

показывают телеканалы Белтелерадиокомпании как обладателя эксклюзивных прав в нашей стране.

Помимо этого с 21 июня по 1 июля сайт медиахолдинга собрал более 800 тысяч онлайн-просмотров трансляций Европейских игр в Минске. При этом отметим, что во время показа состязаний сигнал был защищен от просмотра иностранными интернет-пользователями за пределами Беларуси. 90 тысяч 565 раз пользователи сайта посетили тематический раздел континентального форума, где были собраны новости Игр, специальные проекты, расписание прямых эфиров соревнований, баннер с медальным зачетом белорусской команды.

ПРОБЛЕМА ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ТЕЛЕВЕЩАНИЯ И ДЕТСКОЙ АУДИТОРИИ

О. А. Катренко

*Белорусский государственный университет,
ул. Кальварийская, 9, 220004, г. Минск, Республика Беларусь,
kat.o.a@mail.com*

Проблема влияния телевидения на детскую аудиторию сегодня является одной из самых значимых. Хаотичный поток видеoinформации способен серьезно воздействовать на формирование мировоззрения и ценностей детей.

Ключавыя словы: телевидение; детская аудитория; влияние телевидения.

PROBLEM OF INTERACTION OF TV BROADCASTING AND CHILDREN'S AUDIENCE

A. A. Katrenka

*Belarusian State University,
9, Kalvariyskaya Str., 220004, Minsk, Republic of Belarus
Corresponding author: A. A. Katrenka (kat.o.a@mail.com)*

One of the most significant today is the problem of the impact of television on children's audiences. The erratic flow of video information the formation of the worldview and values of children can seriously affect.

Keywords: television broadcasting; children's audience; the influence of television.

Проблема взаимодействия телевидения и детской аудитории в Беларуси сегодня как никогда актуальна. Ввиду этого возникает ряд вопросов, на которые производители телевизионного контента должны обратить пристальное внимание.

Первый вопрос связан с таким важным аспектом, как *учет телевидением, выступающим в роли продавца специфического аудиовизуального контента, духовных интересов и потребностей узкой аудитории, представленной детьми*. На наш взгляд, телевидение решает различные глобальные задачи, забывая о том, что одними из важнейших функций являются *воспитательная и образовательная*. Эти функции с начала появления телевидения в стране всегда выполняло детское телевидение. Посредством множества интересных, разнообразных по тематике и жанрам телепередач оно транслировало жизненно важные ценности, развивало мировоззрение своей разновозрастной детской аудитории. Ведь «подвергаясь в годы детства непрерывному потоку новой информации, человек приобретает нарастающее стремление к познанию. Поток информации с телеэкрана воздействует на детей и является важнейшим условием полноценного развития, если взрослые передают им свои знания об окружающем мире» [1, с. 139].

Однако информационная политика лишает детей «своей территории» в телепространстве – специфической продукции, которая с учетом возраста обеспечивает удовлетворение информационных интересов и потребностей [2, с. 12].

В связи со сложившейся ситуацией, невозможно сегодня говорить о преемственности и передаче духовных ценностей с помощью отечественного телевидения, когда имеется огромный дефицит телеконтента, особенно, учитывающего возрастные особенности детей. А между тем М. Ф. Неструх, Е. В. Поликарпова, Д. И. Фельдштейн, Г. В. Апостолова, С. Б. Цымбаленко; R. J. Corsini, A. J. Auerbach и другие ученые отмечают, что стиль жизни растущего человека и его мировоззрение постоянно интенсивно меняются из-за увеличения мощнейших циркулирующих информационных потоков. Только вот отследить вектор их направленности, на наш взгляд, оказывается проблематичным. Нельзя точно определить, какого качества и содержания аудиовизуальная информация при неконтролируемом телепросмотре попала в подсознание каждого конкретного ребенка за день, неделю, месяц или год.

Вторым, особо острым, на наш взгляд, является вопрос *игнорирования системой государственного телевидения реально существующей опасности влияния телеконтента* (предназначенного как детям, так и

взрослым) на детскую аудиторию, подтвержденной уже сегодня множественностью исследований. А между тем коммерциализация телевидения (доступность различного качества детских телеканалов), бесконтрольность детского телепросмотра и стихийность в выборе телепродукта могут также спровоцировать изменение мировоззрения, возникновение проблем психического и социального развития маленьких зрителей, нарушив формирование их духовно-нравственных ценностей, затормозив их культурное, эстетическое и нравственное развитие в целом. К примеру, в результате исследования духовного влияния историй в кино и на телевидении G. Rossiter выявил, что коммерческие художественные фильмы и комедии являются исходным материалом, влияющим на детей в процессе формирования их духовности [3]. Изучение М. А. Семенюк зрительских интересов и характера телепросмотра показало, что многие учащиеся младших классов увлекались передачами для взрослых из любопытства и для преодоления дефицита общения с ними. 68 % детей выбирало их случайно [4, с. 9]. Наше психологическое исследование показало, что причинами телепросмотра передач и фильмов для взрослых детьми 6–10 лет являются: *интерес; сильное желание посмотреть ТВ ночью, когда все спят, потому, что днем не дают его смотреть; мало интересных передач для детей; уход от разрушающего психоэмоционального воздействия членов семьи (конфликты, тяжелые выяснения отношений между взрослыми).*

Стоит отметить, что, поддерживая искусственным образом детскую аудиторию в состоянии *духовной нищеты и антиинтеллектуализма*, национальное телевидение формирует будущее общество, которое вряд ли будет обладать достаточной долей критицизма, чтобы адекватно оценивать идущую извне теле-/видеоинформацию.

Так, Л. А. Гужва отмечает, что телевидение нивелирует индивидуальность человека и препятствует становлению его как личности [5, с. 17]. В связи с этим в последние годы ученые указывают на стремительно происходящие под влиянием телевидения: *«антиинтеллектуализацию»* [5]; *«экономическую и идеологическую культуринтервенцию»* [6]; *«декультуризацию»* [7]; *«интенсивную примитивизацию сознания (инфантилизацию)»* [8]; *«деморализацию, десоциализацию и меркантилизацию»* подрастающего поколения [9; 10].

Как отмечает Д. И. Фельдштейн, сегодня ребенок уже с дошкольного возраста находится в огромном развернутом социальном новом пространстве, где на его сознание буквально давит хаотичный поток информации, идущей из телевизора и перекрывающей знания, полу-

чаемые от родителей, воспитателей, учителей. Причем эта информация, не имеющая структурно-содержательной логической связи, подаваемая не системно, а бисерно, представляет качественно *иной тип*, противостоящий стационарному образованию, принципиально меняющий сочетание зрительного и слухового восприятия детей, структуру их мышления, самосознание и миропонимание [8, с. 30].

По мнению Г. В. Апостоловой, эти *информационные потоки сильно превышают возможность ребенка воспринимать телеинформацию и самостоятельно ее обрабатывать*. Он не успевает связывать изображение с текстовым сопровождением, не может проверить соотношение этих мыслей с реальностью, что влияет на тонкие нервные процессы в его мозгу, работающем отрывочно, ассоциативно. В итоге *он формируется как инструмент пассивной мыслительной деятельности, неспособен на активное творческое мышление* [11].

По К. Попперу, «главное препятствие <...> низкий уровень культуры и навыков рационального мышления и анализа средств массовой коммуникации <...>, неумение отличать движение к истине и объективной реальности от движения по замкнутому кругу иллюзий [12, с. 12]. Кроме того, как отмечает С. И. Колбышева, наблюдая *разное* по своим художественно-эстетическим и нравственно-этическим характеристикам анимационное кино, ребенок рано теряет многие «детские» качества (восторженность, трепетность, радость, восхищение), становясь прагматичным, недоверчивым, не по годам взрослым. Это связано с пропагандой западной анимации, мультиперсонажи которой внесли в жизнь белорусских детей новые ценности, постепенно вытеснив героев «своих» мультфильмов [13, с. 2]. Но раннее взросление прерывает процесс готовности человека к полноценному коммуникативному взаимодействию, затрудняя поступательный процесс духовного развития [14, с. 12]. В результате «в Детстве рухнули многие образующие его структуры, изменились отношения между детьми, что проявляется в подростковый период. Отмечается *интенсивная примитивизация сознания детей, рост цинизма, грубости, жестокости, агрессивности*. А за этими внешними проявлениями кроются приобретенные *внутренние глубинные переживания ребенка: неуверенность, одиночество, страх*, и в то же время – *инфантилизм, эгоизм, духовная опустошенность*» [8, с. 30].

На наш взгляд, во избежание трансформации картины мира юных телезрителей нужно создавать детские передачи, которые будут повышать их культуру телепросмотра, ориентировать их на духовные ценности, развивать их творческие способности и будут повышать их критичность восприятия любого телепродукта.

Третий аспект, требующий серьезнейшего отношения, – это *недостаточное внимание руководств отечественных телеканалов (как общенационального, так и региональных) к целенаправленному формированию мировоззренческих установок и ценностных ориентаций юной телеаудитории с помощью оригинального авторского детского телепродукта*. А между тем для ценностного духовно-нравственного развития юных телезрителей очень важно то, какие ценности телевидение презентует как образцы, какие формирует мировоззренческие установки и, соответственно, какие формы поведения людей оно демонстрирует для подражания детям и не противоречат ли они базовым общечеловеческим ценностям.

Тем не менее сегодня мы сталкиваемся с *проблемой обостренного нормативно-ценностного конфликта* как результата ценностных противоречий между телевидением и аудиторией. Ввиду этого очень важными оказываются *два противоречия*, выявленные З. Б. Дзусцевой: 1) между потребностью общества во всесторонне развитой личности и результатами деятельности телевидения и 2) неограниченными возможностями телевидения формировать ценностный духовный мир своего зрителя и навязыванием интолерантности, насилия, изменения ценностных ориентаций [6, с. 5].

Подтверждением этому служат выявленные А. В. Сафарян *расхождения между ценностными приоритетами, выдвигаемыми телевидением, и ожиданиями целевой аудитории*. Телевидение пропагандирует *гедонизм* (гламурная жизнь, мода) и *экстрим* (криминальные события, чрезвычайные происшествия), хотя молодежи интересны культурное наследие (46 %), новые достижения науки и техники (45 %), творчество ученых, деятелей искусства (35,5 %), мода (22,6 %), духовная жизнь (16 %). Но, к сожалению, как отмечает исследователь, *телевизионное воздействие на мировоззренческие установки и стили жизни юных зрителей идет на подсознательном уровне* [7, с. 18, 22].

По А. В. Шарикову и Ю. В. Айгистовой, частая трансляция зарубежной анимации привела к нормативно-ценностному конфликту: родители хотят, чтобы с помощью мультфильмов детям передавались нормы и ценности отечественной культуры; но телевидение из рекламно-коммерческих соображений транслирует иные нормы и ценности стран-производителей [15, с. 74]. Дети смотрят *мультфильмы*: российские: сериальные – 24 %, полнометражные – 3 %, классические – 18 %; зарубежные – 16 %, 19 %, 20 %. Соответственно в просмотре *доминирует зарубежная анимация* (55 %). Но 63 % родителей не довольны тем, что *смотрят дети* [15, с. 76].

При этом этические конфликты, возникающие при заимствовании зарубежных телеформатов реальности, усугубляются столкновением с ценностными ориентациями, сохранившимися в семьях с советских времен [16]. А между тем телевидение посредством телегероя должно побуждать и закреплять интерес к труду, учить творчеству, проявлять инициативу, раскрывать наклонности и способности. Главное – способствовать духовно-нравственному становлению личности ребенка [17, с. 1].

В данной ситуации, полагаем, единой как для Беларуси, так и в целом для стран постсоветского пространства крайне важно понимание того, что все противоречия – следствие неизбежной переориентации телевидения от культуры общества к массовой культуре. И, к сожалению, недостаточность идеалов в форме положительных героев телепередач, которые транслировали бы аудитории ценности здоровья, любви к ближнему, трудолюбия, традиций, народной культуры и иных жизненно важных базовых духовных ценностей, приводит к тому, что дети попадают в ситуацию постоянного поиска героя-идеала посредством просмотра телеинформации, предназначенной для взрослой аудитории.

Таким образом, сложившаяся за последние почти двадцать лет ситуация с отечественным детским телевещанием, как обособленно, так и в контексте распространения массовой культуры в целом, свидетельствует о том, что пора принимать меры на уровне руководств телеканалов по его восстановлению и финансовой поддержке с целью ответственного формирования духовно-нравственных ценностей разновозрастной детской зрительской аудитории. Как показало наше исследование, интенсификация неконтролируемого детьми телепросмотра и отсутствие открытого диалога с родителями по поводу увиденного на «голубом экране» уже сегодня привело к серьезной ценностной трансформации в сторону гедонизма, индивидуализма, асоциальности, особенно в возрасте 9–10 лет, когда наблюдается серьезная переоценка ценностей.

Библиографические ссылки

1. Сухомлинский В. А. Сердце отдаю детям. Минск : Нар. асвета, 1981. 288 с.
2. Цымбаленко С. Б. От детского фильма – к преобразованию общества // Детское кино – детям : материалы науч.-практ. конф. Третьего Тверского межрегион. кинофестиваля, Тверь, весна 2012 г. / Твер. гос. ун-т ; сост. В. В. Солдатов. Тверь, 2012. 164 с.
3. Rossiter G. Science, Film and Television: An Introductory Study of the 'Alternative' Religious Stories that Shape the Spirituality of Children and Adolescents /

- G. Rossiter // *International Journal of Children's Spirituality*. 1996. Vol. 1, iss. 1. P. 52–67.
4. Семенов М. А. Телевидение в учебно-воспитательном процессе как фактор формирования общественной активности младшего школьника : автореф. дис. ... канд. пед. наук : 13.00.01. Киев, 1982. 20 с.
 5. Гужва Л. А. Телевидение и нравственное воспитание личности : автореф. дис. ... канд. филос. наук / Киев. гос. ун-т им. Т. Г. Шевченко. Киев, 1967. 20 с.
 6. Дзущева З. Б. Нравственно-эстетическое воспитание молодежи средствами телевидения : автореф. дис. ... канд. пед. наук : 13.00.01 / Северо-Осетинск. гос. ун-т им. К. Л. Хетагурова. Владикавказ, 2006. 22 с.
 7. Сафарян А. В. Стили жизни молодежи как целевой аудитории телевидения : автореф. дис. ... канд. соц. наук : 22.00.04 / Негос. неком. образ. учр. «Моск. гуманит. ун-т». М., 2008. 24 с.
 8. Фельдштейн Д. И. Современное Детство: проблемы и пути их решения // *Вестн. практ. психол. образов.* 2009. № 2 (19). С. 28–32.
 9. Жукова Д. А. СМИ как фактор формирования новых ценностей // *Теор. и практ. обществ. разв.* 2009. № 3–4. С. 140–144.
 10. Жукова Д. А. Современная детская журналистика как фактор формирования индивидуального и группового сознания детей: проблемы и перспективы развития // *Вестн. Краснодар. ун-та МВД России*. 2011. № 4 (14). С. 57–61.
 11. Апостолова Г. В. Электронные няни – добро или зло? (о влиянии просмотра телевизора на здоровье ребенка) // *Журнал «Мир семьи»*. 2015 [Электронный ресурс]. URL: http://nimfa-mama.narod.ru/rebenok_i_TV.html (дата обращения: 05.09.2019).
 12. Волкаў Я. Медыяасродкі і выхаванне: тэхніка, працэс і змест з пункту гледжання эпистэмолагіі, сацыяльнай псіхалогіі і сацыялогіі // *Адукацыйныя і выхавальныя асяродкі і практыкі : зб. навук. артык. / ВГУ им. П. М. Машерова; пад агул. рэд. У. К. Слабіна ; [рэд. кал. : Г. Шатон [і інш.]]. Віцебск, 2005. С. 10–14.*
 13. Колбышева, С. И. Мир анимационного кино – мир детства // *Запорожский колледжиум*. 2010 [Электронный ресурс]. URL: http://98.zp.ua/sites/default/files/u1/kolbysheva_s_i.pdf (дата обращения: 03.09.2019).
 14. Цымбаленко С. Б. От детского фильма – к преобразованию общества // *Детское кино – детям: материалы науч.-практ. конф. Третьего Тверского межрегион. кинофестиваля, Тверь, весна 2012 г.* / Твер. гос. ун-т : сост. В. В. Солдатов. Тверь, 2012. 164 с.
 15. Шариков А. В., Айгистова Ю. В. Место анимации в жизни младших дошкольников // *Культурно-историческая психология*. 2014. Т. 10. № 4. С. 72–79.
 16. Малькова Л. Ю. ТВ: игры с документальной формой // *Медиаскоп. Электр. науч. журн. ф-та журн. МГУ им. М. В. Ломоносова*. 2012. № 3 [Электрон-

ный ресурс]. URL: <http://www.mediascope.ru/node/1126> (дата обращения: 06.09.2019).

17. Каюми А. Х. Детское телевидение в контексте социокультурных и воспитательных проблем (Сравнительный анализ российского и афганского опыта): автореф. дис. ... канд. истор. наук : 17.00.08 / Санкт-Петерб. гос. ун-т. СПб., 1994. 19 с.

«В ИНТЕРЕСАХ ПОТРЕБИТЕЛЯ»: МЕТОДЫ ЖУРНАЛИСТСКОГО РАССЛЕДОВАНИЯ В КОНСЬЮМЕРИСТСКИХ ТЕЛЕПРОГРАММАХ

Г. В. Кручевская

*Национальный исследовательский Томский государственный университет,
пр. Ленина, 36, 634050, Томск, Россия,
rector@tsu.ru*

В докладе рассматриваются телевизионные программы потребительской тематики, в которых проводится анализ продуктов питания с использованием методов и приемов журналистского расследования. Программы представляют информацию в различных жанровых формах.

Ключевые слова: потребительские телепрограммы; журналистское расследование; методы; жанры.

«IN THE INTEREST OF A CLIENT»: METHODS OF JOURNALISTIC INVESTIGATION IN CONSUMER TELEVISION PROGRAMS

G. V. Kruchevskaya

*National Research Tomsk State University,
36, Lenina Av., 634050, Tomsk, Russia
Corresponding author: G. V. Kruchevskaya (rector@tsu.ru)*

The report examines consumer television programs that analyze food products using methods and techniques of journalistic investigation. Programs present information in various genre forms.

Keywords: consumer TV programs; journalistic investigation; methods; genres.

В последние три десятилетия в российских СМИ активно развиваются жанровые формы, представляющие ход или результаты журна-