Библиографические ссылки

1. Беларускае тэлебачанне і радыё, 1998. – № 16.
2. Беларускае тэлебачанне і радыё, 1998. – № 40.
3. Кулікоўская, Г. Рэзервы ўдасканалення яшчэ не вычарпаны / Г. Кулікоўская // У дапамогу работнікам тэлебачання і радыёвяшчання : інфарм.-метад. матэрыялы / Дзярж. кам. БССР па тэлебачанні і радыёвяшчанні, 1987. – Студзень – люты. – С. 31–37.
4. Фларызяк, А. Як нас глядзяць, як слухаюць… / А. Фларызяк // Беларус. тэлебачанне і радыё, 1991. – № 32. – С. 22.
5. Фларызяк, А. Тэлебачанне ў святле сацыялогіі / А. Фларызяк // Беларус. тэлебачанне і радыё, 1993. – № 13. – С. 1.

Фатима МУМИНОВА

Университет мировой экономики и дипломатии

(г. Ташкент, Узбекистан)

ВЛИЯНИЕ ТЕЛЕ- КИНОПРОДУКЦИИ НА СОЗНАНИЕ МОЛОДЕЖИ

В условиях роста влияния цифровых технологий и распространения через теле- и киноэкраны различных материалов актуализируется проблема медиаграмотности, воспитания у молодежи культуры отбора и восприятия информационной продукции. В данном контексте ведется анализ негативного влияния на сознание и психику учащейся и подрастающей молодежи устрашающих фильмов, сцен насилия и жестокости.

Ключевые слова: медиаобразование; негативная информация; медианасилие; медиапедагогика; культура восприятия информации.

The problem of media literacy, training the culture of selection and perception of information products by the young people is relevant in the context of the growth of digital technology and the distribution of various materials through television and film screens. In this context, the paper analyzes the negative impact of frightening films, scenes of violence and cruelty on the mind and psyche of students and young people.

Key words: media education; negative information; media violence; media education; information perception culture.

Одна из актуальных задач в сфере кино- и телеиндустрии – производство высококачественной информационной продукции, фильмов, программ для детей и юношества, широкого круга молодежи. В Узбекистане, где большую часть населения составляет молодежь, вопрос воспитания у молодых людей информационной культуры, правильного восприятия и отношения к различного рода фильмам, сериалам, демонстрации на экранах сюжетов сенсаци-

онного, приключенческого, фантастического характера, устрашающих сцен насилия, является особенно значимым.

Глобализация актуализировала многие аспекты жизни человека и общества. В информационной сфере ныне доминирует визуальная составляющая, кино- и телепродукция. Дети после школы выходят на улицу и попадают в интернет-кафе, компьютерные игровые залы, киноклубы, кинотеатры. Автору данных строк приходилось наблюдать за работой компьютерного зала в одном из районов Ташкента. В помещении – около 50 компьютеров. Все места были заняты в основном подростками, детьми 14–16 лет. Убить в виртуальном пространстве человека казалось пустяком, достаточно было нажать на клавишу. Такая игра формирует на подсознательном уровне в психике человека обыденность восприятия преступного действия, равнодушие к самой смерти, а значит и некоторое бездушие к жизни, легкомысленное восприятие негативных событий.

Сегодня невозможно запретить детям играть в компьютерные игры, смотреть боевики, триллеры. В этих целях более приемлем метод программирования видеоконтента для детей, юношества: регулирование продаж дисков, ограничение их реализации (скачивания) несовершеннолетними, закодированное видео, функции «родительский контроль». Более приемлемым, на наш взгляд, видится и насыщение телерынка качественной, содержательной продукцией отечественного производства, содержащего национальный компонент культуры, а также активизация деятельности по созданию программ компьютерных игр, направленных на развитие интеллектуальных, образовательно-творческих способностей подростков, школьников.

Научно-педагогической общественностью в этом направлении ведется работа в течение 15–20 лет и накоплен определенный опыт. Эта проблема актуальна для многих стран, еще в конце XX в. шла полемика между продюсерами, кинопроизводителями, мультипликаторами, с одной стороны, и педагогами, психологами, родителями, с другой, по отношению к произведениям телевидения и кино, тиражирующим сцены насилия и жестокости; организовывались международные конференции, семинары, были изданы тематические сборники, книги, монографии, учебные пособия. Воспитатели, педагоги обвиняли кинопродюсеров и телевизионщиков в распространении малосодержательных фильмов, отвлечении их внимания на устрашающие сюжеты, сериалы, наносящие детской психике и здоровью урон.

Сегодня, на наш взгляд, наиболее эффективной формой борьбы с «агрессивным» видеоконтентом является организация просветительской работы по воспитанию культуры телесмотрения, формирование художественного вкуса.

Если в обществе появится интерес к высокосодержательному, качественному информационному контенту, упадет спрос на низкопробную экранную продукцию. Именно в этих целях создаются мониторинговые службы, научно-исследовательские лаборатории, издаются журналы и бюллетени, вводятся в образовательные учреждения курсы, дисциплины «Медиапедагогика», «Медиаобразование» и др. Ассоциацией кинообразования и медиапедагогики России, возглавляемой профессором А. В. Федоровым, был издан ряд фундаментальных работ по формированию информационной культуры восприятия произведений телевидения и кино [3, 4]. В Республике Узбекистан также на гуманитарных факультетах госуниверситетов студенты изучают спецкурс «Информационно-психологическая безопасность в открытых информационных системах». Однако проникновение массовой культуры и процессы глобализации требуют более углубленной и систематической работы в этом направлении, причем активное участие наряду с педагогами, психологами, обществоведами, должны принять и работники СМИ, журналисты, специалисты теле- и кинопроизводства, искусствоведы.

Библиографические ссылки

1. Авдеева, Е. А. Медиавоспитание как ответ на вызовы нашего времени / Е. А. Авдеева // Философия образования. – 2015. – № 2 (59). – С. 85–92.
2. Гендина, Н. И. Информационная подготовка и медиаобразование в России и странах СНГ Проблемы формирования информационной культуры личности и продвижения идей информационной и медиаграмотности. / Н. И. Гендина. – Saarbrucken: Lambert Academic Publishing, 2012. – 186 с.
3. Проблемы медиаобразования (научная школа под руководством А. В. Федорова) : монография / А. В. Федоров [и др.]; Мин-во образования и науки Российской Федерации, Федеральное агентство по образованию, Гос. Образовательное учреждение высш. проф. образования «Таганрогский пед. ин-т». – Таганрог, 2007.
4. Федоров, А. В. Медиаобразование: история и теории / А. В. Федоров. – М., 2015. – 450 с.

Анна НАУМЕНКО

Белорусский государственный университет
(г. Минск, Беларусь)

БРЕНДОВЫЕ АУДИОВИЗУАЛЬНЫЕ МЕДИА БЕЛАРУСИ: ОСОБЕННОСТИ И ЗАДАЧИ

Рассматриваются медийные проекты белорусских корпораций и брендов, технологии создания которых заимствуются сегодня у журналистики. Среди наиболее значительных практик, используемых при создании корпоративных медиа,