

УДК 007 : 304 : 659.3

РОЗВИТОК ДУХОВНИХ ПОТРЕБ ОСОБИСТОСТІ У СУЧАСНОМУ МЕДІАПРОСТОРІ

Анастасія Грішаніна

Санкт-Петербурзький державний університет

Університетська наб., 7-9,

Санкт-Петербург, 199034, Росія

В статті проаналізовано основні тенденції зображення особистості в мас-медіа. Особлива увага приділена визначенню психологічної ролі ЗМІ для розвитку сучасної людини. Автор розповідає про прийняття традицій в російській культурі і про необхідність вивчення особистості в медіа текстах. Розглянуто нові форми подачі матеріалів в інтернет-просторі, визначено їх вплив на свідомість людини. Автор наголошує на важливості висвітлення питань розвитку особистості для читачів сучасних журналів духовно-просвітницького змісту.

Ключові слова: медіапростір, інтернет-простір особистість, духовні потреби особистості, медійність, психологічна роль журналістики, журнальна періодика духовно-морального змісту.

Людей, які б мали «скромні» духовні потреби, сьогодні меншість. Зазвичай, прагнення більшості з людей – задовольнити якомога більше власних потреб. Людська індивідуальність проявляється в тому, що далеко не всі ті які шукають способи задоволення власних потреб мають достатній запас терпіння і витривалості пройти цей нелегкий шлях. Сенси життя, зазвичай, так чи інакше може бути схожим у різних людей. Але, в будь якому випадку, шлях до досягнення сенсу буття кожен повинен пройти самостійно. Звернення до розвитку особистості в журналістиці було і залишається актуальною темою для вивчення і для творчості. За останні роки тему духовних потреб особистості широко обговорюють спеціалісти і журналісти-практики, публіцисти і філософи (Б. Вишеславцев, О. Сокурова, Г Мельник, В. Катасонов та інші). Результати досліджень автора публікації були оприлюднені в наукових збірниках, апробовані на науково-практичних конференціях і семінарах, представлені в кандидатській дисертації на тему психологізму в журналістиці, а також використовують на практичних заняттях з психології журналістики [1,6].

Роль мас-медіа, для розвитку особистості.

*Немає прекраснішого видовища, ніж
боротьба інтелекту з переважаючою над ним реальністю.
А.Камю.*

Термін «особистість» (від лат. persons – тіло людини) має найрізноманітніші значення і функції, які використовують дослідники. В російській мові цей термін з'явився досить пізно: до XVII століття його практично не використовували. Приблизно з середини XVIII століття термін «особистість» набуває стійкішого значення: «людина», «життя людини», «людина загалом».

В психології XX століття один з найвідоміших вчених А. Н. Леонтів в 1974 році записує у своєму щоденнику: «психологія особистості є психологією драматизму. В центрі цієї драми – боротьба особистості проти свого духовного руйнування» [5,11]. Журналіст працює з текстом. Сучасні засоби масової інформації мало, в порівнянні з минулим століттям, використовують можливості слова – сьогодні є безліч інших способів висловитись: телекадр і фотознімок, графіка і колажі, ілюстрації, цифри і таблиці, колір і форма, розмір і об'єм, тональність і навіть інсталяція. Однак, незважаючи на таке різноманіття засобів, значення слова в текстотворенні зростає. На початку XXI століття слово знову опиняється в центрі уваги відомих художників, видатних вчених, філософів, генетиків, журналістів. Особливий інтерес проявляють до онтологічної глибини слова, його змістової енергії, його функціонуванню в природно-космічній, духовній сферах. Словом займаються в ЗМІ психолінгвісти, шоумени, автори текстів і сценаристи... Виникає питання: чому оточуючий нас світ все більше проявляє невідомих текстів і символів, зміст яких потрібно вчитати читати і розуміти? Людина за головною видовою ознакою – істота мовна.

Слово в журналістиці, як і слово загалом, покликане виконувати величну функцію «освоєння, висвітлення, виявлення того, що, передусім, невідоме і темне»[7,80]. В складних життєвих ситуаціях, в яких опиняється читач сучасної періодики, саме добротний матеріал допомагає йому встановити внутрішню цілісність душі. Традиції словоцентризму в російській публіцистиці зберігаються, своєрідно перетікаючи в новий час. Професор СПбДУ В. В. Колесов звертає увагу на те, що «російські мислителі намагаються передавати свої думки здебільшого в образах і символах, аніж в поняттях, оскільки поняття роз'єднують ціле, омертвляють річ»[4,63]. Символом він називає слово. А найважливішою якістю слова на всіх рівнях існування є здатність нести в собі «нагадування і свідчення про цілісність буття». Там де цього немає слово перетворюється на безглуздий текст – варіанти епатажних інтерв'ю, багатьох рекламних повідомлень в ЗМІ.

Людина як особистість стає центральною темою відображення в багатьох ЗМІ, особливо в журналах. Взагалі, звернення до особистості в журналістиці, активно використовують вже давно. Сучасна медіареальність активно вносить зміни в це відображення. В журналістиці важливим є біографічне дослідження особистості: життєвий шлях і творчість, основні етапи розвитку, хронологія подій. Як співучасник історичних подій і член соціуму, особистість характеризується певною глибиною пізнання і переживанням історичного процесу. Отже, особистість не є особистістю без певних переживань.

Питання розвитку особистості в сучасних журналах духовно-просвітницького змісту.

Людей поділяють на дві категорії: праведників, які вважають себе грішниками і грішників, які вважають себе праведниками.

Л. Паскаль.

За останні роки, поряд з уже відомими журналами – «Биография», «Караван историй», «Вокруг света» та інші, з'являється (чи відроджується) особливий тип журнальної періодики, який покликаний розповідати про людину в історичному контексті. Така поява пов'язана з рівнем розвитку сучасного суспільства. До революції 1917 року церква, наприклад, в Росії була частиною держави і її політики управління. Згодом, багато релігійно-духовних інститутів було закрито, а ті які залишилися були формально відділені від держави. Пізніше вони залишаються окремо від апарату управління країною, однак стають міцним підґрунтям держави для виховання, освіти, просвітлення. Таким чином, останнє десятиліття розвитку суспільних відносин послугувало поштовхом для створення нового типу ЗМІ – засобів масової інформації ХХІ століття і відродженню пережитих форматів «старих російських видань». Це, перш за все, громадсько-політичні, освітні журнали виховного, просвітницького, а подекуди місіонерського спрямування. Вони адресовані до широкої аудиторії і публікують матеріали з історії релігії і церкви, роздумують над загальнолюдськими проблемами, пов'язуючи їх з відродженням самопізнання.

Російська культура завжди виділялась з-поміж інших своєю «чуйністю» про яку говорив Ф.М.Достоевський. Релігія знову стала невід'ємною частиною життя. Священники різних конфесій присутні на державних святкуваннях, культурних, політичних заходах і активно беруть участь в обговоренні освітніх програм, суспільних форумах. Релігія стала частиною і сучасної культури. Так само, як частиною загальної культури стала присутність в інформаційному полі керівників традиційних релігій Росії. Справжня влада завжди пов'язана з відповідальністю і з духовним подвигом.

За останнє десятиліття з'являються нові засоби масової інформації, які намагаються привернути увагу своїх читачів до відродження і збереження російської самобутності. Цей новий тип в основному журнальні видання: «Благодатный огонь» - додаток до журналу «Москва», видання з 1998 року;

«Добродетель» - журнал, який висвітлює питання доброчинності, виходить в Білгороді; «Виноград» - освітній журнал; «Православный паломник» - виходить з 1991 року, видавець Московський патріархат; «Фома» - журнал тих, що сумніваються, виходить з 2006 року; «МИГ» - семнадцять» - журнал для старшокласників, виходить в Петербурзі; «Вода живая» - філософський журнал, офіційне видання Санкт-Петербурзької єпархії, заснований в 1875 році, відновлений в 2000-му році; «Отрок. ua» - російськомовний журнал для молоді, виходить в Києві; «Наследник» - журнал для молоді;

Видання подібного типу особливу увагу приділяють слову, його місцю в культурі суспільства і його ролі у визначенні внутрішнього стану людини. На противагу багаточисленним виданням рекламно-розважального характеру, в яких головним психологічним стимулом для розміщення матеріалу є його

сенсаційність, нові журнали відображають класичне протиставлення «технології і мудрості». У них просто і доступно для кожного допитливого читача виступають проти «технізації культури, стихійного процесу пристосування людини до мови машини»[4,11].

Ще одна проблема стає все очевиднішою: взаємодія особистості з новими формами медіасфери, Інтернетом. Медіасфера як нова інформаційна технологія стала причиною багаточисленних змін. Всесвітня павутина для спеціаліста – «це глобальна сукупність віртуальних комунікаційних можливостей і нова інформаційна реальність, що здатна здійснювати суттєвий вплив на механізми управління сприйняттям»[2,117].

Для багатьох засновників і споживачів ЗМІ-продукції сучасний інтернет-простір є середовищем, в якому сучасній людині важко бути особистістю (суб'єктом). Людина підпорядковується всім правилам гри і одночасно бунтує проти них в своїх висловлюваннях. З одного боку людина дотримується символічної логіки і соціального прикладу, з іншого – виказує спротив проти нової соціалізації, що відбувається за допомогою інтернет-приймів.

Мережа несе в собі велике соціально-психологічне навантаження. В чаті визначена певна мова спілкування, в твітері – своя система обміну інформацією; блоги, інтернет-конференції і форуми диктують певні правила поведінки для свого читача. Питання суб'єктності (хто я і що значу в медіа середовищі) стає досить актуальним. Завдання журналіста – не лише інформувати, але й допомогти своєму читачеві зрозуміти і зорієнтувати в незвичному для нього інформаційному просторі. З боку сприйняття медіа тексту мережеві матеріали – замкнута символічна система, незважаючи на її, на перший погляд, доступність і простоту.

Інтернет-контакти часто формалізуються, блоги, попри всю їхню очевидну індивідуальність, роблять спілкування обмеженим: з'являється мінімальна «автономність» суб'єкту і максимальна конкретна готовність включена в готовий медіатекст. Саме така інформація здатна викликати агресію у читачів. Також, виникає ще одна проблема суб'єктності особистості в мережі: психологічний захист від інформації.

Особистість як соціальний феномен є продуктом історичного розвитку суспільства. Журналіст – це носій соціальних властивостей, як і будь-яка людина. Однак, соціальні властивості журналіста яскраво виражені завдяки його матеріалам. В лютому 2010 року Патріарх Московський і Всієї Русі Кирило відвідав Російську освітню академію і на засіданні правління сказав: «освітня програма не повинна готувати кіберістоти... Духовно-моральне повинно врівноважувати все те, що пов'язане з прагматизмом» [6,11]. Ці слова можна віднести і до ЗМІ як співучасника освітнього процесу в країні. Величезний потік інформації, який лине на сучасну людину, можна засвоїти лише в позитивному культурному середовищі.

Список використаної літератури

1. Волковский Н. Л., Гришанина А. Н. Психология журналистики / Учебн. пособие для студ. фак-та журналистики СПбГУ. СПб., 2010.

2. Зудочкина А. А. Блоги как важнейшая медиаформа в составе пользовательских медиа // Вестн. Моск. Ун-та. Сер.10. журналистика. 2010. №3.
3. Катасонов В. Н. Фундаментальные темы русской культуры и православия / Христианство. Культура. Наука. М..2009.
4. Колесов В. В. Философия русского слова. СПб., 2002.
5. Леонтьев А. Н. Проблемы развития психики. М.: Изд-во МГУ, 1981.
6. «Образовательная система не должна готовить киберсуществ»// Православная газета. Екатеринбург, 2010. №9(570).
7. Сокурова О. Б. Слово в мировой и отечественной культуре// Православный летописец Санкт-Петербурга. 2008.№32.

THE DEVELOPMENT OF THE SPIRITUAL NEEDS OF THE PERSON IN MODERN MEDIA

Grishanina Anastasia

*Saint-Petersburg State University
University wh., 7-9, Saint-Peterburg, 199034, Russia*

Soul's needs of person in new modern mediaspace. Question is considered in the article about the use of the tendencies of person's representation in modern massmedia, is revealed Soul's needs reasons of person's representation in modern russian massmedia.

Key words: media environment, personality, display, internet space, spiritual needs

РОЗВИТТЯ ДУХОВНИХ ПОТРЕБ ЛІЧНОСТІ У СОВРЕМЕННОМУ МЕДІАПРОСТРАНСТВІ

Гришанина Анастасія

*Санкт-Петербургський державний університет
Університетська наб., 7-9, Санкт-Петербург, 199034, Росія*

В статті аналізуються тенденції зображення особистості в масмедіа, особливу увагу приділяється психологічній ролі СМІ в розвитку сучасного людини. Автор розповідає про преемственності традицій в російській культурі, про необхідності вивчення особистості в текстах медіа наведених

Ключові слова: медіасередовище, інтернет-простір, особистість, духовні потреби особистості, медійність, психологічна роль журналістики, журнальний періодика духовно-морального змісту.

*Стаття надіслана до редколегії 23.12.11
Прийнята до друку 10.01.12*