

мый конец таблицы (ток-шоу – 7 %; телеигры – 4 %), в то время как первые места заняли новостные, информационные передачи (72 %), художественные фильмы (51 %), познавательные передачи, документальные фильмы (28 %). Представление о главных функциях телевидения подтвердило осознанность ответов на первый вопрос. 56 % аудитории заявили, что считают главной функцией ТВ информирование о происходящих событиях, о действиях власти. 29 % аудитории, не умаляя значения новостного вещания, считают главной функцией телевидения воспитание, привитие нравственных норм, распространение положительных культурных образцов поведения, 32 % вслед за информированием назвали функцию обучения, образования, то есть, познавательную. И все группы опрошенных определили развлекательной функции место вслед за названными.

На вопрос: «Как вы относитесь к телевизионным передачам, фильмам, в которых показывают сцены эротического и сексуального характера?» – 56 % аудитории ответили: «Стараюсь не смотреть». На вопрос об отношении к фильмам со сценами ужасов, насилия, смерти неприятие выразили 65 % аудитории. 70 % опрошенных заявили, что государство должно более активно регулировать работу российских центральных телеканалов и запрещать отдельные передачи из-за их вредности (опасности) для морально-нравственного состояния общества.

Газета «Россия» посвящает телевидению в среднем по 12–15 материалов в месяц. В основном это теоретико-аналитические статьи и большие, в 1–1,5 страницы интервью, в которых наличествует серьезная критика современных телепрограмм. Передачи чаще всего адресуются аудитории малокультурной, с неразвитым вкусом. Это вызывает протест думающей части аудитории. Независимые социологические исследования показывают, что аудитория ТВ на самом деле намного умнее и серьезнее, чем представляется руководителям каналов.

## **КРИТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ПЕРЕДАЧ СОВРЕМЕННОГО ДЕТСКОГО ТЕЛЕВИДЕНИЯ (РОССИЙСКИЕ ТЕЛЕКАНАЛЫ «ТЕЛЕНЯНЯ» И «БИБИГОН»)**

**Залевская Елена Николаевна  
Национальный исследовательский  
университет «БелГУ»**

*В статье рассматривается проблема соответствия передач каналов «Теленяня» и «Бибигон» характеристикам целевой аудитории с точки зрения психоэмоционального и культурного влияния на развитие ребенка. Отмечается, что создание данных телеканалов не решает*

*проблему дефицита детского вещания на отечественном телевидении в связи с отсутствием всеобщего доступа к просмотру их передач в полном объеме.*

*Ключевые слова: детское телевидение, вещательные программы, российский медиапродукт, детская психология, развитие личности.*

*In the article is considered the problem of conformity of content of Russian TV channels «Telenyanya» and «Bibigon» to target audience from the point of view of psychoemotional and cultural influence on development of the child. It is noticed that creation of the given TV channels doesn't solve a problem of deficiency of a children's announcement on domestic television in connection with absence of general access to viewing of their transfers in full.*

*Keywords: children's television, broadcasting programming, the Russian media product, children's psychology, development of the person.*

В ряду многочисленных современных тематических телевизионных каналов с 2007 года выходят в российский эфир два детских канала – «Теленяня» и «Бибигон». Появление этих каналов было продиктовано дефицитом детских программ на российском телевидении с середины 90-х гг. Российская периодика назвала инициатором создания детского телевидения президента России (тогда им был В. Путин), который в одном из выступлений в декабре 2006 года сделал заявление о том, что *на государственном телевидении давно изучается вопрос об открытии детского канала, и выразил надежду на то, что в ближайшее время эта работа будет закончена – детский канал на общероссийском телевидении появится* (<http://www.telenyanya.ru/>).

Нужно отметить, что на тот момент многие операторы кабельных сетей и спутникового телевидения уже предлагали зрителям несколько зарубежных детских каналов (как в русском переводе, так и без дубляжа) и отечественные каналы, ориентированные на детскую аудиторию. Среди зарубежных каналов необходимо отметить, например: Jetix и Jetix Play (владелец компания Disney Corp.), Nickelodeon (владелец компания MTV Network), Cartoon Network (владелец компания Time Warner), Tiji (владелец компания Lagardere, Франция). В число отечественных входили каналы «Детский мир» и «Детский».

«Теленяня» начала вещание с 1 июня 2007 года. О запуске первого телевизионного проекта такого рода в России сообщил на пресс-конференции в Москве генеральный директор «Первого канала» Константин Эрнст.

«Бибигон», адресованный аудитории от 4 до 17 лет, начал вещание с 1 сентября 2007 года. Как утверждает генеральный директор ВГТРК

Олег Добродеев, это первый в России эфирный телеканал для детей, созданный по прямому указанию Президента Владимира Путина.

Чтобы радикально улучшить ситуацию в области детского телевидения, необходимо было обеспечить всеобщность доступа к новым каналам (поскольку ни кабельный, ни спутниковый вариант доставки программ не гарантирует их общедоступность). На современном этапе развития российского детского телевидения возникли трудности не только в обеспечении телеканалов современным качественным контентом, но и в предоставлении свободных вещательных частот – их нет. В связи с этим «Теленяня» доступна только абонентам кабельного или спутникового телевидения, таким же образом транслируется и полнообъемный вариант «Бибигона». Вместе с тем некоторые его передачи включены в эфир федеральных частот на каналах «Россия 1» (выходные дни: с 9.20 до 11.00) и «Россия К» («Культура») (будни: с 16.00 до 17.30; суббота: с 12.50 до 14.20; воскресенье: с 13.00 до 14.00). Эти каналы номинально имеют статус общедоступных, но «Россия К» («Культура») фактически таковым не является, так как во многих областях России (и не только в так называемых глубинках) зрителю доступен прием сигналов лишь двух программ: «Первый канал» и «Россия 1». Некоторые каналы можно смотреть в режиме онлайн в Интернете, но на сегодня это может позволить себе не каждый пользователь Сети. Следовательно, просмотр данных детских каналов либо становится платным, либо исключается вовсе (вопреки первоначальным заявлениям производителей).

Отзывы родителей о «Теленяне» на форуме сайта этого канала и других форумах (10 форумов) положительные, так как программы, рассчитанные на детей от 3 до 8–10 лет, привлекают их внимание и по многим параметрам соответствуют целевой аудитории. Но родители не всегда следят за программой и, оставив ребенка у экрана телевизора, не подозревают, что многие мультсериалы зарубежного производства, подобно запомнившимся широкой аудитории «Телепузикам», во многом могут навредить маленькому зрителю.

О «Бибигоне» мнения разделяются: родители малышей предпочитают «Теленяню», так как «Бибигон» транслирует передачи и для подростков, а некоторые из них бесполезны не только дошкольникам, но и старшеклассникам, так как традиционные для России нравственные понятия красоты, женственности, мужественности подменяются взятыми из зарубежной взрослой «глянцевой» жизни «эталоны» сексуальности, примерами вульгарности, хамства. Данное замечание относится не ко всем передачам, но вызывает недоумение то, что такие медиапродукты вообще выходят в эфире «Бибигона» и часто – в прайм-тайм.

Указом № 715 «Об общероссийских обязательных общедоступных телеканалах и радиоканалах» от 24 июня 2009 г. Президент Российской Федерации постановил принять предложение Правительства Российской Федерации о создании до 1 января 2011 г. детско-юношеского телевизионного канала на базе: а) телеканала «ТелеНяня» (закрытое акционерное общество «Первый канал. Всемирная сеть»); б) Российского телевизионного канала для детей и юношества «Бибигон» (федеральное государственное унитарное предприятие «Всероссийская государственная телевизионная и радиовещательная компания»). Новый детско-юношеский телевизионный канал включен в Перечень общероссийских обязательных общедоступных телеканалов (Российская газета, 2009).

Но даже при поддержке на государственном уровне на данный период времени (прошел почти год после подписания указа) нет ясного ответа на вопрос: каким будет общедоступный детский телеканал и будет ли он действительно общедоступным в условиях внедрения многоканального цифрового телевещания.

По сообщениям пресс-службы телекомпании ЗАО «Первый канал. Всемирная сеть», коллектив «Теленяни» разработал концепцию развития нового телевизионного проекта. В 2010 г. начинает работу Общественный совет «Теленяни», в который войдут известные специалисты в области детского телерадиовещания, педагоги и общественные деятели. Этот совет должен контролировать развитие нового телеканала.

Отказ ФГУП «Всероссийской государственной телевизионной и радиовещательной компании» (ВГТРК), выпускающей «Бибигон», от комментариев по данной теме вызвал домыслы о возникшем конфликте между двумя конкурирующими телекомпаниями. Очевидно, это не идет на пользу процессу создания проекта для детей и подростков, главная задача которого – не материальная выгода для вещателей, а создание качественных медиапродуктов для зрителей от 3 до 17 лет, которые обычно воспринимают телевидение как развлечение, в лучшем случае – как источник новой интересной информации.

В современном метиатизированном обществе телевидение становится средством, оказывающим сильное влияние как на образование, так и на воспитание подрастающих поколений. Следовательно, оно должно не только развлекать, но и давать возможность в ненавязчивой форме обучаться юным зрителям, развивать лучшие личные качества, а не продуцировать моральную и интеллектуальную деградацию. Особую роль должно играть телевидение и в медиаобразовании детской аудитории, так как может способствовать формированию основ информационной культуры у ребенка - при условии, что предлагаемые ему телевизионные продукты будут высокого качества.

И «Теленяня» и «Бибигон» за три года создали много замечательных передач, позволяющих детям и подросткам в увлекательной форме получить новые знания об окружающем мире соответственно их возрасту. Познавательные, игровые и развлекательные телепрограммы (например, «Спроси у Всезнамуса», «Вопрос на засыпку», «Волшебный чуланчик», «Ребята и зверята», «Funny English» и др. – на «Теленяне», а также «Нарисованные и Юри», «Интересные факты», «Няня Аня» и др. – на «Бибигоне») дают ответы на вопросы из различных областей жизни, облегчают изучение культуры, истории, иностранного языка, расширяют детский кругозор, знакомят с различными профессиями, обучают рукоделию и приготовлению различных блюд. В этих передачах познавательная-развивающая функция успешно комбинируется с развлекательной.

Но в сетке обоих телеканалов появляются и телепродукты, способные производить негативное влияние на психику и культурное развитие детей и подростков.

На канале «Теленяня» к подобным продуктам относятся некоторые мультсериалы зарубежного производства, которые носят развлекательный характер, но при этом могут отрицательно сказаться на развитии ребёнка при регулярном просмотре: «Пингу шоу» (Франция, 2007), «Тупи и Бину» (Канада, 2005) и другие. Реальной культурной ценности такие продукты не представляют, они лишь увеличивают объем контента канала.

Например, «Бибигон» демонстрирует мультсериал «Регнарёк» (японское аниме) во время новогодних каникул 03.01.2010 г. в 18.00 с повтором в 22.00. Время показа данного сериала подходит для школьников старшего возраста – но в период каникул у экранов одновременно находятся школьники средних и младших классов. В пятой серии звучит из уст одной из девочек-героинь следующий текст: «Вы – любовники?» (она обращается к мальчику и другой девочке). По возрасту лица и голоса всех персонажей соответствуют 10–12 годам, а фигуры и одежда – зрелым женщинам и мужчинам. Причем особо подчеркивается зрелость женских фигур, основным элементом одежды которых является откровенный купальник, показаны и полураздетые фигуры пары, вышедшей из душа (вовсе не супружеской). Только два персонажа этого мультсериала, изображающего детей, одеты по-детски. В седьмой серии в мечтах одного из мальчиков все, от мала до велика, представительницы женского пола компании сбрасывают с себя на пляже бикини. Таким образом у младшей части детской аудитории формируется преждевременный интерес к непонятным ей подробностям поведения взрослых, что может вызвать у детей неврозы, а в дальнейшем – возможны и сексуальные перверсии.

Под предлогом борьбы со злом все герои сериала агрессивны, грубы. Изображаемые в сериале девочки устраивают насильственные разбирательства и драки между собой из-за внимания противоположного пола. А иногда (например, в шестой серии) избивают и представителей этого самого пола, чтобы «настоять на своем». Например, когда мальчик говорит девочке: «Тебе не следует идти туда, это опасно для жизни», она отвечает ему многократными боксерскими ударами в челюсть. Затем является ее старшая подруга и «помогает» ей, нанося заключительную оплеуху. На все это мальчик с красным отпечатком женской ладони на щеке задает справедливый вопрос: «За что?», но ответа не получает.

В другой же передаче на канале «Бибигон» – «Хорошие манеры» – учительница объясняет школьникам, что такое женственность, прибегая при этом к объяснениям, традиционным для российской культуры. Так канал формирует ценностный конфликт: учитель говорит одно о поведении девочек, а «Регнарёк» культивирует совсем другое.

Мультсериал «Отти и тараканы» детским назвать нельзя: сцены, когда животные исполняют стриптиз или их поведение не только является агрессивным, но демонстрирует элементы садизма – незаметный, на первый взгляд, но тяжелый удар по детской психике, последствия от которого могут проявиться через несколько лет.

Создавая новый детско-юношеский канал, телекомпаниям следует руководствоваться этическим принципом «Не навреди!», и исключить из списка предлагаемых передач продукты, предлагающие искаженные модели поведения и ушербные ценностные ориентации героев.

Анализ программ телеканала позволяет сделать следующие выводы:

1. Телевидение для детей должно быть общедоступным. Программная политика детских телеканалов должна быть направлена на целостное, всестороннее и гармоничное развитие личности ребенка на основе его интересов и потребностей, преимущественное внимание должно уделяться интеллектуальному развитию, социальному и физическому воспитанию детей (Жогатько). На практике, к сожалению, не все передачи соответствуют перечисленным критериям.

2. Большое количество мультфильмов-сериалов иностранного производства далеки от российских реалий, в которых предстоит жить новым поколениям, не способствуют адекватной социализации детей в современном обществе, не дают достоверной информации о современном устройстве государства и реальных отношениях в социуме.

3. На примере вещания телеканалов прослеживается кризисная ситуация в сфере производства российских медиапродуктов для детского телевидения: основу показов отечественного производства составляют продукты, произведенные в советский период, зарубежные же программы (часто низкого уровня) занимают большую часть эфира. Теле-

визионные продукты собственного производства хорошего качества и соответствуют целевой аудитории, носят как игровой, так и познавательный характер.

4. Но оставлять ребенка наедине с каналом все же не следует. Из опросов родителей и детей следует, что на практике очень часто ребенок остается один на один с телевизором), поэтому при просмотре всех передач требуются дополнительные пояснения. Иначе маленький зритель может составить неверное представление об увиденном и услышанном, что неизбежно в принципе, но усиливается при отсутствии опытного помощника. Ведь ребенок для полноценного развития должен не только поглощать информацию, но уметь ее оценить, обсудить и применить в своей деятельности полученный при просмотре информационный материал, поделиться опытом с друзьями, чтобы успешно пройти все этапы социализации.

5. В 2010 г. на «Теленяне» появилась реклама детских продуктов питания – ее немного. До этого большим плюсом являлось отсутствие рекламы в эфире. Это обстоятельство подчеркивалось создателями канала с оговоркой, что разрешение российского законодательства на рекламу есть, но на невыгодных условиях для рекламодателя. При возможности размещения рекламы, прерывающей трансляцию детского видеопродукта, у канала могут появиться достаточные средства для закупки передач с целью обновления программы. Но, если допустить такую возможность, есть опасность, что основной функцией канала станет воспитание потребительского интереса даже у самых маленьких зрителей, неспособных самостоятельно справиться с манипулятивным коммерческим воздействием рекламы.

Возможно, при создании нового общедоступного канала все условия производства детского телевидения высокого уровня будут соблюдены.

### *Литература*

1. В России начинает работу новый федеральный канал для детей // РИА Новости // (Электронный текст) Режим доступа: <http://ria.ru/media/20070531/66409790.html>.

2. Государственный интернет-канал «Россия» 2009 // Бибигон. // <http://www.bibigon.ru/>

3. Когатко А. Отечественное телевидение для детской аудитории: Автореф. дис. ... канд. филол. наук // Медиаскоп. Портал научных исследований СМИ и методик журналистского образования // (Электронный текст) Режим доступа:

[http://www.mediascope.ru/old/index.php?option=com\\_content&task=view&id=261&Itemid=185](http://www.mediascope.ru/old/index.php?option=com_content&task=view&id=261&Itemid=185).

4. *Оганова Л., Короченский А.* Вид через замочную скважину: дети и телевизионный «взрослый» мир // Доклад общественной группы мониторинга СМИ и медиакритики МедиаРевю. Ростов н/Д, 2005.

5. Теленяня – Первый российский детский канал // <http://www.telenyanya.ru/>.

6. *Туревская Е.* Возрастная психология // (Электронный текст) Режим доступа: <http://www.tspu.tula.ru/res/psi/turevskaya/index.htm>.

7. Указ Президента Российской Федерации от 24 июня 2009 г. № 715 «Об общероссийских обязательных общедоступных телеканалах и радиоканалах» // Российская газета. – 2009. (Электронный текст) Режим доступа: // <http://www.rg.ru/2009/06/25/teleradio-dok.html>.

8. *Цыбульская О.* Няня из ящика // Онлайн-журнал «Русский репортер». 2007. № 3 (Электронный текст) Режим доступа: // [http://www.rusrep.ru/2007/03/news\\_nyanya\\_iz\\_yaschika/](http://www.rusrep.ru/2007/03/news_nyanya_iz_yaschika/)

## ДУХОВНО-ИДЕОЛОГИЧЕСКАЯ И КУЛЬТУРНО-ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ФУНКЦИИ СМИ

**Маркина Юлия Владимировна**  
**Ростовский государственный**  
**экономический университет (РИНХ)**

*В данной статье мы рассматриваем, как российские СМИ, в частности, телевидение, выполняют духовно-идеологическую и культурно-образовательную функции, оказывая непосредственное воздействие на формирование ценностных ориентацией своих зрителей, слушателей и читателей, создавая и воспроизводя культурные ориентиры, характерные для российского общества.*

*Ключевые слова: культура СМИ, функции журналистики, моральные ценности, культурные заимствования.*

*In the given article we consider as the Russian mass-media, particularly TV, carry out spiritually-ideological and cultural-educational functions, having direct influence on formation values of the spectators, listeners and readers, creating and reproducing cultural reference points, characteristic for the Russian society.*

*Keywords: culture of mass media, journalism functions, moral values, cultural loans.*

Средства массовой информации в настоящее время оказывают большое влияние на культуру. У этого влияния есть свои положительные и отрицательные стороны. Например, повышение уровня образования населения тесно связано с появлением массовой дешевой прессы, но в то же время бульварные газеты стали прививать «дурной