерною рисою журналіста, який порушує релігійні питання, має бути врівноваженість, розсудливість, самокритичність. Глядач повинен відчувати глибинну зацікавленість журналіста тим, про що він розповідає. Тоді телевізійна передача знайде позитивний відгук у серці глядача, журналіст стане провідником правдивого слова, яке не тільки інформує, а й вказує дорогу людям, духовно лікує, допомагає всім, а не лише віруючим. Отже, щоб слово і зображення на телеекрані ввібрало в себе високі християнські, національні й загальнолюдські ідеали, журналістське мислення повинне бути моральним [4, 53].

Важлива роль належить коментарям, виступам, бесідам теологів, зокрема священників чи проповідників. Релігійні програми допомагають людям, зокрема молоді, самостверджуватися на засадах Божих Заповідей, спонукають запитувати себе про своє ставлення до Творця, що є першим кроком до того, щоб відкрити своє серце для дії Святого Духа, підносять свідомість особи до розуміння християнських основ людського буття [8].

Водночас досвід багатьох країн переконує, що тільки самовитворення суверенного морального мислення, органічного відчуття духовної культури сприяє формуванню національної свідомості як чинника самоорганізації особистості. У цьому процесі важлива роль належить телевізійній інформації, яка активно впливає на свідомість і вчинки людей, хоча це відбувається не завжди помітно і безпосередньо [10, 75].

Молодіжна аудиторія негативно реагує на передачі, у яких нав'язливо повчають. Змістове наповнення матеріалу доцільно втілювати в таку форму, яка б спонукала дивитися передачу. Не відмовляючись від традиційних жанрів – телевізійної замітки, телерепортажу, телекоментаря, теленарису тощо, журналісти вдаються до синтетичного жанру, який часто називають телевізійною версією [6, 143]. Документи тут поєднуються з музикою, піснями, віршами. У підсумку перед телеглядачами постає змістовний, емоційний, драматизований твір, насичений соціально важливою інформацією.

Широкий вплив телебачення на людей накладає свій відбиток на формування цінностей суспільства й ціннісних орієнтацій окремої людини. Можна сказати, що телебачення визначає можливі шляхи розвитку культури. Тому вивчення аксіологічної діяльності телебачення стає одним із найважливіших напрямків наукового дослідження засобів масової комунікації [7].

Вплив телебачення на аудиторію двоякий. Можна виокремити як позитивні, так і негативні функції передачі цінностей за допомогою телебачення. До позитивних аксіологічних функцій телебачення відносять функції соціалізації, соціального контролю, психотерапії, рекреації, освітня, культосвітня, інформаційна. Але не варто забувати й про негативний вплив телебачення, що виражається у формування безвільності, пасивності, втраті почуття реальності навколишнього світу, фрагментації сприйняття, ідеологізації. Автор культурологічної теорії масової комунікації М.Маклюєн зазначає: “У телебаченні образи проєктуються на Вас. Ви є проєкцією екрану. Образи обволікаються навколо нас. Ви є крапкою зникнення. Це створює свого роду спрямованість всередину, зворотню перспективу...”

Аналіз інформаційного простору України незаперечно доводить, що мережа засобів масової комунікації є потужна. Але вона здебільшого не українська, а російська. На молоде покоління українців спрямована інформаційна агресія, що нав'язує чужі ідеали та інтереси; аксіологічна агресія пропонує українцям менталітет чужих держав і їхніх народів; агресія культурна нав'язує чужі звичаї, мову, психологію. Слушно підкреслює В. Балашок, що українські за місцем функціонування, але російськомовні за сутністю засоби масової комунікації, привчаючи молодь до споживання російськомовної продукції, прокладають їй шлях із Росії в Україну [9]. При цьому цілі групи населення виключені зі сфери використання української мови й досі залишаються майже повністю включеними до сфери впливу російського інформаційного поля. А воно дуже потужне і виховує своїх споживачів

спрямовувати свої інтереси до Росії і саме з нею пов'язувати свої сподівання на майбутнє.

За результатами проведеного соціологічного дослідження, молодь України пасивно ставиться до розвитку духовності, моральності, національної патріотичності, однак є люди, яким не байдуже їхнє майбутнє. Релігійні програми допомагають людям, зокрема молоді, самостверджуватися на засадах Божих Заповідей, спонукають запитувати себе про своє ставлення до Творця, що є першим кроком до того, щоб відкрити своє серце для дії Святого Духа, підносять свідомість особи до розуміння християнських основ людського буття. Досвід багатьох країн переконує, що тільки самовитворення суверенного морального мислення, органічного відчуття духовної культури сприяє формуванню національної свідомості як чинника самоорганізації особистості. У цьому процесі важлива роль належить телевізійній інформації, яка активно впливає на свідомість і вчинки людей, хоча цей вплив справляє не завжди помітно і безпосередньо. Оцінюючи роль телебачення в процесі національ-патріотичного самоусвідомлення української молоді, ми брали до уваги думку лауреата Національної премії України імені Тараса Шевченка, філософа Сергія Кримського, який підкреслив, що особистість – це не тільки неповторність індивіда, це й індивідуальна неповторність нації. Кожна нація – це теж історична особа. Отже, нація, як і особистість, через телебачення та інші ЗМІ повинна постійно звертатися до своєї самобутності, відновлювати її через окремі особистості. Моральні цінності в телевізійних передачах виявляють можливості телебачення в процесі формування у свідомості молодої людини позитивних моральних якостей, які є основою її духовного зростання. Духовна людина не тільки усвідомлює вирішальне значення моральних цінностей, а й активно утверджує їх у повсякденному житті, у ставленні до інших людей, до себе самої, виявляючи такі моральні риси, як працелюбність, доброту, справедливість, толерантність, щирість, сумління, повагу до іншої людини, почуття власної гідності, відповідальності, принциповості. Ці характеристики моральності особистості виявляються також у її непримиренному ставленні до фальші, цинізму, лицемірства, підлабузництва, лінощів, неробства та пов'язаного з цим паразитичного існування, утриманства. На основі аналізу телепередач з'ясовано, що частина телевізійних працівників не збагнула комунікативної специфіки слова у поєднанні із зображенням, не замислилася над назрілою проблемою духовної безпеки, оскільки морально-духовному життю молодої людини, її еволюційному розвитку і навіть виживанню загрожують

насильство, злочинність, нав'язування негативних еталонів поведінки і стилю життя. Є певний зв'язок між телевізійними передачами, в яких переважає цинізм, фальш, лицемірство, жорстокість, насильство і асоціальними проявами у поведінці молоді, правопорушеннями, злочинами, що є невід'ємною частиною загальної криміногенної ситуації в країні й збігаються з її тенденціями та напрямками розвитку. Рівень моралі, культурні запити і потреби сучасної молоді є однією з найвагоміших соціокультурних характеристик українського суспільства, а специфіка соціалізації молодих людей визначатиме майбутнє України. Тому діяльність телебачення, що формує інтереси та потреби тієї чи іншої людини й українського суспільства загалом, повинна бути спрямована, зокрема, на формування високих моральних якостей, національної свідомості, громадянської гідності.

Висновки. Сучасне суспільство не можливо уявити без телебачення, людина залежна від нього як в емоційному, психологічному, так і світоглядному планах. Але якщо доросла сформована особистість здатна сама зробити свідомий вибір, то дитина набагато швидше підпадає під цей неконтрольований, негативний інформаційний вплив. У релігійному контексті телебачення найчастіше є засобом пропаганди чи евангелізації. Телебачення не можна демонізувати, так само, як і сакралізувати. Молоді телеглядачі засвоюють взірці поведінки на телеекрані так само, як вони засвоюють певні моделі поведінки в сім'ї, у школі, у вищому навчальному закладі, у виробничому колективі, на вулиці. Негативне збудження, спричинене телеекраном, може трансформуватися в реальну агресію. Відеопродукція провокаційно агресивного змісту, яка пропагує насильство, жорстокість, порнографію, фактично блокує високе морально-духовне визрівання молоді людини. Чужомовні розважальні, пісенні телепередачі не найкращої якості породжують у частини української молоді псевдоестетичний конформізм, скептичне, а то й зневажливе ставлення до національної музичної культури, нігілізм. Саме телебачення виховує в молоді мораль, духовні, національно-патріотичні цінності. Виховання молоді на основі християнських цінностей тележурналісти здійснюють, створюючи окремі сюжети на церковно-релігійну тематику й спеціальні тематичні програми, використовуючи інформаційні, аналітичні, художньо-публіцистичні жанри. Зокрема дедалі частіше на різних телеканалах використовують для цього документальний фільм та порівняно новий телевізійний жанр – проповідь. Важливу роль відіграють коментарі, виступи, бесіди теологів, священників. Однак багатьом журналістам, які готують релігійні програми, бракує належних знань

із цієї сфери, а також професійних навиків для того, щоб глибоким змістом і оригінальною формою подачі матеріалу зацікавити молодих глядачів. Людина засвоює світоглядні, моральні, духовні орієнтири в молодому віці, тому ситуацію в молодіжному середовищі можна розглядати як умовну модель майбутнього українського суспільства. Висвітлення телебаченням нашої історії, культури, мистецтва, літератури, звичаїв, традицій, звільнення від упередженості, різноманітних табу, популяризація справжніх національних святинь, утвердження у свідомості україноцентризму, максималістської культури державотворення є важливою передумовою національної злагоди, впорядкованості життя.

Література:

1. Багдикян, Б. Монополия средств информации [Текст] / Б. Багдикян. – М.: Академический Проект, 1987. – 234 с.
2. Багиров, Э. Г. Место телевидения в системе средств массовой информации и пропаганды [Текст]: учеб. пособие / Э.Г. Багиров. – М.: изд-во Моск. ун-та, 1976. – 119 с.
3. Біла, І. Про дитяче телебачення, якого немає в Новій Україні [Електронний ресурс] / І. Біла. – Режим доступу: URL // <http://dialogs.org.ua/issue>. – Заголовок з екрана.
4. Кара-Мурза, С. Г. Манипуляция сознанием [Текст] / С.Г. Кара-Мурза. – К.: «Ориани», 2000. – 448 с.
5. Любимый, Я. В. Современное массовое сознание: динамика и тенденции развития [Текст] / Я.В. Любимый – К.: Студцентр, 1993. – 420 с.
6. Моисеев, В. А. Паблик рилейшнз – средство социальной коммуникации (теория и практика) [текст] / В.А.Моисеев. – К.: Академвидав, 2002. – 506 с.
7. Поликарпова, Е. В. Аксиологические функции масс-медиа в современном обществе [Електронний ресурс]. – Режим доступа: URL // http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Gurn/Polikarp/index.php
8. Процак, Х. Засоби психологічного впливу та маніпуляції громадською свідомістю [Електронний ресурс] / Х. Процак. – Режим доступу: URL // <http://www.mediakrytyka.info>. – Заголовок з екрана.
9. Телевизионная манипуляция [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL // <http://www/army/Lv?id=372&s=767>. – Название с экрана.
10. Шиллер, Г. Манипуляторы сознанием [Текст] / Г. Шиллер. – М.: «Мысль», 1980. – 378 с.