

РАЗВИТИЕ МЕДИАКОМПЕТЕНЦИЙ ДЕТЕЙ И ПОДРОСТКОВ ПОСРЕДСТВОМ ТЕЛЕВИДЕНИЯ

Эта статья об одном из самых популярных видах СМИ – телевидении, которое влияет на развитие медиакомпетенций детей и подростков. В статье рассматривается детско-юношеское телевидение, проблема дефицита информации в современных программах для детей и недостаток программ для подростков, проблемы детского телевидения в России. Приводится пример детской программы «Школьные вести» на региональном телеканале как успешный опыт развития медиакомпетенций детей и подростков. Также в данной статье приводятся результаты онлайн анкетирования по проблеме детского телевидения.

Ключевые слова: медиаобразование; медиакомпетенции; моральные ценности; детско-юношеское телевидение; детские программы; новости; влияние; программы для подростков; информация; информационная безопасность; развитие ребёнка; воздействие СМИ.

Средства массовой информации в современном мире существенно влияют на формирование мировоззрения детей и подростков. Неслучайно проблемой медиаобразования и медиаграмотности занимаются ведущие специалисты в этой области и молодые учёные А. А. Морозова [4], С. И. Симакова [7], А. Е. Захарова [3], Т. А. Рязанова [3], В. С.トイкин [8], В. В. Красильников [8] и др.

В своей статье Т. Ю. Гартман пишет, что «СМИ не только обеспечивают определённую аудиторию информацией об окружающем мире, но также воспроизводят образы реальности. Культивируемая система образов способна повлиять на картину мира человека и его ценности» [2, С. 125]. Именно поэтому важно, что смотрит, читает и слушает детская аудитория посредством СМИ.

Одним из самых популярных направлений является телевидение. Благодаря тому, что телевизор есть практически в каждой российской семье, многие выбирают именно этот источник информации.

Проблеме развития детского телевидения посвящены работы Е. Ю. Бычковой [1], М. С. Мыгаль [5; 6], Т. Ю. Гартман [2]. Все они сходятся во мнении, что сегодня детское телевидение, которое бы пропагандировало такие ценности у подростков, как уважение, дружба, любовь к близким, любовь к Родному краю, чувство патриотизма, находится на низком уровне. В основном в сетке вещания присутствует развлекательный контент.

М. С. Мыгаль выделила особенности программной политики на каналах для детей и подростков «Карусель», «Детский», «Радость моя», «Детский мир», «Disney»:

1) наполнение большинства каналов состоит из мультсериалов, детских передач, художественных фильмов, мультфильмов, телесериалов;

2) развлекательный формат доминирует над другими жанрами и функциями детского телевидения;

3) большинство каналов формирует непродуманную сетку вещания без учета специфики детской аудитории;

4) детские каналы не могут обойтись без коммерческой составляющей функционирования телевидения – рекламы;

5) использование качественных программ собственного производства повышает популярность и доброжелательное отношение у аудитории каналов;

6) на большинстве каналов присутствует высокий уровень интерактивности;

7) каналы способствуют вовлечению детей в творческие конкурсы и мероприятия [5, С. 232].

Детские каналы, которые существуют сегодня в сетке вещания нашей страны, смотрят не всегда.

Мы провели анонимное анкетирование в сети Интернет, для того чтобы узнать телевизионные потреб-

ности и предпочтения детской и взрослой аудитории. Всего в опросе приняли участие 46 респондентов, 78 % из которых это дети и подростки. Телеканалы «Карусель» смотрят всего 6 %, Disney – 10 %. А самыми популярными телеканалами оказались для данной аудитории Первый канал – 36 %, Россия 1 – 26 %, Россия 24 – 15 %, ТНТ – 41,3 %, СТС – 37 %, телеканал Пятница – 30,4 %, ТВ 3 – 13 %, МузТВ – 13 %. Наибольший интерес вызывает всё-таки развлекательное телевидение.

В ответах на вопрос о самых любимых передачах и программах, которые смотрят подростки и дети, были указаны также в основном развлекательные продукты, такие как «Орёл и решка», «Дом 2», сериалы «Интерны», «Воронины», «Универ», кино, музыкальные клипы. Лишь двое респондентов указали, что смотрят познавательные передачи. Таким образом, мы можем сделать заключение, что дети и подростки мало обращаются к познавательному контенту, а больше интересуются развлекательными передачами. Встаёт вопрос о нравственной составляющей, заявленной в сетке вещания. Молодёжные сериалы «Универ», «Интерны», «Воронины», «Папины дочки» пропагандируют завуалировано аморальное поведение и антиценности. Это, так называемое, опосредованное влияние на аудиторию. Т. Ю. Гартман выделяет следующие антивоспитательные эффекты воздействия телевизионных программ на аудиторию:

1) калькирование поступков отрицательных героев телепрограмм в том случае, когда эти поступки не критируются и не обозначаются создателями программ как недопустимые с точки зрения морали;

2) подражание манерам поведения и внешности некоторых телегероев;

3) заимствование манеры говорить у героев телевидения, их слов, выражений и языка в целом.

Исследователь подчёркивает, что во многих телепрограммах аморальные поступки героев не обсуждаются и не осуждаются, и поэтому могут восприниматься как норма [2. С. 134].

Ярким примером является передача «Дом 2». В статье Т. Ю Гартман приводятся цитаты теоретика журналистики В. Л. Цвика, который утверждает, что к съёмкам в проекте «Дом 2» привлекаются участники, как правило, с низким уровнем нравственной культуры. Их поступки и действия лежат за гранью морали. В результате на экране мы видим скандалы, драки, сплетни [2. С. 135]. И эти передачи смотрят детская аудитория, берёт с героев пример поведения.

Детские телеканалы предлагают телепередачи для детей и подростков, но слишком маленькая аудитория их смотрит. В основном дети и подростки обращаются к телеканалам, где детские передачи скорее исключение, чем правило. Сетки вещания наполнены реалити-шоу, сериалами, которые воспитывают хамство и невежество. Редко встречаются передачи, в которых ребёнок, чья психика и поведенческие нормы только формируются, могут показать достойный человека пример поведения.

Как утверждает Е. Ю. Бычкова, сейчас программ для юношества фактически нет. В большинстве своём одной из программ для подростков, которую рекомендуют, часто называют передачу «Умники и умницы» [1. С. 180].

Определяя проблемы в области развития детского телевидения, М. С. Мыгаль одной из них называет слабое развитие регионального детского телевидения [6. С. 423].

Исследователи в области медиаобразования предлагают не запрещать смотреть что-то, а считают необходимым вырабатывать у аудитории независимость суждений по отношению к медиатекстам, способность иметь, формулировать и транслировать собственную точку зрения, в целом повышать уровень медиакомпетентности [8. С. 6]. Мы согласны с этим мнением, но вместе с тем считаем, что всё же необходимо больше транслировать передачи и программы на федеральных и региональных телеканалах, которые повышают не только уровень образования, но и формируют нравственные ценности у детей и подростков.

Немаловажным фактором влияния на любую аудиторию являются новости. Новости формируют информационную картину происходящего вокруг нас. В проведённом анкетировании мы также выясняли, смотрят ли аудитория новости. Лишь 28 % опрошенных ответили, что регулярно просматривают новости страны и региона по телевидению, 75 % в основном используют для просмотра новостей Интернет. Это говорит о том, что новости смотрят большинство. И очень важно понимать, что дети также смотрят новости по телевидению и просматривают в Интернете ленты новостей. Почти в каждом выпуске есть информационный сюжет о каком-нибудь произшествии. И почти никогда не рассказывают о детских мероприятиях или о том, что сделали дети. Существует Всероссийская акция «Я – гражданин России», где дети сами реализуют социальные

проекты. За 2015–2016 год в Челябинске было реализовано более 70 проектов, а сюжеты о них вышли единичные. Хотя по условиям дети обращаются к СМИ, чтобы рассказать о своём проексте. Но это не «сенсационная» новость, и многим отказывают в освещении. Лишь немногие телеканалы соглашаются на сотрудничество. Одним из таких социальных партнёров является ГТРК «Южный Урал». Сюжеты о детских добрых делах не только вставляют в новости телеканала, но с сентября 2016 года была создана площадка для детских СМИ г. Челябинска, которые работают на базах школ или домов творчества. Программа «Школьные вести» выходит на телеканале «Россия 24» раз в две недели после основных новостей. По времени идут почти 15 минут.

Мы разделили контент программы на следующие категории:

1. Репортажи о детских событиях, которые происходят в разных городах Челябинской области (соревнования, слёты, конкурсы) (выпуск № 1 «Колесо безопасности объединило 22 команды области»; выпуск № 3 «Губернатор отметил лучших волонтеров Челябинской области»; выпуск № 5 «Будущие акулы пера области встретились на “Журналине”»; выпуск № 10 «В г. Сочи прошёл театральный фестиваль клуб “Алый попугай”»).

2. Репортажи о социальных проектах, которые реализовали дети, или социальных акциях, которые проводят также дети и подростки (выпуск 2 репортаж «Нашим рекам – чистые берега» (такая акция прошла на реке Аша, которую очистили от мусора); выпуск № 5 «От идеи до воплощения. Лучшие школьные проекты получили гранты»; выпуск № 7 «В новый год – с новым ремонтом. В школе № 18 в Златоусте завершили капитальный ремонт крыши и четвертого этажа»; выпуск № 7 «Новые имена, новое поколение. Юные музыканты, художники, танцоры. Участники международной благотворительной программы открыли концертный сезон»; выпуск № 12 «Репортаж о городской благотворительной ярмарке “Веснушки”, которая организуется ежегодно Гимназией № 1»; выпуск № 12 «Музыкальное турне по детским садам для знакомства малышей с музыкой разных направлений»).

3. Регулярно в выпусках программы транслируются сюжеты о научной деятельности учащихся, показывают разработки учащихся в области робототехники, что способствует популяризации науки среди учащихся (выпуск № 1 «Инженерному образованию – быть! На Южном Урале прошел Всероссийский технический форум»; выпуск № 2 сюжет «Как будет развиваться наука будущего?»; выпуск № 5 «Расшифровать геном человека и найти своих родственников несложно, если биологию ведет профессор МГУ»; выпуск № 4 «В Аше прошли соревнования по конструированию из Лего»; выпуск № 7 «Три раунда и два запрограммированных спортсмена. В Челябинске прошли соревнования по сумо для lego-роботов»; выпуск № 10 «Южноуральским школьникам под силу создать робота-учителя или разработать проект переработки пластиковых отходов. Научные разработки продемонстрировали участники региональных соревнований “РобоФест”»).

4. Рассказываются истории успеха детей, что способствует созданию жизненных ориентиров для детей и подростков, воспитывают чувство патриотизма (выпуск № 9 «“Сила, мужество, долг” – для воспитанников школы-интерната с первоначальной летной подготовкой это не простые слова. Один день из жизни кадетов – в специальном репортаже программы», «Кадеты – спасатели школы № 1 г. Златоуста»; выпуск № 10 «Умный, талантливый, настоящий лидер. В Челябинске выбрали ученика года»; выпуск № 12 «Репортаж о девочке из 4 класса Полине Категовой, которая написала научную работу о “Становлении телевидения”»).

5. Истории геройства, которые также воспитывают дух патриотизма (выпуск № 9 «Премия имени героя. В троицкой школе учреждена премия имени погибшего полковника ВДВ Сергея Меленцева»).

6. Сюжеты о здоровом образе жизни и занятиях спортом. Пропаганда здорового образа жизни (выпуск № 4 «Самые меткие, выносливые и умные школьники померились силами на конкурсе “Защитник Отечества”»; выпуск № 6 «Конкурс проектов: фигурное вождение велосипеда, КВН по безопасности дорожного движения – в “Орленке” завершилась профильная смена юных инспекторов дорожного движения»; выпуск № 6 «Хоккейный матч в собственном дворе: команда “Звезда” провела воскресный турнир»; выпуск № 10 «В г. Озёрск прошли соревнования по волейболизированной эстафете»; выпуск № 11 «Лучше гор могут быть только соревнования по скалолазанию. В Златоусте прошло первенство по спортивному туризму»).

7. Сюжеты о людях разных профессий. Популяризация рабочих профессий (выпуск № 5 «Сшей мне, мама, брюки помоднее! В Копейске назвали имена лучших юных модельеров»).

8. Познавательные и проблемные сюжеты (выпуск № 4 «Что такое джаз, какие он имеет направления?»; выпуск № 11 «Кино или книга? Почти шекспировский вопрос. Юные челябинцы рассказали, какие книги они любят читать»).

9. Репортажи о любви к Малой Родине (выпуск № 10 «“Челябинск – комфортное место для жизни”, – отвечают наши эксперты»).

10. Репортажи, направленные на борьбу с экстремизмом (выпуск № 11 «Мы хотим жить. Школьники Челябинска вспомнили жертв теракта на Дубровке»)

11. «Изюминкой» каждого выпуска являются ответы детей на вопросы. Ребята младшего школьного возраста приглашают в студию и задают интересные «злободневные» вопросы: «Читать – это модно?» «Какие передачи нужны в эфире?», «Кто такие казаки?», «Быть учителем престижно?», «Если бы я был Дедом Морозом, я бы...», «Для чего нужно единение?». Все вопросы связаны с сюжетами, которые есть в выпуске «Школьные вести» к определённой дате.

А самое интересное и уникальное в этой программе, что почти все репортажи создаются сами дети. Ребята, которые занимаются в студиях и кружках журналистики в городе Челябинске и Челябинской области выступают в роли корреспондентов и операторов, режиссёров. Конечно, под руководством своих наставников-руководителей. Таким образом, реализуя данное направление, медиахолдинг ГТРК «Южный Урал», во-первых, транслирует программу, интересную не только для детей и подростков, но и для взрослых, а во-вторых, позволяет повысить уровень медиаграмотности и развивать медиакомпетентность воспитанников детских СМИ. Данная программа выступает мотиватором к действию и повышает профессиональный уровень ребят. Сами дети создают для себя медиапродукт, который им интересен. А контент данной программы позволяет развивать нравственные составляющие личности детей. В ходе опроса мы выяснили, что только 50 % респондентов знают о программе «Школьные вести». 74 % ни разу не видели данную программу, 17,4 % видели один раз и 8,6 % смотрят её регулярно.

Мы выявили несколько основных проблем, по причине которых определился такой низкий процент просмотров программы:

1. В сетке вещания программа выходит два раза: по средам в 13.30 и пятницам в 8.30, когда все взрослые на работе, дети в школе.

2. Анонса программы почти нет, мало кто знает о её существовании.

Остается надеяться на то, что данный проект ещё достаточно молодой, и если войдёт в систему, то будет пользоваться популярностью среди подростков. Есть и положительный момент – у программы «Школьные вести» есть архив, который можно посмотреть на сайте ГТРК «Южный Урал» в разделе Программы (<http://www.cheltv.ru>).

Конечно, одна программа не поможет сформировать моральные ценности ребёнка, воспитать чувство патриотизма, ответственности, уважения к окружающим и природе, но создавать и «давать жизнь» данным проектам необходимо. Тем более что большинство респондентов опроса положительно отзываются как о детских новостях, так и том, что им будет интересно смотреть сюжеты, которые готовят сами дети (85 % проголосовали за то, что будет интересно посмотреть сюжет, приготовленный детьми).

Основным источником информации о детской жизни всё-таки остаётся школа. У каждой школы есть сайт, у некоторых есть группы в социальных сетях, где выкладывают новости школы. Во многих школах г. Челябинска есть детские СМИ (газеты, телестудии, радио, интернет-издания). Более 90 % опрошенных регулярно просматривают новости школы либо на сайте, либо в социальных сетях. Несмотря на то, что есть определённые риски, связанные с использованием социальных сетей (более подробно о них написано в статье А. А. Морозовой [4]), социальные сети являются удобной и успешной площадкой для размещения школьных новостей. По предпочтениям опрошенных, группы ответов распределились следующим образом: 26 % смотрят сюжеты на сайте школы, 26 % читают статьи в газетах, 60 % просматривают ленту новостей. Ребята сами создают медиапродукты, которые пользуются спросом того или иного образовательного учреждения. Наибольшей популярностью, конечно, пользуется видеоматериал. И с помощью телевидения или без него педагогам необходимо создавать все условия для развития медиакомпетенций подростков. Единственное, необходимо чётко понимать, какого результата хотим добиться. Только ли уметь критически мыслить и создавать медиапродукты. Или воспитать человека, у которого есть багаж определённых человеческих ценностей, который умеет создавать медиапродукты, а

также анализировать информацию из источников СМИ. И ведь неизвестно, кто вырастет из этого маленького «человечка», возможно, тот самый директор телеканала, и, может быть, благодаря всеобщим усилиям в сфере медиаобразования и воспитания в сетке вещания появится больше качественных детских передач без пошлости и агрессии. Передачи, которые воспитывают в человеке «Человека» с большой буквы.

Список литературы

1. Бычкова, Е. Ю. Популярные телепрограммы для подростков. Пробел на российском телевидении [Текст] / Е. Ю. Бычкова // Журналистский вестник. – 2015. – № 4. – С. 179–182.
2. Гартман, Т. Ю. Особенности нравственного воспитания детей средствами ТВ [Текст] / Т. Ю. Гартман // Вестник электронных и печатных СМИ. – Москва: Изд-во Академия медиаиндустрии, 2015. – С. 124–140.
3. Захарова, А. Е. Детское телевидение как агент социализации дошкольников [Текст] / А. Е. Захарова, Т. А. Рязанова // Сборники конференций НИЦ Социсфера. – Прага: Изд-во Vedecko vydavatelske centrum Sociosfera-CZ s.r.o., 2015. – № 30. – С. 72–76.
4. Морозова, А. А. Основные виды рисков медиапотребления в социальных сетях (на примере «ВКонтакте») [Текст] / А. А. Морозова // Журналистика цифровой эпохи: как меняется профессия: материалы международной научно-практической конференции. – Екатеринбург: Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего профессионального образования Уральский федеральный университет им. первого Президента России Б. Н. Ельцина, 2016. – С. 117–120.
5. Мыгаль, М. С. Программная политика детских каналов в России: особенности распределения телевизионного контента в сетке вещания, жанрово-тематический состав, целевая аудитория [Текст] / М. С. Мыгаль // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Гуманитарные науки. – 2014. – Т. 22, № 13. – С. 223–233.
6. Мыгаль, М. С. Проблемы детского телевидения в России [Текст] / М. С. Мыгаль // Science Time. – 2016. – № 2 (26). – С. 420–426.
7. Симакова, С. И. Организация работы по формированию медиаграмотности подростков [Текст] / С. И. Симакова // Татищевские чтения: актуальные проблемы науки и практики : материалы XI Междунар. науч.-практ. конф.; Гуманитарные и социальные науки, образование. Часть II. – Тольятти : Волжский университет им. В. Н. Татищева, 2014. – С. 299–307.
8. Тонкин, В. С. Медиаобразование в информационно-образовательной среде: учебное пособие [Текст] / В. С. Тонкин, В. В. Красильников. – Ставрополь: Изд-во СГПИ, 2009. – 122 с.

DEVELOPMENT CHILDREN'S AND JUVENILE'S MEDIA LITERACY WITH THE HELP OF TELEVISION

Blokh E. A., Chelyabinsk State University, Chelyabinsk, elenablokh@bk.ru

This article is about one of the famous media- television, which influences on the development of children's and juvenile's media literacy. The article deals with children's and juvenile's television, the problem of lack of information in the current programs for children and the lack of programs for teenagers on television. It shows problems children's television in Russia. We write about «School news» children's program on the regional TV-channel as an excellent experience in developing children's and teenager's media literacy. There are the results of online interview about the children's television problems.

Keywords: mediaeducation; media literacy; moral values; children's and juvenile's TV; children's program; news; influence; program for adolescents; information; information security; child development and growth; the impact of the media.

References

1. Bychkova, E. Yu. (2015) Populyarnye teleprogrammy dlya podrostkov. Probel na rossijskom televideni [=Popular TV programs for teenagers. Space on Russian TV], in: *Zhurnalistskij vestnik* [=Journalist Gazette], no. 4, pp. 179–182. (In Russ.).
2. Gartman, T. Yu. (2015) Osobennosti nравственного воспитания детей средствами ТВ [=Features moral education of children by means of the TV], in: *Vestnik elektronnyh i pechatnyh SMI* [=Herald of electronic and print media], Moscow, Izd-vo Akademija mediaindustrii, pp. 124–140. (In Russ.).
3. Zaharova, A. E. and Ryazanova, T. A. (2015) Detskoe televideenie kak agent socializacii doshkol'nikov [=Baby TV as an agent of socialization of preschool children], in: *Sborniki konferencij NIC-Socisfera* [=Collectors conferences SIC Sotsisfera], Praga, Izd-vo Vedecko vydavatelske centrum Sociosfera-CZ s.r.o., no. 30, pp. 72–76. (In Russ.).
4. Morozova, A. A. (2016) Osnovnye vidy riskov mediaportebeleniya v social'nyh setyah (na primere «Vkontakte») [=The main types of risks mediaportebeleniya in social networks (for example, "Vkontakte")], in: *Zhurnalistika cifrovoj epohi: kak menyaetsya professiya. Materialy mezhunarodnoj nauchno-prakticheskoy konferencii* [=Journalism in the digital age: how to change profession. Proceedings of the international scientific-practical conference], Ekaterinburg, Federal'noe gosudarstvennoe avtonomnoe obrazovatel'noe uchrezhdenie vysshego professional'nogo obrazovaniya Ural'skij federal'nyj universitet im. pervogo Prezidenta Rossii B. N. El'cina, pp. 117–120. (In Russ.).
5. Mygal', M. S. (2014) Programmnaya politika detskih kanalov v Rossii: osobennosti raspredeleniya televizionnogo kontenta v setke veshchaniya, zhanrovo-tematicheskij sostav, celiyaya auditoriya [=Program policy children's channels in Russia: features of the distribution of television content in the broadcasting schedule, genre-themed composition, the target audience], in: *Nauchnye vedomosti Belgorodskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Gumanitarnye nauki* [=Scientific statements Belgorod State University. Series: Humanities], vol. 22, no. 13, pp. 223–233. (In Russ.).
6. Mygal', M.S. (2016) *Problemy detskogo televideeniya v Rossii* [=Problems of children's television in Russia], in: Science Time, no. 2 (26), pp. 420–426. (In Russ.).
7. Simakova, S. I. (2014) Organizaciya raboty po formirovaniyu mediagramotnosti podrostkov [=Organization of the work on the formation of adolescent media literacy], in: *Gumanitarnye i social'nye nauki, obrazovanie. Chast' II* [=Humanities and social science education. Part II], Tol'yatti, Volzhskij universitet im. V. N. Tatishcheva, pp. 299–307. (In Russ.).
8. Toiskin, V. S. and Krasil'nikov, V. V. (2009) *Mediaobrazovanie v informacionno-obrazovatel'noj srede: Uchebnoe posobie* [=Media education in information-educational environment: a training manual], Stavropol', Izd-vo SGPI, 122 p. (In Russ.).

Бльох Елена Александровна – магистрант факультета журналистики, Челябинский государственный университет, Челябинск; заместитель директора по воспитательной работе; МБОУ «Лицей № 88 г. Челябинск».

elenablokh@bk.ru